

AÑO 25 / NÚMERO 109 / MAYO - JUNIO 2023

CONTACT FORUM

Global CX Forum Fest 2023:
innovación, talento, tecnología
y humanización

**GLOBAL
CX**
FORUM *fest*
27º CONGRESO MÉXICO

¡El Premio Nacional
cumple 18 años
de reconocer
las mejores prácticas
del *Customer Experience!*



**PREMIO
NACIONAL CX**

IMT

CX LEADERS FORUM

01 - 04 junio 2023

Hotel UNICO - Riviera Maya
Quintana Roo, México

Conectando líderes, impulsando la excelencia en la experiencia del cliente.

La Cumbre de Encuentro "CX Leaders Forum" reunirá a un selecto grupo de altos directivos de empresas líderes, para conocer y discutir los temas más relevantes de la actualidad, compartir experiencias, visiones y hacer *networking* de alto nivel.

La sede de esta magna reunión será en el **Hotel UNICO Riviera Maya**, escenario que propiciará la reflexión e intercambio de ideas entre los participantes.



Larry Rubin
Presidente de la Comunidad Americana en México



Eugenia García
Directora General, IMT



Mtro. Ángel García - Lascurain
Socio Director de Advanced Management Consulting Group y de Tantum México



Alfonso Becerra
Director de Estrategia e Innovación, FMF



Fernanda Zenizo
Directora General de Intelab

La inscripción incluye:

3 días de:

- Conferencias de primer nivel
- Actividades de networking

- Traslado de aeropuerto - hotel - aeropuerto
- Alojamiento de 4 días, 3 noches
- Alimentos y bebidas con el grupo
- Sede: Hotel UNICO 20° 87°
Riviera Maya, Quintana Roo, México

PATROCINADORES



Inteligencia Artificial



nativa global

RT4
CCaaS

Para más información:

+52 55 5340 2290 Ext. 4030 / foros@imt.com.mx

EDITORIAL



Eugenia García Aguirre
Directora General



Lourdes Adame Goddard
Directora Editorial

El factor humano es y seguirá siendo el elemento más importante en nuestra industria de *Customer Experience* y *Contact Centers*. La atención personal es fundamental a la hora de interactuar con los clientes y ofrecerles servicios de calidad. Si bien el uso de las nuevas tecnologías de automatización de procesos y la inmediatez, son algunas de las características que un negocio debe tener para lograr el éxito, aspectos como la calidez, la empatía, la capacidad de respuesta, así como el conocimiento y la capacitación del empleado, son determinantes para el cliente al momento de evaluar la experiencia recibida.

Actualmente, se están sentando las bases para la siguiente revolución tecnológica y de la humanidad; una revolución que profundizará nuestra relación con la tecnología y, al mismo tiempo, demandará de un mayor equilibrio entre la tecnología, el talento humano y los clientes, aprovechando herramientas como la inteligencia artificial para entender mejor las necesidades del cliente, creando experiencias únicas y personalizadas.

Bajo lema: *"The future of CX is Human"* el pasado mes de marzo se llevó a cabo el Global ContactForum Fest 2023, este magno evento que nuevamente volvió a ser completamente presencial y que se vivió como una gran celebración de encuentro, intercambio de ideas, herramientas y estrategias para que las empresas participantes brinden más y mejores experiencias a sus clientes.

En este número de la revista ContactForum, publicamos una reseña detallada de este encuentro, así como de la 18ª edición de la entrega del Premio Nacional CX & EX 2023. Los invitamos a revivir estos momentos tan especiales para nuestra industria y a ver las entrevistas que se realizamos a los conferencistas y panelistas invitados.

DIRECCIÓN GENERAL DIRECCIÓN EDITORIAL	Ma. Eugenia García Aguirre Lourdes Adame Goddard
EDITORIA	Martha Isabel Schwebel
DISEÑO GRÁFICO Y PRODUCCIÓN	Susana Hidalgo
CORRECCIÓN DE ESTILO	Karla Ávila
COORDINADOR DIGITAL	Iván Hernández
COLABORADORES	Mariano Burgos Walter Hildebrandi Juan Manuel Mesa
PUBLICIDAD Y VENTAS	Susana Delgado Dulce Morales

SUSCRIPCIONES Y SERVICIO A CLIENTES

(55) 5340 2290

Editada por el Instituto Mexicano de Teleservicios

ContactForum revista, publicación periódica Mayo-Junio 2023. Editor responsable: María Eugenia de la Paz García Aguirre. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2019-081410205900-102, Fecha de expedición 14 agosto 2019. Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido 16150, Domicilio de la publicación: Mercaderes No. 20 - 201, Col. San José Insurgentes, Delegación Benito Juárez, C.P. 03900, Ciudad de México. Imprenta: Prerensa Digital, S.A. de C.V. Andador Caravaggio No. 30, Col. Mixcoac, Delegación Benito Juárez. C.P. 03910. México, D.F. Distribuidor: SEPOMEX. Piedad 50. Col. Piedad Narvarte. Delegación Benito Juárez. C.P. 03100. México, D.F.



revistacforum@imt.com.mx

1 GLOBAL CX FORUM FEST

- 6 Global CX Forum Fest 2023: innovación, talento, tecnología y humanización.
- 10 Entrevistas.
- 22 Talleres.
- 25 Reseña fotográfica.

2 CUSTOMER EXPERIENCE

- 34 2bglobal inaugura nuevas oficinas en su 15 Aniversario.
- 36 Confie: expansión y consolidación en territorio mexicano.
- 38 La industria de CX y BPO tiene mucho camino por delante.

3 PREMIO NACIONAL

- 40 ¡El Premio Nacional cumple 18 años de reconocer las mejores prácticas del *Customer Experience*!
- 42 Mejores Estrategias.
- 60 Mejores talentos.
- 65 *Employee Experience*.

4 Modelo Global CIC

- 70 El IMT reconoce a las empresas certificadas en el Modelo Global CIC.

5 TECNOLOGÍA

- 72 Cómo potenciar la CX en la era de la hiperpersonalización.
- 74 Cómo ser diferentes al utilizar la Inteligencia Artificial.
- 76 Cómo usar la Inteligencia Artificial en la experiencia del cliente.
- 78 Huawei AICC - Construyendo un mundo interconectado.
- 80 Un Centro de Contacto inteligente, más allá de los *bots*.
- 82 Cuatro formas en las que la Inteligencia Artificial humanizará la experiencia del cliente.

CONTENIDO
CONTACT
FORUM



Global CX Forum Fest 2023: innovación, talento, tecnología y humanización

>> Iván Hernández

**GLOBAL
CX**
FORUM fest
27º CONGRESO MÉXICO

Con la asistencia de más de 2,000 participantes provenientes de 15 países, los pasados 13, 14 y 15 de marzo, se llevó a cabo la vigésimo séptima edición del congreso más importante en América Latina de la industria del *Contact Center, Customer Experience* y *Employee Experience*, el Global CX Forum Fest.

Bajo el lema de “*The future of CX is Human*”, este año el evento regresó a un formato completamente presencial, en el que se impartieron 6 talleres especializados, más de 30 conferencias donde se propició un gran intercambio de ideas, herramientas y estrategias para que las empresas participantes brinden más y mejores experiencias a todos sus clientes.



Alejandro Hamed, Director Comercial México, Verint; Manuel Torres, Director de Soluciones, Avaya Latinoamérica; Andrés Otero, CEO, IP Com; Juan Felipe Ángel, CEO, Wolkvox; Marisol Rumayor, CEO, Disruptive Labs; Enrique Yamuni Robles, Presidente Nacional, CANIETI; Ma. Eugenia García Aguirre, Directora General, IMT; Fadlala Akabani, Secretario de Desarrollo Económico, Gobierno de la Ciudad de México; Henry Fernández, Cofundador y CEO, Cari Ai; David Modiano, *Country Manager*, Net2phone; Jesús Bermejo, Director General, Konecta; Gilberto Garza, *Regional Vice President Sales*, Zendesk y Santiago Wang, Director General Sector Financiero, Huawei Enterprise México.



CALLFASST

CONTACT CENTER

Durante la ceremonia de apertura, Ma. Eugenia García Aguirre, Directora General del Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT), agradeció la participación de las empresas, instituciones, patrocinadores y conferencistas que trabajaron de la mano con el IMT para que el evento se llevara a cabo de manera exitosa.



Ma. Eugenia García Aguirre, Directora General del Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT).

“Este espacio se ha convertido en el epicentro en el que conversamos, aprendemos, debatimos y reflexionamos alrededor de la industria de Contact Centers y Customer Experience de la región. Estoy segura de que fruto de este encuentro nos llevaremos una visión inspiradora que nos animará a reflexionar sobre los retos actuales de nuestra industria”, mencionó García Aguirre.

Este año, el factor humano fue el eje central de la conversación, ya que es considerado en la industria como el más importante a la hora de interactuar con los clientes y ofrecerles un servicio de calidad. Si bien, el uso de nuevas tecnologías, la automatización de procesos y la inmediatez son las principales características que un negocio debe tener para lograr el éxito, aspectos como la calidez, la empatía, la capacidad de respuesta, así como el conocimiento y la capacitación del empleado, son determinantes a la hora de evaluar la experiencia recibida por parte de los usuarios.

“Lo que estamos viviendo hoy posee una naturaleza diferente, se están sentando las bases para la siguiente revolución tecnológica y de la humanidad; una revolución que profundizará nuestra relación con la tecnología y, al mismo tiempo, demandará un mayor equilibrio”, mencionó al respecto García Aguirre. Y añadió: *“se trata de encontrar el equilibrio entre la tecnología, el talento humano y los clientes; aprovechando herramientas como la Inteligencia Artificial para entender mejor las necesidades del cliente, creando experiencias únicas y personalizadas”.*



MÁS DE 20 AÑOS
SIENDO EL CONTACTO
CON LOS CLIENTES
DE NUESTROS CLIENTES



ATENCIÓN A CLIENTES | COBRANZA



SOPORTE TÉCNICO | TELEMARKETING

www.callfasst.com
info@callfasst.com

El *Customer Experience* y los *Contact Centers* es una industria que ha cobrado protagonismo en los últimos años, esto gracias a su capacidad de respuesta, el uso y adopción de nuevas tecnologías, la implementación de más políticas de seguridad, privacidad y regulación pero, sobre todo, para garantizar la satisfacción del cliente en un mercado cada vez más competitivo.

“En este 2023, el sector ha crecido alrededor de un 10% y en el último estudio del IMT de los prestadores de servicio, se puede observar que el 60% adquirió clientes nuevos y el 42% obtuvo nuevas campañas con sus antiguos clientes. A nivel Inhouse hubo un crecimiento del 32% respecto a nuevas campañas, de las cuales 6 de cada 10 están relacionadas con el servicio al cliente”, agregó la Directora General del IMT.

Como cada año, el congreso contó con una sala de exhibición donde se propició el *networking* entre los participantes y proveedores que mostraron estrategias y soluciones que ayudan a las empresas a brindar mejores herramientas para la atención de sus clientes. Asimismo, se contó con la presencia de varias experiencias que llevaron a los participantes a degustar sabores, olores, sensaciones e incluso tocar instrumentos musicales.

Los más de 30 conferencistas compartieron su visión, conocimiento y experiencia en materia de *Customer Experience*, *Employee Experience*, talento, tecnología, omnicanalidad, liderazgo, innovación, entre muchos otros temas. Sin embargo, uno de los tópicos de mayor relevancia, por su crecimiento y uso dentro de

la industria, fue el de la incorporación de Inteligencia Artificial a las soluciones de la mayoría de los Centros de Contacto y BPO con el fin de optimizar los canales de interacción, reclutando talento, ofreciendo nuevas posibilidades de contacto y comunicación, recopilando información a gran escala y generando un análisis de resultados más rápido y eficiente.

El objetivo de esta tecnología a corto, mediano y largo plazo es ofrecer soluciones que reduzcan costos y brinden mayor rentabilidad, facilitando el acceso a nuevos canales de información, comunicación y datos, así como de impactar positivamente en las emociones, percepciones y sentimientos del cliente o usuario.

Para cerrar el congreso y reconocer los logros de las empresas y personas que demuestran un desempeño sobresaliente, así como un desarrollo y profesionalismo dentro de la industria, se llevó a cabo la decimotava edición del Premio Nacional CX & EX 2023. Este reconocimiento estuvo dirigido a todas aquellas áreas dedicadas a la interacción con el cliente, encaminadas a impactar de manera favorable la optimización y uso de sus recursos: metodológicos, tecnológicos y de innovación; reforzando el compromiso de las organizaciones con el medio ambiente, el desarrollo social y la inclusión laboral.

Gracias a todos los participantes, patrocinadores, conferencistas por ser parte de una edición más de el Global CX Forum Fest, diseñada para reunir a la industria de *Customer Experience*, *Contact Centers* y Áreas de Interacción con Clientes.

NUESTROS PATROCINADORES

PLATINO



ORO



PLATA



OTROS PATROCINADORES



CAPACITACIÓN IMT

La formación más completa de *Customer Experience & Contact Centers* en México y Latinoamérica para tu equipo de trabajo.

 Virtual - **Gratuito**

 Presencial - **Con costo**

 Virtual - **Con costo**

Mayo

Curso - El camino a la transformación Medición del Customer Experience 

 16 Horas
 18 y 19 de mayo
 9:00 - 18:00 Hrs.

Junio

Certificación - Leadership and Management N1 

 16 Horas
 3, 10, 17 y 24 de junio
 9:00 - 13:00 Hrs.

Diplomado
Transformación Digital 

 90 Horas
 19 jun - 27 sep

Julio

Certificación - Leadership and Management N2 

 16 Horas
 8, 15, 22 y 29 de julio
 9:00 - 13:00 Hrs.

¡Inscríbete y especialízate en los temas que se adapten a tu desarrollo profesional!

Escanea y entérate de nuestros cursos



Más información:

capacitacion@imt.com.mx

(52) 55 5340 - 2290 Ext. 6010/6020/6030

www.imt.com.mx

Entrevistas

En el marco del Global CX Forum Fest 2023, realizamos una serie de entrevistas a los conferencistas y panelistas invitados. En esta sección de la revista, publicamos una breve descripción del contenido que se abordó en cada una de ellas y los invitamos a ver el video de la entrevista utilizando el código QR.



Mauricio Alanís
Socio y Director
Consultora aaGa

El futuro de CX es Humano

La industria del *Customer Experience* ha ido evolucionando con el paso del tiempo hasta convertirse en lo que es hoy; ofreciendo más y mejores experiencias, atendiendo dudas y necesidades, resolviendo problemáticas e integrando nuevas tecnologías para poder brindar un mejor servicio. Mauricio platica sobre un modelo basado en las conversaciones humanas.



Transformando la Experiencia del usuario con inteligencia artificial



En la actualidad, empresas de cualquier sector están utilizando la inteligencia artificial para mejorar sus procesos y experiencias, tanto en el funcionamiento de sus operaciones como a la hora de interactuar con sus clientes o usuarios. Martín Barragán comenta el impacto tecnológico y social que ha causado la incorporación de la Inteligencia Artificial en la industria del *Customer* y *Employee Experience*.

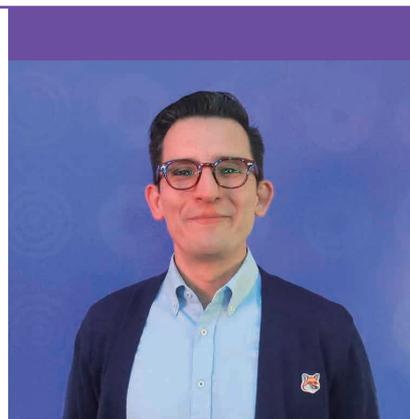


Martín Barragán
Consultor de Políticas Públicas
de TI

De clientes a héroes



A través de una buena narrativa es posible colocar al cliente como protagonista de toda organización, otorgándole mejores experiencias y aumentando su grado de satisfacción. Alfonso menciona lo importante que es brindar al cliente las herramientas necesarias para encontrar alternativas y soluciones a sus preguntas, problemáticas o necesidades.



Alfonso Becerra
Director de Estrategia e
Innovación de la FMF

CALIDAD  IMT

Analiza, comprende y
acciona en pro
del comportamiento
del cliente

¡Acércate a nosotros y conoce más sobre las
herramientas que te ayudarán a lograrlo!



Incrementa la
productividad



Mejora tus
ventas



Detecta áreas
de oportunidad



Conoce mejor
a tus clientes

Para más información: 52 55 5340 2290 Ext. 7000 / 7010 | calidad@imt.com.mx



Bruce L. Belfiore
Senior Research Executive & CEO
de BenchmarkPortal.

CX Benchmark

Las métricas que se utilizan para medir la productividad de un Centro de Contacto, así como la satisfacción de los clientes es muy importante. Bruce analiza las principales métricas operativas que un Centro de Contacto debe desarrollar para cumplir los objetivos de la empresa y las expectativas del cliente. También hace énfasis en la importancia del uso de la Inteligencia Artificial dentro de la industria, ya que a través del *Speech Analytics* y el *Machine Learning* se puede analizar el contenido de las llamadas y de diferentes canales para mejorar la calidad del servicio y, sobre todo, para brindar una mejor experiencia al usuario.



Estrategias para entender mejor a tus clientes



Las organizaciones, independientemente del sector, tamaño o ubicación, deben conocer a sus clientes y brindarles una atención única y de excelente calidad. Luisa explica cómo al tener la tecnología de aliada, el cliente puede encontrar una amplia gama de opciones para poder decidir qué tipo de producto o servicio es el que le conviene de acuerdo con su economía o gusto.



Luisa Bolívar
Project Leader, Data Experience
Manager de Opinio Latam



Marcus Dantus
Fundador y Presidente
de Startup México

Tendencias para mejorar la atención al cliente

A través de la tecnología, la innovación, retención y atracción de talento, las empresas pueden mejorar e incrementar el nivel de atención y experiencia de sus clientes. Marcus explica que, para lograr un balance adecuado entre la tecnología y el factor humano en la industria del *Customer Experience*, la educación que le ofrecemos a las nuevas generaciones de nuestro país es fundamental.



Datos no estructurados: un valor para tu negocio



La automatización de procesos y el uso de la tecnología dentro de la industria, genera a corto, mediano y largo plazo una mejor experiencia, tanto para el colaborador como para el cliente final. Harold plantea lo importante que es para la industria de los Centros de Contacto el uso de la Inteligencia Artificial y el “*Conversational Analytics*” herramientas que monitorean y analizan, en pocos minutos, la información no estructurada que se genera a través de canales de voz y texto en las interacciones con los clientes.



Harold Díaz
Director general
de Ressolve

Cómo generar mejores experiencias con inteligencia artificial



Henry Fernández
Co fundador y CEO
de Cari AI

Son numerosas las soluciones y herramientas que ofrece la Inteligencia Artificial a la industria de los Centros de Contacto. Henry nos comenta que el objetivo principal de esta tecnología es comprometerse con la innovación intuitiva que permita a los usuarios disfrutar de nuevas experiencias y, por otro lado, potenciar las operaciones, reducir los costos y mejorar el servicio y calidad de las empresas de forma inteligente.



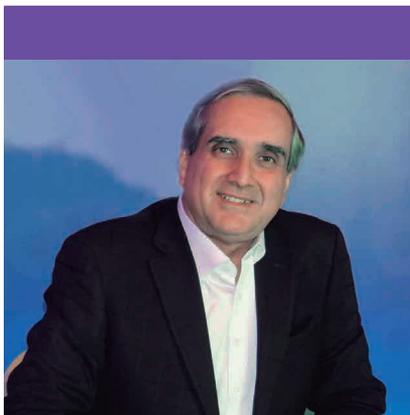
Talento y Conexiones Humanas



Es muy importante para las organizaciones crear un balance entre el uso de nuevas tecnologías y la integración del factor humano; esto con el objetivo de mejorar la calidad del servicio y así poder brindar una mejor experiencia a sus clientes y colaboradores. Eugenio aborda este tema de las conexiones humanas y cómo lograrlo en las organizaciones.



Eugenio Fonseca
Vicepresidente de Operaciones
de Konfío



Marcelo Herrera
Director de Atención a Clientes
de Farmacias Especializadas

Total Experience: caso de éxito de Farmacias Especializadas

Al colocar en el eje central de la organización al cliente, se ha logrado que los agentes de Farmacias Especializadas no solo se dediquen a comercializar medicamentos o tomar pedidos, sino a ofrecer atención médica personalizada, acercamiento a compañías de seguros, fundaciones que apoyan para la adquisición de medicamentos, hospitales y laboratorios. Esto ha dado como resultado, según lo explica Marcelo, brindar una atención empática, segura y confiable de todos sus operadores.



El factor humano es fundamental para la industria del CX



Es indispensable para los Centros de Contacto tener una interacción más humana, ya que a pesar del avance tecnológico y la llegada de una nueva era digital, el factor humano ha sido fundamental para el crecimiento y evolución de la industria. Manuel comparte seis conceptos clave para mejorar el *Customer Experience* de todas las organizaciones: integridad, resolución, expectativa, tiempo, personalización y empatía.



Manuel Hinojosa
Partner Consulting
de KPMG



Ingrid Imanishi
Directora de Soluciones
de NICE

De la atención digital hasta la atención personal

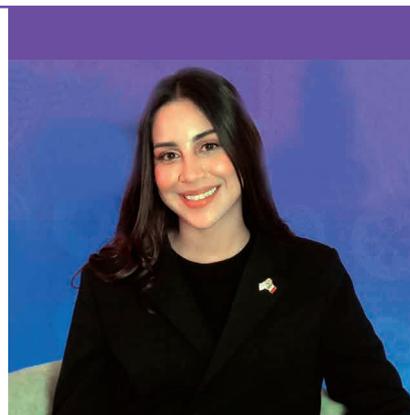
Uno de los retos más grandes para todas las organizaciones será garantizar la uniformidad de estos procesos de atención, con el objetivo de poder brindarle una mejor experiencia a todos sus clientes. Ingrid nos comparte algunas herramientas que necesitan los Centros de Contacto y sus colaboradores para obtener una mejor calidad en el servicio a la hora de atender a sus clientes: automatización, empatía, disponibilidad efectiva y capacitación.



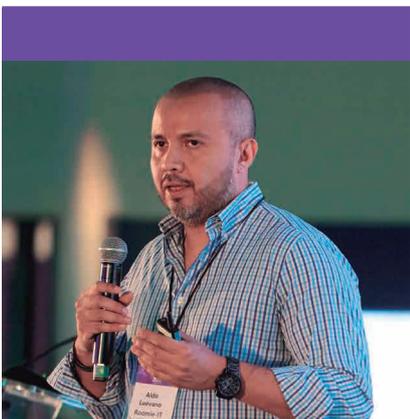
Construyendo ecosistemas de innovación



La iniciativa gubernamental de Israel, su cultura y programas educativos han sido factores clave para desarrollar personas con visión, creatividad y ganas de emprender, posicionando a este país como uno de los grandes emprendedores en materia de tecnología. Karla nos comenta el proceso evolutivo que ha consolidado a Israel como una de las principales naciones a nivel mundial, en materia tecnológica y de innovación.



Karla López
Directora de Desarrollo de
Negocios de la Embajada de
Israel en México



Aldo Luévano
CEO de Roomie-IT



Robótica e inteligencia artificial

Mediante el uso de inteligencia artificial conversacional, hoy en día se puede entablar una conversación coherente, fluida y sin ningún tipo de problema con una máquina o robot. Según explica Aldo, esta tecnología está transformando la manera de comunicarse e interactuar con los clientes de cualquier Centro de Contacto de forma dinámica, rápida, confiable y personalizada, gracias a la integración de asistentes digitales, flujos conversacionales y omnicanalidad.



Somos expertos en gestión y administración de operaciones a través de **nuestras soluciones y personal especializado.**

Nuestro conocimiento y experiencia nos posiciona como líderes en la industria, ofreciendo servicios que se adecuan a tus necesidades como:

1. Chatbot y RPA (Robotic Process Automation)
2. Plataforma Omnichannel (WhatsApp, RRSS, Chat, Mail)
3. Reconocimiento de voz y Speech Analytics

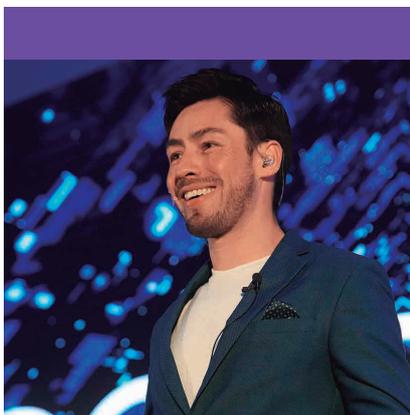
¡Acércate con nosotros!
Tenemos lo que estás buscando.

 www.eficasia.com

 **Tel (55) 5322 0450**

 atencion@eficasia.com





Sergio Nava
Co-founder, Chief Operations
officer, WeWow

The rockstar leadership experience

Sergio comparte los atributos que debe tener un líder dentro de la industria del *Customer Experience* y las diferentes áreas de interacción con el cliente con el objetivo de inspirar a su equipo de trabajo, para brindar empatía, ser más responsables y productivos y, al mismo tiempo, que el resultado se vea reflejado a la hora de interactuar con el usuario o cliente final.



Inteligencia artificial para buscar, evaluar y retener talento



Uno de los principales desafíos sobre talento en la industria es bajar los índices de rotación del personal. Herramientas como la inteligencia artificial están ayudando a seleccionar mejor a los candidatos para las vacantes de los Centros de Atención. Carlos explica cómo las organizaciones pueden detectar, atraer y retener talento, aplicando entrevistas virtuales basándose principalmente en el perfil y experiencia de la persona. Gracias a esta tecnología, ha logrado disminuir la rotación en los Centros de Contacto en un 65% en los primeros meses de su utilización.



Carlos Ortiz Monasterio
Co fundador de Nauphilus



Karla Pacheco
Gerencia Corporativa
de CRM, Grupo Xcaret

Customer Centricity: caso de éxito Grupo Xcaret

Karla nos comparte en esta entrevista lo importante que es colocar al cliente como protagonista de la organización, centrándose en su atención y experiencia, para cumplir con todas sus expectativas. Para lograrlo, es necesario trabajar de la mano con el cliente, garantizar su confianza, personalizar el servicio, innovar y adoptar nuevas tecnologías.



A dónde van las máquinas y cómo los humanos tendremos que adaptarnos



La tecnología ha transformado por completo nuestro ambiente laboral, aportando cambios positivos en la vida de las personas y en los procesos de las empresas haciéndolos más eficientes. Ana Karen explica cómo tras la llegada de nuevas tecnologías como la Inteligencia Artificial, existe el riesgo de que muchos puestos de trabajo se transformen o desaparezcan.



Ana Karen Ramírez
Fundadora y Directora
de Epic Queen

Transforma tu Contact Center y crea conexiones de valor con tus clientes

Descubre cómo en
www.sixbell.com

 **Sixbell**





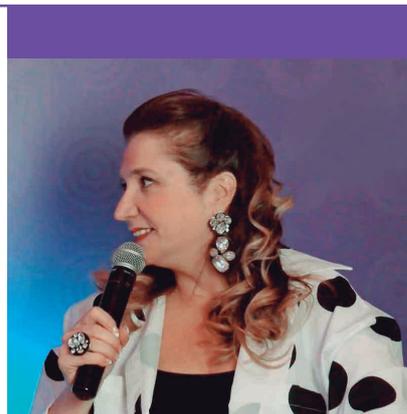
Javier Santana
Director de Transformación
Digital de hola MetroCarrier

Diferenciación en el servicio cuando se utiliza Inteligencia Artificial

El uso responsable de la inteligencia artificial en los diferentes modelos de negocio es uno de los temas que más inquieta en la actualidad. Javier nos comenta cómo es posible utilizar las herramientas de inteligencia artificial con el propósito de brindar un servicio de calidad, así como mejores experiencias a los clientes. Asimismo, nos comparte su opinión sobre la evolución de esta herramienta a corto, mediano y largo plazo, desde la parte operacional, hasta el posible reemplazo que se le puede dar al factor humano.



Elia Santillán
Directora Regional
de Atento



Valeria Pérez
Directora de Transformación y
Relaciones Institucionales
de TKM.

Social: iniciativa en la industria de CX



Elia y Valeria nos platican de una iniciativa para la industria, cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de cada uno de los operadores que trabajan en la industria de los Centros de Contacto mediante aspectos de capacitación, ergonomía, acceso a nuevas tecnologías, flexibilidad de horarios, salud, así como la integración de un ambiente laboral diverso e inclusivo.

Colisión futura



El avance tecnológico permitirá a las nuevas generaciones tomar decisiones inmediatas a la hora de adquirir un producto o servicio. Ramón menciona que, a mediano y largo plazo, será inevitable interactuar con plataformas o aplicaciones que cuenten en su totalidad con inteligencia artificial, mismas que brindarán una atención personalizada y prácticamente sin la ayuda de un ser humano.



Ramón Santoyo
Presidente de *World Future Society* capítulo México



Isaac Solís
Director Presales
de Zendesk Latinoamérica

El impacto de la Inteligencia Artificial en el *Customer Experience*

Encontrar un balance en el uso de la tecnología y el factor humano es el reto más importante de las empresas en lo que a servicio a clientes se refiere. Isaac comenta sobre el uso responsable de nuevas tecnologías dentro de la industria del *Customer Experience*, específicamente de las soluciones basadas en Inteligencia Artificial y su aplicación en diferentes canales.



CONCENTRA BPO

Concentra BPO ofrece una red de talentos, competencias y activos, haciendo que cada interacción sea más simple, más ágil y más segura.

4.1 millones de interacciones mensuales

BPO

Nuestro portafolio de servicios ofrecen una solución totalmente omnicanal sobre una consola única que optimiza la experiencia del cliente. Conoce a detalles nuestra oferta.

- Ventas
- Servicio al Cliente - CX
- Soporte Técnico

RENTA DE INFRAESTRUCTURA

Ofrecemos un lugar seguro, vigilado con tecnología de punta, y las ventajas de un gran corporativo a precios competitivos que hacen de su negocio algo alcanzable y rentable a corto, mediano y largo plazo.

- Infraestructura Física
- Infraestructura Tecnológica
- Servicios Generales

Llámanos YA!

Te damos una propuesta sin compromiso y un mes gratuito de servicios*. *Aplican Restricciones

MAURICIO EICHNER
DIRECTOR COMERCIAL

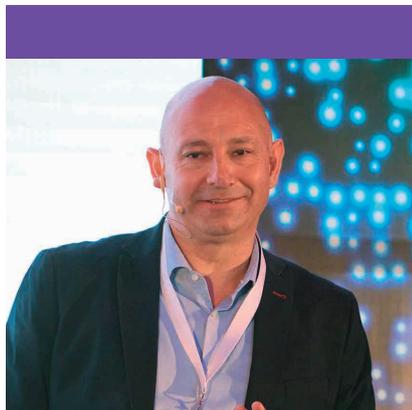


✉ meichner@grupoconcentra.com.mx

☎ +52 55 39998547

🌐 <https://concentrabpo.com.mx/>





Carlos Suárez Alducin
Director LATAM Sales
de Glia

El futuro de la atención al cliente

Gracias a la digitalización del servicio y la automatización de procesos, Carlos comparte soluciones prácticas para que los Centros de Contacto puedan brindar una mejor atención a sus clientes.



Innovación sin Disrupción



Implementar mejores prácticas y soluciones para incrementar la experiencia del cliente, gracias al uso adecuado de nuevas tecnologías y, sobre todo, de la atención personalizada que solo puede brindar el factor humano, es el reto más importante en la industria actualmente. Manuel explica tres conceptos clave para la lograr la humanización en las interacciones de las empresas con sus clientes.



Manuel Torres
Director de Soluciones
de Avaya Latinoamérica



Diana Catalina Velásquez
Chief Data Officer
de Konecta

Analítica e inteligencia artificial aplicadas en el mundo real

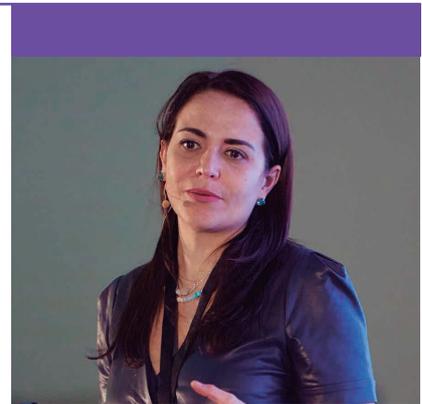
El rol que desempeña el uso de nuevas herramientas tecnológicas como la inteligencia artificial en los *Contact Centers*, brinda nuevas ventajas y oportunidades a los clientes y colaboradores de los Centros de Atención. Diana nos explica en qué consisten estas nuevas oportunidades y cuáles son los principales desafíos que enfrentan las organizaciones a la hora de aplicar esta tecnología en sus soluciones.



La voz del cliente: pieza clave de la industria de CX



En esta entrevista, Irma explica lo importante que es para las organizaciones escuchar, atender y dar soluciones inmediatas a sus clientes o usuarios, porque puede generar un grado más alto de empatía, comunicación y confianza, independientemente del canal por el que se esté atendiendo.



Irma Wilde
VPGM, Customer Service,
AT&T México



Fernanda Zenizo
Directora General
de Intelab



Inteligencia Artificial y su impacto en la selección de talento

Una de las mayores ventajas de la inteligencia artificial dentro del *Employee Experience*, ha sido el poder seleccionar el perfil de una persona y conocer si es apto o no para ocupar un puesto de trabajo. El objetivo de la llamada "Inteligencia Laboral" es solucionar problemas de eficiencia, rotación, retención y atracción de talento. Fernanda explica cómo la Inteligencia Artificial no sólo ha ayudado a las organizaciones a aumentar la experiencia de sus clientes y optimizar sus procesos, también ha logrado impulsar la productividad, la creatividad y la satisfacción de sus colaboradores.



Ressolve.

Conversational Analytics

¡Hablamos tu idioma!

Analítica de voz y texto especializado en español latinoamericano. Utiliza nuestra herramienta de inteligencia artificial y descubre cómo mejorar tus canales de servicio y comunicación.



Agenda una cita aquí



resolve.ai

Talleres

Taller 1

Administración del Contact Center: Indicadores clave del Customer Experience

Impartido por:

Francisco Caudillo
 POET Strategic Accounts
 Qualfon México



Taller 2

Introducción al desarrollo ágil con Scrum: Aprende a maximizar la eficiencia y el impacto de tus proyectos

Impartido por:

Francisco Magaña
 Hi Performance
 Business Strategy Coach



Taller 3

Diseña la experiencia de tu cliente

Impartido por:

Mauricio Alanís
Consultor de
Marketing y Negocios



Taller 4

Transformación Digital del CC & CX

Impartido por:

Alejandro Orozco
SI Gateway
Director



Taller 5***Employee Experience Design*****Impartido por:**

Valeria Pérez
 Grupo TKM
 Directora de Transformación y
 Relaciones Institucionales

**Taller de Alta Dirección****Alta Dirección y Gestión
Estratégica del Contact Center****Impartido por:**

Eugenio Fonseca
 Vicepresidente
 de Operaciones
 de Konfío



Reseña fotográfica



Cari AI





net2phone



Avaya



Senzo





ho1a MetroCarrier



Verint



ipcom



Startup México



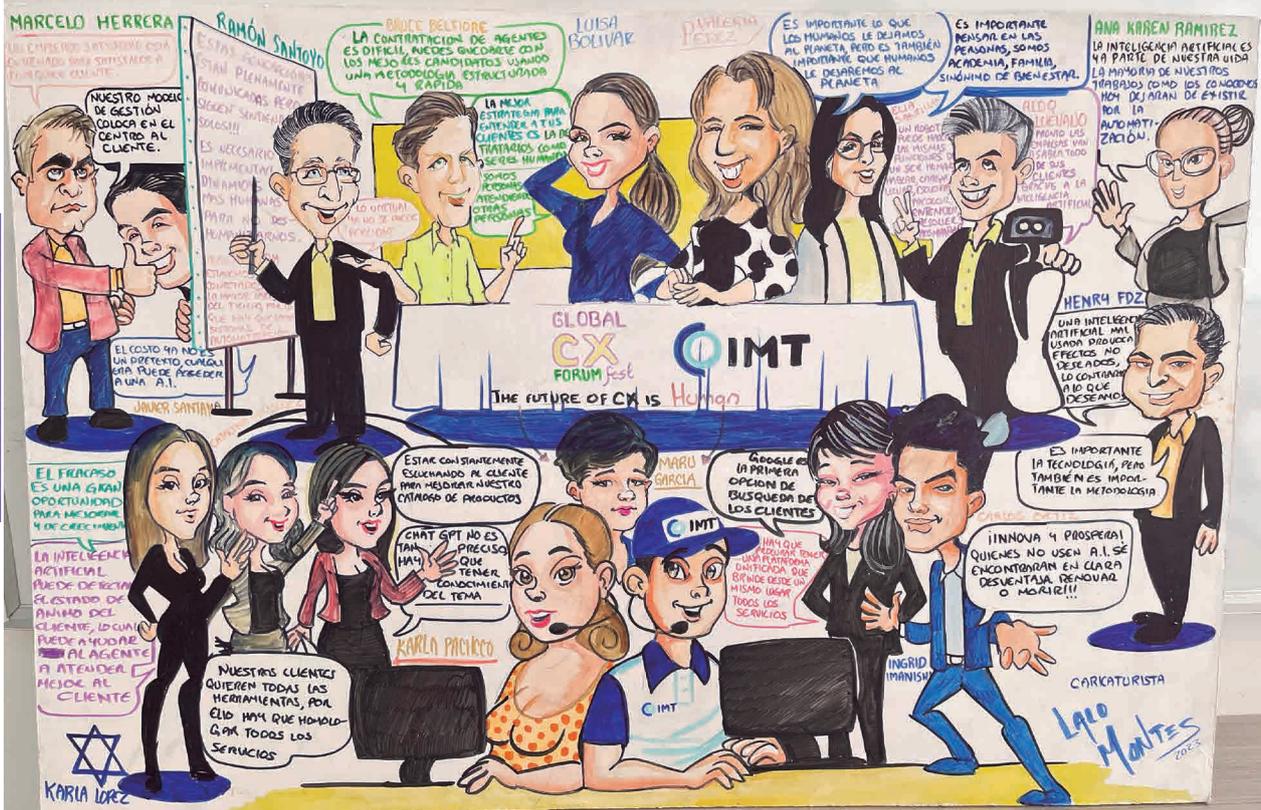
Wolkvox



Huawei



Glia



Zendesk





Directo



Gupshup



Five9



Sixbell





NICE



fonolo



Mitrol



Vocalcom

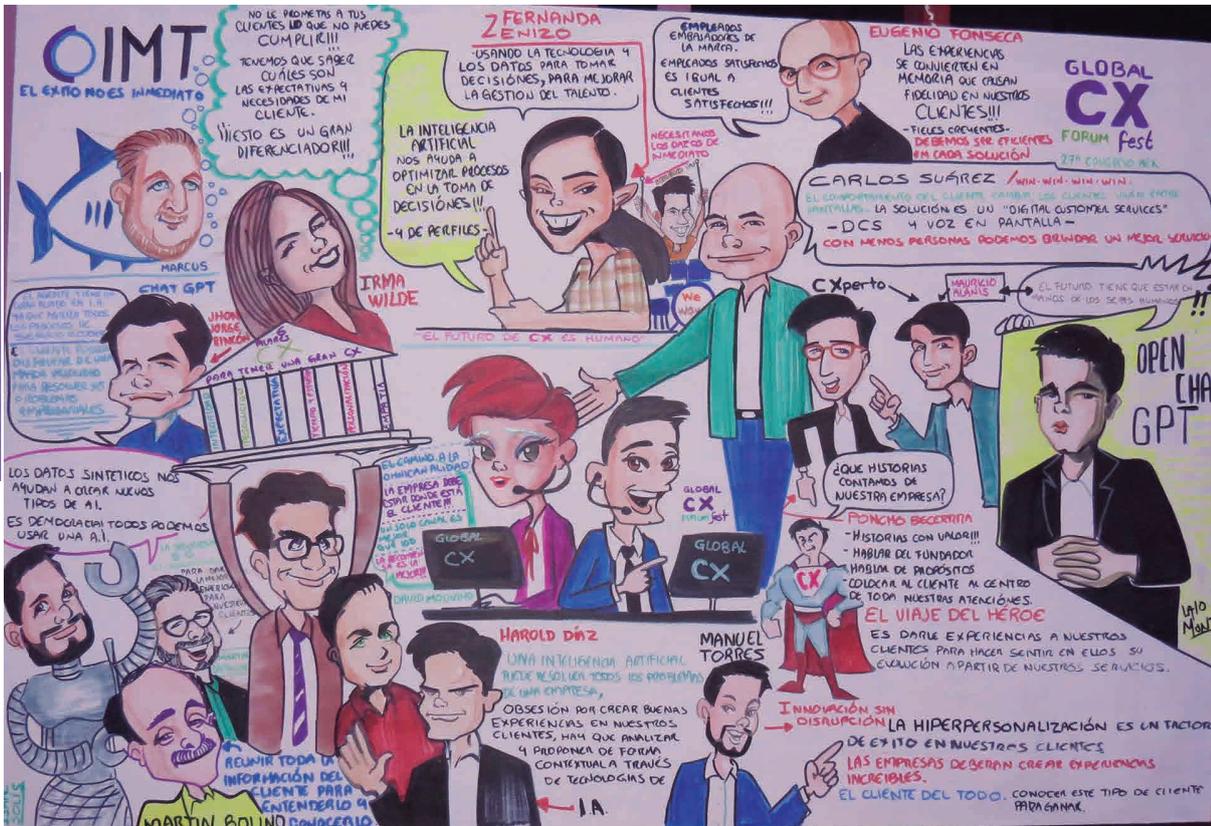


SI



WeWow





2bglobal inaugura nuevas oficinas en su 15 Aniversario



A raíz de la pandemia y tras la llegada de una nueva era digital, las necesidades y los procesos de transformación de las empresas han ido evolucionando de forma continua, por ende, las exigencias de los usuarios o clientes también se han vuelto más apremiantes. Debido a ello, ha sido esencial para la industria del *Contact Center* y del *Customer Experience* apostar por nuevos cambios dentro de su entorno: tecnología, capacitación, atracción y retención de talento, nuevos modelos de trabajo e infraestructura.

Por esta razón y en el marco de su decimoquinto aniversario, 2bglobal, líder en Procesos de *Customer Experience* y BPO, estrenó nuevas oficinas en el corporativo Sentura, ubicado en el municipio de Tlalnepantla de Baz, Estado de México, con el objetivo de brindar un ambiente de trabajo moderno, cómodo y funcional para sus empleados y colaboradores.

“La experiencia que les queremos dar a nuestros clientes empieza desde la que le damos a nuestros empleados. Para nosotros es fundamental que la vivencia de su día a día sea la mejor, para



Jesús Alejandro Oviedo Canela, María Eugenia García Aguirre, Christian Miguel Oviedo Aguilar y David Alejandro Oviedo Aguilar.



que puedan desarrollar su trabajo de acuerdo con la experiencia que como Contact Center queremos ofrecer a cada uno de nuestros consumidores”, detalló Christian Oviedo, Director General Adjunto y Director Financiero de 2bglobal.

Este nuevo espacio de trabajo representa tanto para los ejecutivos como para los colaboradores un elemento imprescindible para un mejor ecosistema competitivo, que le permitirá a 2bglobal continuar con su crecimiento sostenido en los años futuros, al consolidar los distintos servicios que ofrece la industria de atención al cliente con el uso de sus principales recursos estratégicos: infraestructura, talento y tecnología.

“Empezamos como un BPO que solamente hacía cobranza y telemarketing, hoy contamos con muchos más servicios como atención a clientes, back office, analytics, entre muchos otros. La empresa ha venido evolucionando, no solamente en los servicios que ofrece, también en sus soluciones tecnológicas, en su cartera de clientes y

ahora con estas nuevas instalaciones para brindar y obtener una mejor experiencia”, mencionó Oviedo. Este es un hito importante en la historia de la empresa y una muestra más del compromiso que tienen al brindar un servicio de calidad y excelencia.



Con más de 1,200 metros cuadrados, alrededor de 250 estaciones, acceso para personas con alguna discapacidad y un cuarto de maternidad (*Mother's Room*), entre otras características, este nuevo espacio cuenta con tecnología e infraestructura de primer nivel. Sin duda, un Centro de Contacto con todas las capacidades para brindar el mejor servicio a sus clientes, pero también con la posibilidad de crecer el número de estaciones en el corto plazo dentro del mismo corporativo.

Desde su fundación en 2008 por Alejandro Oviedo, Director General, 2bglobal ha evolucionado de acuerdo con las tendencias de la industria, en la actualidad dispone de dos sedes en la zona metropolitana de la Ciudad de México, mil espacios de trabajo y atiende a más de 15 países en dos idiomas.

En un mundo donde marcar la diferencia es el día a día para mantener una base sólida de clientes, tener un *Contact Center* con una infraestructura orientada hacia la satisfacción no solo del cliente, sino también del colaborador, es definitivamente la clave para garantizar el éxito de cualquier negocio, además de que permite obtener grandes beneficios:

- ▶ Mayor productividad.
- ▶ Mejor servicio a los clientes o usuarios.
- ▶ Espacio suficiente y mobiliario adecuado.



- ▶ Servicios que garantizan la integridad de los operadores (vigilancia, sanitarios, cafetería, comedor, espacios recreativos, etc.).
- ▶ Mejor infraestructura tecnológica (red, computadoras y servicios de soporte).

Las nuevas oficinas de 2bglobal ya se encuentran en operación, cuentan con instalaciones de primer nivel y espacios totalmente inclusivos *“Sabemos perfecto que, si los colaboradores se sienten bien, contentos, cómodos y motivados, su productividad se notará en cada una de las campañas que estos desempeñen. Creemos que estos pequeños detalles son de suma importancia para todo el equipo, y, en consecuencia, eso se trasladará de manera positiva hacia una mejor experiencia del cliente”*, puntualizó David Oviedo, Coordinador de *Marketing* y Gerente de Desarrollo de Nuevos Negocios

Contar con espacios adecuados, con todos los servicios y la mejor tecnología, es fundamental para facilitar la operatividad de cualquier Centro de Contacto. Estos ambientes permiten gestionar interacciones con clientes, administrar campañas y, sobre todo, llevar a cabo cualquier tipo de proyecto con éxito.

Cabe destacar que en conjunto con su equipo directivo renovado y con experiencia en la industria de *Contact Centers*, 2bglobal se encuentra construyendo una nueva visión de lo que es y será en el futuro.

Confie: expansión y consolidación en territorio mexicano



Confie, la compañía de distribución de seguros de líneas personales más grande de Estados Unidos, continua con la expansión en su división de procesos empresariales (BPO) operando continuamente sus centros de servicios establecidos en Tijuana. Como parte de sus servicios, sus locaciones en México estabilizan la expansión de la compañía como centro de llamadas y servicios de *outsourcing*, además facilitan el desarrollo del negocio.

Seguros Confie inició sus operaciones en Tijuana, Baja California, México, en 2008, cuando Confie, la mayor agencia y corredor independiente de líneas personales en los Estados Unidos, adquirió Freeway Insurance y trasladó las operaciones de apoyo y administración a Tijuana. Durante los años siguientes, la compañía se trasladó a un nuevo edificio en la zona financiera de Tijuana en 2016. Hoy en día, Seguros Confie cuenta con más de 1,500 empleados distribuidos en ambas sedes y en modalidad *work from home*. Seguros Confie da servicio a los 50 estados del país vecino.

“Esta expansión marca un crecimiento significativo para nuestra división de BPO y es una gran oportunidad para que las empresas aprovechen



Santiago Cordero, Vicepresidente de Operaciones y GM Tijuana.

nuestras herramientas de negocio para aumentar sus clientes e ingresos” menciona César Soriano, CEO de Confie.

El objetivo no solamente es tener presencia en la comunidad como empresa, sino también, mostrarse como una organización solidaria y colaborativa. Por esta razón, Confie ha establecido un programa de responsabilidad social, el cual permite que sus colaboradores ayuden voluntariamente a la comunidad donando a asociaciones, asilos y refugios. Esta iniciativa ha colocado a la compañía como uno de los centros de llamadas más importantes de la zona financiera de Tijuana.

“Nos hemos posicionado como una de las mejores empresas para trabajar por su adaptación al cambio e implementación de diferentes



estrategias e innovaciones. Hoy en día, contamos con un personal preparado y calificado para ofrecer experiencias únicas y personalizadas a nuestros clientes”, comenta Santiago Cordero, Vicepresidente de Operaciones y GM Tijuana. Y agrega: “lo que nos distingue como empresa es nuestro compromiso por establecer un ambiente en donde los integrantes de nuestro equipo se sientan motivados a crecer y ser una influencia positiva para sus comunidades”.

A lo largo de esta última década, la empresa ha desarrollado una división de procesos de negocios nearshore para ayudar a las organizaciones a optimizar sus operaciones proporcionando soluciones de centro de llamadas. También, se ha vuelto un representante clave en la industria del BPO, específicamente en el sector financiero y de seguros, al proporcionar la tecnología y las herramientas adecuadas para que a través del *Customer Experience* y la calidad del servicio, las empresas logren consolidarse como las mejores del mercado.



En 2021, el medio de comunicación más popular de la ciudad “*Yo amo Tijuana*”, nombró a la sede como el mejor *Call Center* en la localidad para trabajar. Con opciones de seguros flexibles, un valor excepcional y un servicio de calidad, la empresa aspira a ser la fuente más confiable de soluciones de seguros para que los clientes puedan estar tranquilos en cuestión financiera.

Para más información visita:
www.confie.mx

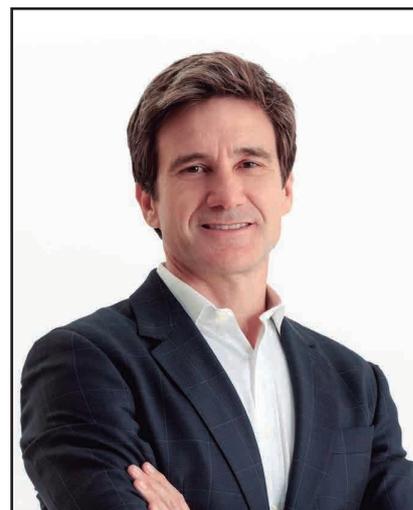
La industria de CX y BPO tiene mucho camino por delante

Konecta

>> Lourdes Adame Goddard

Ante la inminente utilización de la inteligencia artificial dentro de los Centros de Contacto para la interacción con clientes, se han pronosticado la pérdida de empleos para los agentes de contacto, sin embargo, la realidad todavía no demuestra que esto esté sucediendo, sino más bien, está aligerando la carga de esas interacciones de poco valor.

En entrevista con Mariano Castaños Zemborain, CEO Américas de Konecta, nos comenta cómo desde su perspectiva, los Centros de Contacto BPO tienen todavía mucho camino por recorrer y cómo México tiene una posición privilegiada para promover la creación de empleos de alto valor aprovechando el *nearshore*.



Mariano Castaños Zemborain, CEO Américas de Konecta.

¿Cuáles son las proyecciones de Konecta para este 2023?

Konecta es una empresa líder a nivel mundial, está en el top cinco de los BPO en el mundo y nuestras proyecciones de crecimiento son muy optimistas y ambiciosas en Latinoamérica, tanto por sus mercados propios o tercerizando desde aquí a los mercados de Norteamérica.

Los clientes de Estados Unidos cada vez confían más en los países de América Latina para brindar y atender a sus clientes, para tercerizar con nosotros la gestión de sus clientes. Cada día se reconoce más a Latinoamérica como la plataforma preferida para brindar servicios a los estadounidenses. Por otro lado, también están los servicios offshore desde España hacia Latinoamérica, por lo que estamos muy entusiasmados del gran potencial que tiene Konecta a nivel global.

¿Qué importancia tiene México dentro de la Región de América Latina?

México es la plataforma por preferencia de Estados Unidos, la unión cultural que hay, el bilingüismo de México se sustenta mucho en mexicanos que vivieron y estudiaron en Estados Unidos y vuelven con un lenguaje más auténtico, más cercano al acento y la conexión cultural es espectacular, con lo cual México es la primera opción en América Latina para ofrecer nuestros servicios hacia el mercado norteamericano. México tiene recursos, infraestructura, talento disponible para estos servicios y las gestiones que se ofrecen desde México son de altísima calidad.

Por nuestra parte, tenemos una apuesta muy fuerte en este país, estamos desarrollando desde hace 2 años un esfuerzo comercial muy fuerte en Estados Unidos para captar clientes en el segmento del

nearshore, nos está yendo muy bien y queremos crecer mucho este mercado y nuestras dos plataformas de preferencias para brindar este servicio son México y Colombia.

¿Cuáles son los principales retos de México para ofrecer mejores servicios de BPO?

México tiene una posición privilegiada por su excelente posicionamiento y la identidad cultural con Estados Unidos. Lo que se requiere es seguir impulsando y mejorando el nivel de inglés de los jóvenes. Hay muchos mexicanos que regresan de Estados Unidos después de vivir uno o dos años allá, por lo que se debería impulsar, junto con el gobierno, el seguir con el aprendizaje del inglés y la creación de empleos en los BPO de alta calidad que impacta el desarrollo profesional de los jóvenes y de las economías de las ciudades grandes y pequeñas.

Además, el Contact Center permite la capacitación en las últimas tecnologías de interacción con clientes y otro tipo de formación profesional como ventas, comunicación, etc. México puede seguir creciendo mucho en la generación de empleos de BPO.

¿Cómo está cambiando la Inteligencia Artificial el ecosistema del servicio al cliente?

El impacto es exponencial de una dimensión de momento desconocida para el mundo en general y que va a impactar a todas las industrias como la médica, la educación, el entretenimiento...

Inicialmente se dijo que la Inteligencia Artificial iba a eliminar las personas de los Contact Centers, como en el pasado se predijo lo mismo con la llegada de los IVR, sin embargo, la calidez, el talento humano, la capacidad de empatizar con el otro, nunca se va a remplazar. Claramente las interacciones de poco valor son las que podrán ser sustituidas por un bot, pero los momentos de la verdad de la marca con sus consumidores, donde el cliente necesite de alguien que le resuelva una necesidad o problema, es allí cuando sea necesaria la presencia de una persona capacitada y preparada para resolver una situación, con una enorme capacidad de empatía y resolución, y empoderada para resolver la necesidad del cliente.

Con seguridad habrá una reducción sustancial de las transacciones de poco valor hacia los agentes de servicio, que irán a los sistemas automatizados o de autogestión, en cambio, habrá un gran desarrollo en la calidad de las transacciones de valor.

Bajo esta visión, los Centros de Contacto no van a desaparecer ni mucho menos y yo creo que se van a fortalecer en lo que es la evolución de la humanidad, siempre se ha demostrado que nuevas soluciones traen nuevas complejidades y la I.A. nos traerá nuevas soluciones, pero también nuevas complejidades que estará en los seres humanos resolver.

Desde la primera y segunda revolución industrial, se pensaba que iba a desaparecer el trabajo para el hombre y la realidad demostró que no es así; siempre hay nuevos horizontes, nuevos retos y nuevos caminos para volcar nuevos retos con las personas.

Estamos convencidos de que la Industria del CX BPO tiene mucho camino por delante y es nuestro reto como profesionales, como ejecutivos y como personas tomar las decisiones para llevar este camino, esta transformación y evolución de la mejor manera posible.

¿Cuál es el diferencial competitivo de Konecta?

En Konecta nos caracterizamos por ser una empresa muy potente en la ejecución y muy cercano al negocio de nuestros clientes, desde el CEO de global de la compañía, todo el equipo de la región y yo mismo como CEO de la región, estamos muy cerca de las operaciones de los clientes, entendemos la necesidad de los retos de nuestros clientes y los llevamos a nuestros servicios y soluciones.

La innovación, por otra parte, nos da muchas ventajas a nuestros competidores en términos de modelos de inteligencia artificial, analytics, automatización y todo lo que es la gestión de multicanalidad, los distintos puntos de contacto con los clientes y logramos movernos con mayor velocidad y mejor, y eso se ve en nuestras ofertas y en nuestros servicios por lo que nos reconocen nuestros clientes.

Somos líderes absolutos en los mercados donde operamos en esta región como Perú, Colombia, Argentina, muy sólidos en México, muy sólidos en Brasil y creciendo exponencialmente; muy fuertes en Chile, en Guatemala, el Salvador y estamos creciendo con mucha celeridad en el mercado de EEUU. Esto como consecuencia de una gran capacidad comercial que hemos desarrollado que nos permite estar cerca de los clientes, los transformamos en socios y esto se traduce en mejor experiencia para los consumidores.



¡El Premio Nacional cumple 18 años de reconocer las mejores prácticas del *Customer Experience*!



EDICIÓN
18^a
PREMIO NACIONAL



El pasado 15 de marzo, en el marco del 27 th Global CX Forum Fest, se llevó a cabo la entrega del Premio Nacional *Customer Experience & Employee Experience*, en su décima octava edición

Durante su discurso de bienvenida, Ma. Eugenia García Aguirre, Directora General del IMT, reconoció y mencionó cómo es que a lo largo de estos años ha tomado fuerza en el sector esta celebración: “Recuerdo cuando presenté por primera vez esta iniciativa, sin imaginar la relevancia que tomaría para nuestra industria este gran proyecto. Cada uno de estos años nos han brindado la magnífica oportunidad de favorecer al desarrollo, la mejora continua y la excelencia”.



Ma. Eugenia García Aguirre, Directora General del IMT.

Como cada año,
previo a iniciar
la premiación,
se otorgó el
reconocimiento
anual a la
Personalidad del
año en la industria

En esta ocasión está distinción fue para Elia Santillán Moncayo, Directora Regional de Atento México, a quien se reconoció su trayectoria y contribución en la industria por su aportación y colaboración al impulsar y mejorar la experiencia de clientes a través de la adopción de nuevas tecnologías y herramientas digitales. Además es una mujer líder con un alto sentido de compromiso y afinidad a las necesidades de clientes y colaboradores, quien ha profundizado en los últimos años en prácticas de inclusión y diversidad y actualmente tiene el reto de dirigir a más de 15 mil colaboradores dentro de 15 Centros de Contacto. Elia Santillán este año apareció dentro del *ranking* de "Las 100 mujeres más poderosas de los negocios", publicado por la editorial Expansión.

El Premio Nacional se ha convertido en el máximo reconocimiento de prestigio y distinción de nuestra industria. Este año participaron 70 empresas y el jurado calificador estuvo integrado por más de 60 expertos en CX, tecnología, gestión de talento y operaciones de áreas de interacción con clientes, a todos ellos nuestro agradecimiento. Asimismo, agradecemos la confianza de Atento, Convertía, Konecta y Pentafon que fueron nuestros patrocinadores oficiales.

En una ceremonia especialmente emotiva en esta ocasión, los participantes contagiaron su gran emoción y energía a través de porras, ovaciones, aplausos, e inclusive algunos ganadores se presentaron con sus botargas oficiales para festejar sus logros, inundando con un ambiente de celebración y alegría a todos los participantes.

A continuación se presenta la lista de las organizaciones ganadoras de las quince categorías que integran el Premio Nacional *Customer Experience* y *Employee Experience*. 

Reconocimiento a la personalidad 2023



Elia Santillán Moncayo, Directora Regional de Atento México, con su familia y colaboradores.



IA conversacional para mejorar la eficiencia y la CX

Automatiza procesos clave de tu negocio sin perder el toque humano. Ahorra tiempo y recursos con nuestra plataforma BSP de WhatsApp.

3

PREMIO NACIONAL

PREMIO
NACIONAL CX

Mejores Estrategias

Mejor Estrategia de *Customer Experience*

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	Wepartner	Atención equipajes
Plata	DHL Express	Mejorando experiencia en aduanas: niveles de servicio y atención al cliente
Bronce	HP	Recorriendo el camino marcado por el cliente, mediante una metodología de 4DX para superar los 80 puntos de NPS

Mejor Estrategia de *Customer Experience* BPO-KPO-ITO

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	Especialistas Contacto Directo	Mejor Estrategia de Implementación BPO
Plata	Muñoz C. y Asociados	Satisfacción garantizada
Bronce	Teleperformance	TPCX: Gestión holística de la voz del cliente

Mejor Iniciativa de *Customer Service* BPO - KPO- ITO

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	Teleperformance	CSAT y algo más
Plata	Telvista	Support line México e internacional
Bronce	Eficasia	Mi pensión digital

Mejor Iniciativa de *Customer Service*

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	DHL Express	IHD international help desk
Plata	Grupo Bimbo	Connection Center: CS/CX integrado y proactivo
Bronce	BanBajío	Conexión negocios: facilidad, experiencia y satisfacción

Mejor Estrategia de Ventas

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	Grupo Bimbo	Bimbo contigo: eficiencia y efectividad digital
Plata	BanBajío	Atiende: Alineando Oportunidades, superando metas
Bronce	Philip Morris International	Modelo de Venta Remota: Evolucionando el modelo gestión, desde el origen del prospecto hasta su conversión

Mejor Estrategia de Ventas BPO - KPO- ITO

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	Especialistas Contacto Directo	Mejor Estrategia de Ventas
Plata	Teleperformance	TP Analytics: analítica disruptiva B2B
Bronce	VCIP	Seguimiento y asesoría personalizada como factor de éxito en la venta de seguro de autos particulares

Mejor Contribución en Responsabilidad Social

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	Samsung México	Samsung, un compromiso inclusivo y con el planeta

Mejor Estrategia de Operación - In Company

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	American Express	Innovando sin fronteras: México como centro de excelencia en prevención de fraudes
Plata	Izzi	izzi app trámites
Bronce	Izzi	Centro de ayuda izzi

Mejor Estrategia de Operación - BPO - KPO -ITO

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	Teleperformance	TP TAP: La nueva manera de cambiar comportamientos operativos
Plata	Telat-Group	Procesos disruptivos que llevan al cambio (Carvana)
Bronce	Contactus	Construyendo un modelo de negocio: Excelencia operativa & Customer Experience

Mejor Estrategia de Transformación Digital CX - Mejor Iniciativa de *Data Analytics*

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	DHL Express	<i>Powering Business Intelligence</i> , la era de tomar la mejor decisión visualizando datos
Plata	BanBajío	Calidad con inteligencia y toque humano
Bronce	LG Electronics	<i>LG Chatbot data analytics</i>

Mejor Estrategia de Transformación Digital CX - Mejor Iniciativa de Automatización

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	TKM	Appasionados por el CX
Plata	SAT	OrientaSAT
Bronce	Tecnológico de Monterrey	Asistente Virtual <i>TECbot</i>

Mejor Estrategia de Transformación Digital CX - Mejor Uso de la Tecnología

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	BanBajío	Multiventas: las mejores soluciones al alcance de una llamada
Plata	COMEX	Club Comex
Bronce	American Express	<i>WhatsApp México</i>

Mejor Estrategia de Transformación Digital CX - Mejor Uso de la Tecnología BPO-KPO-ITO

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	Teleperformance	TP KIIN: Desarrollo web y móvil de gestión de horarios
Plata	Pentafon	Cobranza cognitiva sistematizada: El modelo que crea experiencias memorables
Bronce	Atento	<i>CX ShowRoom</i>

Premio Global CIC 2023 v2.0

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE DEL CASO
Oro	Coca Cola Femsa	Organización con el más alto puntaje de todas las organizaciones certificadas <i>InCompany</i>
Oro	Konexo Contact + Solution Center	Organización con el más alto puntaje de todas las organizaciones certificadas BPO- KPO - ITO
Oro	Distribuidora Modelo en Villa Nicolás Romero	Organización con mayor crecimiento vs al año anterior
Plata	TKM	Organización con el puntaje más alto en su primera evaluación



**PREMIO
NACIONAL CX**

EDICIÓN
18^a

**PREMIO
NACIONAL**



**PREMIO
NACIONAL EX**



**¡Gracias a ti el evento fue
todo un éxito!**

Patrocinado por:

ATENTO

 **convertia**

Konecta



PENTAFON
CONTACT CENTER & CXSP

3

PREMIO NACIONAL



PREMIO NACIONAL CX

Mejor Estrategia de *Customer Experience*

EMPRESA
Wepartner

NOMBRE DEL CASO
Atención equipajes

ORO



Enna Orozco Millet y Emilia Depaz.

PLATA



Luis Saturno Chui, Ulises Valencia, Equipo de supervisión, Marcela Cortés, Alexandro Gaxiola y Andrés Herrera.

EMPRESA
DHL Express

NOMBRE DEL CASO
Mejorando experiencia en aduanas: niveles de servicio y atención al cliente

BRONCE



Simeon Lara, Gabriel Romero, Rosario Juárez y Edgar León.

EMPRESA
HP

NOMBRE DEL CASO
Recorriendo el camino marcado por el cliente, mediante una metodología de 4DX para superar los 80 puntos de NPS

Mejor Estrategia de *Customer Experience* BPO-KPO-ITO



Carlos Roberto Godoy Morales, Paulina Alejandra Rivera Cortés, Danae Murgía Rodríguez, Israel Ricaño Martínez, Angeles Monserrat Oropeza Camacho, Alberto Jorge López Mejía, Roxana Teran Piña y Enrique Talavera Jaimes.

EMPRESA

Especialistas Contacto Directo

NOMBRE DEL CASO

Mejor Estrategia de Implementación BPO

EMPRESA
Muñoz C. y Asociados

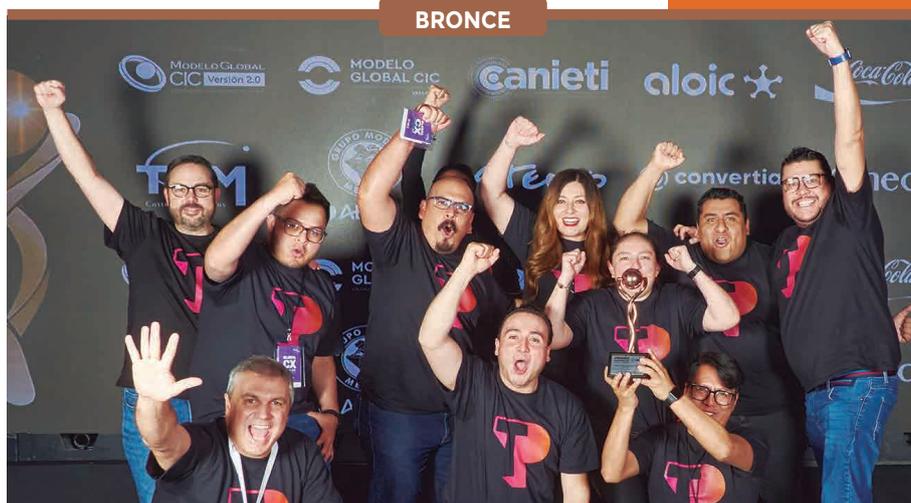
NOMBRE DEL CASO
Satisfacción garantizada



César Muñoz, Salvador Limón, Rosario Ortiz y Óscar Hernández

EMPRESA
Teleperformance

NOMBRE DEL CASO
TPCX: Gestión holística de la voz del cliente



Equipo Teleperformance.

3

PREMIO NACIONAL

Mejor Iniciativa de *Customer Service* BPO - KPO- ITO

EMPRESA

Teleperformance

NOMBRE DEL CASO

CSAT y algo más



ORO

Equipo Teleperformance.

PLATA



Edgar Celaya, Arturo Limón, Verónica Santana y Brigitte Mabel Trejo.

EMPRESA

Telvista

NOMBRE DEL CASO

Support line México e internacional

BRONCE



Magdalena Arias, María Galicia, Eduardo Oropeza, Hugo Velarde, Yanet Romero y Rosa María Bautista.

EMPRESA

Eficasia

NOMBRE DEL CASO

Mi pensión digital

Mejor Iniciativa de Customer Service

ORO



Luis Saturno Chui, Francisco Moya, Equipo IHD, Isaac Meneses, Alejandra Domínguez y Dulce Fajardo.

EMPRESA
DHL Express

NOMBRE DEL CASO
IHD international help desk

PLATA



Leticia Sánchez, Andrea Prieto, Pía Heredia, Andreína Palacio, Sara Sierra, Giustina Trevisi y Facundo Castro.

EMPRESA
Grupo Bimbo

NOMBRE DEL CASO
Connection Center:
CS/CX integrado y proactivo

BRONCE



Carlos Álvarez de la Cadena, Fernanda Llamas y Jesús Gallo.

EMPRESA
BanBajío

NOMBRE DEL CASO
Conexión negocios:
facilidad,
experiencia y
satisfacción

3

PREMIO NACIONAL

Mejor Estrategia de Ventas

ORO



Andrea Prieto, Leticia Sánchez, Pía Heredia, Sara Sierra, Giustina Trevisi, Andreína Palacio y Facundo Castro.

EMPRESA
Grupo Bimbo

NOMBRE DEL CASO
Bimbo contigo:
eficiencia y
efectividad digital

EMPRESA
BanBajío

NOMBRE DEL CASO
Atiende: Alineando
Oportunidades,
superando metas

PLATA



Carlos Álvarez de la Cadena, Sergio Medinilla, Karla Hernández, Cecilia Negrete, Aurora Torres y Jesús Gallo.

EMPRESA
Philip Morris
Internacional

NOMBRE DEL CASO
Modelo de Venta
Remota: Evolucionando
el modelo gestión,
desde el origen del
prospecto hasta su
conversión

BRONCE



Josué Berlanga, Martha Camacho, Carolina Cruz, Virginia Madera, Fernando Jiménez, Víctor Mondragón y Sergio Tesorero.

Mejor Estrategia de Ventas BPO - KPO- ITO

EMPRESA

Especialistas Contacto Directo

NOMBRE DEL CASO

Mejor Estrategia de Ventas



Carlos Roberto Godoy Morales, Paulina Alejandra Rivera Cortés, Danae Murgía Rodríguez, Israel Ricaño Martínez, Ángeles Monserrat Oropeza Camacho, Alberto Jorge López Mejía, Roxana Teran Piña y Enrique Talavera Jaimes.

PLATA



Equipo Teleperformance.

EMPRESA

Teleperformance

NOMBRE DEL CASO

TP Analytics: analítica disruptiva B2B

BRONCE



Roberto Hernández, Jaír López, Luis Mancilla, Elizabeth Ramírez, Adrián González, Roberto Muñoz, Marco Galán, Martha Cruz, Alejandra Garrido, Susana Fabela, Luis Carranza, Raúl Fernando Ruíz, José Luis Torres, Héctor Alfonso, Jonathan Sosa, Marco Cornejo y José Bracho.

EMPRESA

VCIP

NOMBRE DEL CASO

Seguimiento y asesoría personalizada como factor de éxito en la venta de seguro de autos particulares

3

PREMIO NACIONAL

Mejor Contribución en Responsabilidad Social

EMPRESA
Samsung México

NOMBRE DEL CASO
Samsung, un compromiso inclusivo y con el planeta



Rafael Ramírez, Víctor Herrera y Luis Rivera.

Mejor Estrategia de Operación - In Company



Mario García, Julia Mendoza, Rodolfo Gutiérrez, Barbara Landa, Juan Carlos Mainero, Sarah Calderón, Cynthia Castillo

EMPRESA
American Express

NOMBRE DEL CASO
Innovando sin fronteras: México como centro de excelencia en prevención de fraudes



José Alberto González Fischer Flores, Jonathan López Luna, Isaac Herrera Martínez, Elsa Gómez Carmona, Ayrton Arturo García Hernández, Luis Alberto López Contreras y César Augusto Palacios Cervantes.

EMPRESA
Izzi

NOMBRE DEL CASO
izzí app trámites

EMPRESA
Izzi

NOMBRE DEL CASO
Centro de ayuda izzí

Mejor Estrategia de Operación - BPO - KPO -ITO

ORO



Equipo Teleperformance.

EMPRESA
Teleperformance

NOMBRE DEL CASO
TP TAP: La nueva manera de cambiar comportamientos operativos

EMPRESA
Telat-Group

NOMBRE DEL CASO
Procesos disruptivos que llevan al cambio (Carvana)

PLATA



Mauricio Cruz, Karina Sánchez, Óscar Gómez, Diana Cortina, Luis Cortina y Luis Cortina Moncada.

EMPRESA
Contactus

NOMBRE DEL CASO
Construyendo un modelo de negocio: Excelencia operativa & Customer Experience

BRONCE



Óscar Pérez Nieto, Jonathan Valle Morales, Raúl Zarate Rojas, Salvador Alvarado Rosas, Noe Belmonte Aranda, Claudia Reyes Mendoza, Daisy Hernández Robles y Héctor Flores Taxis.

3

PREMIO NACIONAL

Mejor Estrategia de Transformación Digital CX - Mejor Iniciativa de *Data Analytics*

ORO



EMPRESA
DHL Express

NOMBRE DEL CASO
Powering Business Intelligence, la era de tomar la mejor decisión visualizando datos

Fernando Riveroll, Luis Saturno Chiu, Jorge Arriaga, Shai Toga, Paulina Rodríguez, Erika Ramírez, Andrés Herrera y Juan Pablo Cabello.

PLATA



EMPRESA
BanBajío

NOMBRE DEL CASO
Calidad con inteligencia y toque humano

Carlos Álvarez de la Cadena y Juan Luis Martínez.

BRONCE



EMPRESA
LG Electronics

NOMBRE DEL CASO
LG Chatbot data analytics

Adrián Ramírez, Marina Caballero, Monserrat Zarazua, Margot Vals.

Mejor Estrategia de Transformación Digital CX - Mejor Iniciativa de Automatización

EMPRESA
TKM

NOMBRE DEL CASO
Apasionados por el CX



Equipo TKM.

PLATA



Equipo SAT.

EMPRESA
SAT

NOMBRE DEL CASO
OrientaSAT

EMPRESA
Tecnológico de
Monterrey

NOMBRE DEL CASO
Asistente Virtual TECbot

BRONCE



Equipo Tecnológico de Monterrey.

Mejor Estrategia de Transformación Digital CX - Mejor Uso de la Tecnología

ORO



Juan Carlos Rivera, Juan Luis Martínez.

EMPRESA
BanBajío

NOMBRE DEL CASO
Multiventas: las mejores soluciones al alcance de una llamada

EMPRESA
COMEX

NOMBRE DEL CASO
Club Comex

PLATA



Anward Hussein, Rossy Hernández, Ángela Espitia, Henry Fernández, David Aguilera y Alejandro Moreno.

BRONCE



Rafael Noruega, Myriam Peña y Cristina González.

EMPRESA
American Express

NOMBRE DEL CASO
WhatsApp México

Mejor Estrategia de Transformación Digital CX - Mejor Uso de la Tecnología BPO-KPO-ITO

EMPRESA
Teleperformance

NOMBRE DEL CASO
TP KIIN: Desarrollo web
y móvil de gestión de
horarios



Equipo Teleperformance.

PLATA



Erskindy Santamaria, Yesenia Morales, Allyzon Gutiérrez, Alejandro Beltrán, Haans (mascota Pentafon), Itzel Soberanes, Carlos Villa, Andrés Roldán y Filiberto Mondragón.

EMPRESA
Pentafon

NOMBRE DEL CASO
Cobranza cognitiva
sistematizada: El
modelo que crea
experiencias
memorables

EMPRESA
Atento

NOMBRE DEL CASO
CX ShowRoom

BRONCE



Rubén Rivera, Ernesto Medina, Julio César Zaragoza, Roberto Zúñiga y Enrique González.

Premio Global CIC 2023 v2.0



Rosario Corona Luis, Alejandro Sánchez Aldana Fernández, Elvia Llanos Martínez, Emigdio Eyvind Cruz Cortés, Julio Juárez Beltrán, Luis Gerardo Romero García, José Ángel Solano Ordoñez, Irma Margarita González Torres, José Francisco Martínez Ibarra, Daniel Hernández Mondragón, Gustavo Rivera Romero, Víctor Eduardo González Herrera, Luis Valdés Zaragoza, José Apolinar González y Fernando Ernesto Montfort Martínez.

EMPRESA

Coca Cola Femsa

NOMBRE DEL CASO

Organización con el más alto puntaje de todas las organizaciones certificadas *InCompany*

ORO



EMPRESA

Konexo Contact + Solution Center

NOMBRE DEL CASO

Organización con el más alto puntaje de todas las organizaciones certificadas BPO- KPO - ITO

Premio Global CIC 2023 v2.0

EMPRESA

Distribuidora Modelo
en Villa Nicolás Romero

NOMBRE DEL CASO

Organización con mayor
crecimiento vs al año
anterior



ORO

Adrián Cuevas y Hugo Nava Hernández.

EMPRESA TKM

NOMBRE DEL CASO
Organización con el
puntaje más alto en su
primera evaluación



PLATA

Equipo TKM.





**PREMIO
NACIONAL CX**

Mejor Talento del Año - Director

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE
Oro	American Express	Berenice Guerrero Zuñiga
Plata	DHL Express	Janette López Luna
Bronce	Coca Cola FEMSA	José Francisco Martínez Ibarra

Mejor Talento del Año - Gerente

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE
Oro	Grupo Bimbo	Sara Elizabeth Sierra Garcia
Plata	ADT	Mario Esteban Murguía Manzano
Bronce	BanBajío	Juan Carlos Rivera Gutiérrez

Mejor Talento del Año - Gerente BPO - KPO- ITO

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE
Oro	Pentafon	Emmanuel Camacho Vázquez
Plata	Konecta	María Luisa Caicedo
Bronce	Telvista	Juan Arturo Limón García

Mejor Talento del Año - Coordinador

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE
Oro	Tecnológico de Monterrey	Telma Úrsula López Vázquez
Plata	ADT	José Ramón Hernández
Bronce	Konex Contact + Solution Center	Francisco Morales Guzmán

Mejor Talento del Año - Supervisor

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE
Oro	DHL Express	Cindy Navarro Sánchez
Plata	EFICASIA	Diana Laura Guerrero Camacho
Bronce	RCI	Olga Paulina Barrera Rodríguez

Mejor Talento del Año - Analista de Calidad

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE
Oro	DHL Express	Tania Yasbeck Cota Boix
Plata	BanBajío	Rodrigo Ladislado Ortiz Hernández
Bronce	ADT	Karla Rubi Mendoza Hernández

Mejor Talento del Año - Ejecutivo Sector Financiero

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE
Oro	American Express	Alberto Ortega Cortés
Plata	American Express	Jorge Ortega Pérez
Bronce	BanBajío	Fernanda Sarai Llamas Márquez

Mejor Talento del Año - Ejecutivo

LUGAR	EMPRESA	NOMBRE
Oro	DHL Express	María del Rocío Aragón Pérez
Plata	ADT	Andrea Yoselin Gómez
Bronce	RCI	Rosa María Montañó Rodríguez

Mejor aliento del año - Director



Mejor talento del año - Gerente



Mejor Talento del Año - Gerente BPO - KPO- ITO



Pentafon



Konecta



Telvista

Mejor talento del año - Coordinador



Tecnológico de Monterrey



ADT



Konexo Contact + Solution Center

Mejor talento del año - Supervisor



ORO

Cindy Navarro Sánchez

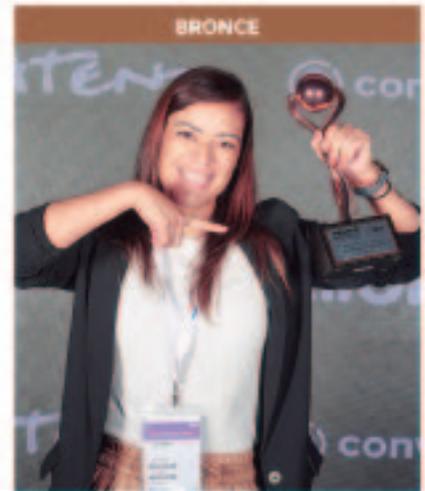
DHL Express



PLATA

Diana Laura Guerrero Camacho

EFICASIA



BRONCE

Olga Paulina Barrera Rodríguez

RCI

Mejor talento del año - Analista de Calidad



ORO

Tania Yasbeck Cota Boix

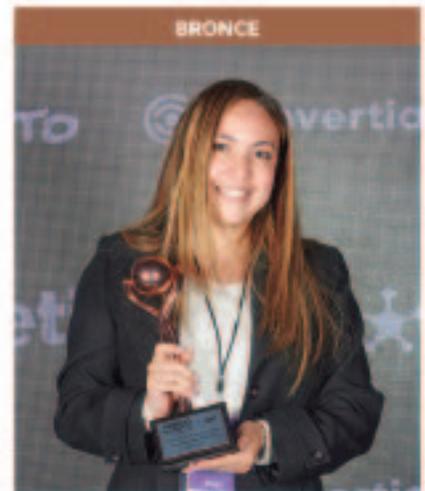
DHL Express



PLATA

Rodrigo Ladislado Ortiz Hernández

BanBajío



BRONCE

Karla Rubí Mendoza Hernández

ADT

Mejor talento del año - Ejecutivo Sector Financiero



ORO

Alberto Ortega Cortés

American Express



PLATA

Jorge Ortega Pérez

American Express



BRONCE

Fernanda Sarai Llamas Márquez

BanBajío

Mejor talento del año - Ejecutivo



ORO

María del Rocío Aragón Pérez

DHL Express



PLATA

Andrea Yoselin Gómez

ADT



BRONCE

Rosa María Montañó Rodríguez

RCI

Employee Experience

Mejor Iniciativa Desarrollo del Potencial Humano

LUGAR	EMPRESA	CASO
Oro	Aeroméxico	Eco Alfa empoderamiento Aeroméxico
Plata	Pentafon	Desarrollamos talentos excepcionales
Bronce	American Express	Pilares para ganar

Mejor Iniciativa Employee Engagement

LUGAR	EMPRESA	CASO
Oro	RCI	Mi Compromiso con RCI
Plata	American Express	<i>Together we grow</i>
Bronce	American Express	<i>Amex Flex: Nuevo modelo flexible de trabajo</i>

Mejor Iniciativa Employee Engagement BPO-KPO-ITO

LUGAR	EMPRESA	CASO
Oro	Teleperformance	TP <i>Hikers Community</i> : Gestión de la curva de experiencia mejora permanencia
Plata	Teleperformance	Condiciones Óptimas de Teletrabajo <i>Cloud Campus</i>
Bronce	Pentafon	No construimos una empresa, construimos una familia

Mejor Iniciativa de inclusión y diversidad

LUGAR	EMPRESA	CASO
Oro	Teleperformance	TP y Nestlé: Unidos por el propósito
Plata	Soluciones Telefónicas de Occidente	Campaña de inclusión de invidentes
Bronce	Grupo Fanafesa	Más x México



**PREMIO
NACIONAL EX**

Mejor Iniciativa Desarrollo del Potencial Humano

EMPRESA
Aeroméxico

NOMBRE DEL CASO
Eco Alfa empoderamiento
Aeroméxico



Equipo Aeroméxico.



María del Rocío Zúñiga, Haans (Mascota Pentafón), Claudia López, Arturo Ortiz, Angélica Hernández y Axel Mendoza.

EMPRESA
Pentafón

NOMBRE DEL CASO
Desarrollamos talentos
excepcionales



Francisco de la Torre, Paulina Peña y Marco Herrera.

EMPRESA
American Express

NOMBRE DEL CASO
Pilares para ganar

Mejor Iniciativa Employee Engagement

EMPRESA
RCI

NOMBRE DEL CASO
Mi Compromiso con RCI



Equipo RCI.

PLATA



Ulises Sánchez, Héctor Santiago, Fernanda Morán, Nidia Granados, Gabriela Rodríguez, Karla Tinajero, Lorena Ureña y Nayely Sánchez.

EMPRESA
American Express

NOMBRE DEL CASO
Together we grow

BRONCE



Pável Sánchez, Mario Sandoval, Pepe Álvarez, Karla González, Yolanda Pérez y Eduardo Ortega.

EMPRESA
American Express

NOMBRE DEL CASO
Amex Flex: Nuevo modelo flexible de trabajo

3

PREMIO NACIONAL

Mejor Iniciativa *Employee Engagement* BPO-KPO-ITO

ORO



Equipo Teleperformance.

EMPRESA

Teleperformance

NOMBRE DEL CASO

TP Hikers Community:
Gestión de la curva
de experiencia mejora
permanencia

PLATA



Equipo Teleperformance.

EMPRESA

Teleperformance

NOMBRE DEL CASO

Condiciones Óptimas de
Teletrabajo *Cloud Campus*

BRONCE



Erskindy Santamaria, Samantha Enriquez, Haans (Mascota Pentafon), Rolando Blanco, Filiberto Mondragón, Norma Sánchez, Josué Carrillo y Erika Rojas.

EMPRESA

Pentafón

NOMBRE DEL CASO

No construimos una
empresa, construimos
una familia

Mejor Iniciativa de inclusión y diversidad

EMPRESA
Teleperformance

NOMBRE DEL CASO
TP y Nestlé: Unidos por el propósito



Equipo Teleperformance.



Juan Carlos Andrade Segura, José Saúl Aguilar Pérez, Carlos Octavio López Gallo López, Cynthia del Río Velázquez y Lena Yaleri Ávila Morales.

EMPRESA
Soluciones Telefónicas de Occidente

NOMBRE DEL CASO
Campaña de inclusión de invidentes

EMPRESA
Grupo Fanafesa

NOMBRE DEL CASO
Más x México



Equipo Grupo Fanafesa.

El IMT reconoce a las empresas certificadas en el Modelo Global CIC

El pasado 15 de marzo, en el marco del Premio Nacional *Customer Experience & Employee Experience* en su edición número 18, el IMT distinguió a las empresas certificadas en el Modelo Global de Calidad para la Interacción con Clientes 2022-2023. Estas organizaciones concluyeron su proceso de certificación, el cual consiste en acreditar una rigurosa auditoría con el fin de garantizar su excelencia operativa y competitividad durante la prestación de sus servicios.

Las organizaciones que recibieron este reconocimiento fueron:

- ▶ Experiencias Xcaret - México *Destination Club*, por certificar su operación por primera vez y obtener el nivel Competitivo.
- ▶ Gepp, por obtener Clase Mundial.
- ▶ Izzi, por ampliar su alcance al site Ciudad de México y obtener Clase Mundial.
- ▶ Telvista, por certificar su operación por primera vez y obtener Clase Mundial.
- ▶ TKM, por certificar su operación por primera vez y obtener Clase Mundial.

Durante la ceremonia de premiación, tuvieron una mención especial también aquellas organizaciones que están adoptando la versión 3 de este modelo de certificación, ya que representa un reto aún mayor, pues en esta versión se integran dos partes, una para operaciones *in company* y la segunda para BPO. Durante la ceremonia, María Eugenia García, Directora del IMT, dio a conocer los cambios más relevantes de esta versión, en donde se robustece el enfoque orientado al *Customer & Employee Experience*, a través de diversos elementos, como el diseño del viaje de los clientes, la digitalización, omnicanalidad, esquemas híbridos de trabajo, programas de equidad, diversidad e inclusión, manteniendo vigentes elementos como la seguridad de la información, la comunicación y cultura organizacional, gestión de operaciones y talento.

Las organizaciones que ya adoptaron esta nueva versión son:

- ▶ Especialistas Contacto Directo ECD, por certificar su operación por primera vez y obtener nivel competitivo.
- ▶ Experiencias Xcaret - Parques y Hoteles, por certificar su operación por primera vez y obtener nivel competitivo.
- ▶ Grupo Consorcio, por certificar su operación por primera vez y obtener nivel competitivo.

Empresas certificadas Modelo Global CIC



Experiencias Xcaret - México Destination Club.



Gepp.



Izzi.



TKM.



Telvista.

Empresas certificadas Versión 3



Especialistas Contacto Directo ECD.



Experiencias Xcaret - Parques y Hoteles.



Grupo Consorcio.

Cómo potenciar la CX en la era de la hiperpersonalización

En el mercado actual resulta indispensable contar con tecnología omnicanal que ayude a brindar experiencias integrales, únicas y a la medida para satisfacer las demandas de los nuevos públicos y potenciar el negocio estratégicamente.



◀◀ **Mariano Burgos**

*Sales Director
Latinoamérica*

Hoy el foco ha pasado de la adopción a la satisfacción digital, y vemos una CX cada vez más inmersiva que plantea una nueva era de atención personalizada, empática, ágil y omnicanal. Responder correctamente a estas crecientes necesidades y expectativas de los clientes repercute tanto en un *engagement* real y duradero como en un ROI capaz de convencer a los más incrédulos.

Los clientes de la era digital (multipantalla y multiplataforma) están acostumbrados a que distintas empresas con propuestas y portafolios similares les ofrezcan comprar sus productos o servicios. Por eso, el principal atractivo y distintivo que podemos ofrecer se da a través de la experiencia brindada.

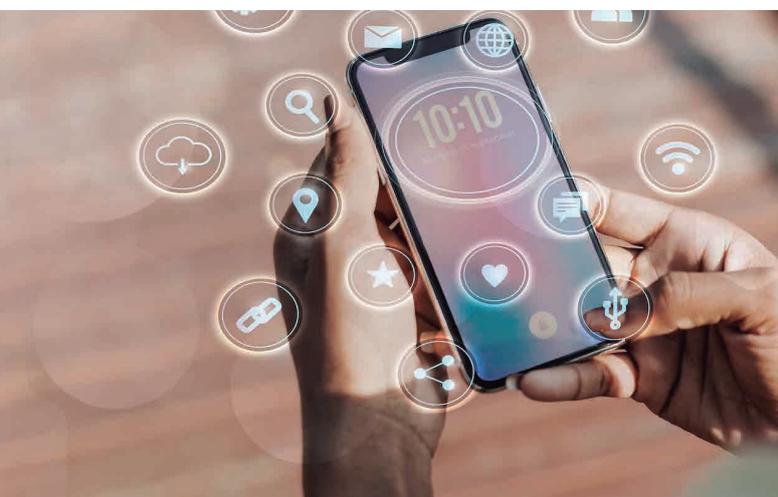


Todo empieza con una atención inmediata, 24/7, 365 días al año, en todos los canales y que se sienta natural, amistosa y personal. Los clientes esperan que la experiencia les permita hallar respuestas o solucionar problemas donde sea que se encuentren, con una atención omnicanal unificada. Buscamos interacciones más conversacionales y menos transaccionales.

La habilidad de enviar el mensaje correcto en el momento indicado a través del canal preferido es una máxima en el universo CX. Incluso cuando estos procesos son optimizados mediante automatizaciones estratégicas, deben adaptarse inteligentemente al ánimo actual e historial de contactos reciente del cliente.

Uno de los principales atributos de nuestra solución de *Marketing Automation* & CRM es la trazabilidad de los leads a través del embudo de ventas, aportando datos clave de cada interacción sin importar en el canal en el que hayan sucedido. Esto permite conocer el detalle del estado de la situación particular de cada cliente, de modo que las acciones e interacciones propuestas se potencien, sin superponerse ni generar ruido en la experiencia.

Una CX inmersiva hace que acciones de *upselling* y *cross-selling* sean bienvenidas por el cliente y tengan una mayor efectividad. Cuando se implementan de forma estratégica, brindando ofertas realmente a medida, resultan tan beneficiosos para las marcas como para los propios consumidores.



Desde inConcert acompañamos y potenciamos a nuestros clientes en esta nueva realidad con soluciones innovadoras que combinan tecnología e inteligencia digital a la medida de las necesidades de cada uno de nuestros clientes, las de sus equipos y las de los usuarios a los que ellos mismos atienden.

Cómo ser diferentes al utilizar LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

en un mundo donde ya está al alcance de todos



Hoy más que nunca, la **Inteligencia Artificial** (AI) está disponible para todas las empresas, desde la gran transnacional hasta la veterinaria que está en la esquina de tu casa. Las plataformas de AI son más abiertas, los precios más accesibles y la cantidad de aplicaciones que la utilizan han logrado que veamos el uso de AI en la mayoría de los productos y servicios que consumimos diariamente.

Si la inteligencia artificial ya está al alcance de todos, ¿se está volviendo un *Commodity*? La respuesta es sí. Nos hemos acostumbrado cada vez más a procesos automatizados e inteligentes en todo lo que hacemos y consumimos, el no estar a la vanguardia e incorporar AI en nuestros procesos de negocio, hace que vayamos tarde en la optimización de la experiencia de nuestros usuarios.

¿Cómo puedo diferenciar mi empresa al utilizar AI?

Debemos entender cómo utilizar la Inteligencia Artificial, el secreto está en entender claramente cuál es nuestro modelo de valor y la narrativa de la experiencia que queremos construir, de manera que podamos identificar en qué parte de nuestro modelo, el uso de la AI realmente logra ser un diferenciador y más importante aún, donde no da valor o puede ser contraproducente.

Un ejemplo sería tratar de automatizar un robot inteligente para un segmento de mercado que lo odie. Si en tu centro de quejas, a una persona de la tercera edad le responde un bot, seguramente no será la experiencia más satisfactoria, pero esto cambia radicalmente si la llamada la realiza un centennial que está mucho más acostumbrado a este tipo de interacción. Es por esto que es de suma importancia conocer a nuestro público objetivo para enfocar acertadamente la implementación de estas tecnologías de forma segmentada.

La segmentación es la clave para identificar cuáles de nuestros clientes son los indicados para

ser atendidos por una Inteligencia Artificial y cuáles no.

Así mismo, debemos de cuidar que el uso de la AI no compita con el trato personalizado que brindan nuestros colaboradores, ya que podríamos estar destruyendo valor en lugar de crearlo.

Como ventajas, el uso de la AI en los procesos tiene un impacto directo en el aumento de productividad y mejora de costos en nuestro modelo, por lo que naturalmente las organizaciones buscarán sustituir procesos caros y humanos por un bot o un algoritmo, el riesgo entonces recae en que debemos de ser capaces de no destruir la experiencia que se lograba con el trato humano, que ahora más que nunca será un diferenciador.

Para tener un equilibrio entre ambos, es vital encontrar un especialista que te ayude a encontrar una solución integral a la medida de tu negocio. En **ho1a MetroCarrier**, contamos con expertos que te acompañan y asesoran en la integración de la tecnología de forma específica, agregando el valor de la AI al diferenciador de tu empresa.



Por: Javier Santana

Director de Transformación Digital de ho1a MetroCarrier.

TRANSFORMAMOS LA EXPERIENCIA DE TUS CLIENTES

+30 años de experiencia



Para 2026

EL 60% DE LAS EMPRESAS utilizarán las experiencias de TI para transformar sus modelos comerciales

-Gartner

Más que un Centro de Contacto, eres un **Centro de Experiencias del Cliente** y nosotros tenemos **una solución a tu medida**

De la mano de
Socios Tecnológicos líderes:

AVAYA


CISCO
Partner

El primer contacto de esas experiencias eres tú, eficiente tus procesos y digitalízate con:

- Internet Dedicado con Seguridad Administrada
- Telefonía en la Nube
- Integración de Inteligencia Artificial
- Chatbots y autoservicio 24/7
- Chats, SMS, correos y Redes Sociales
- Infraestructura
- Centros flexibles y personalizables
- Omnicanalidad según preferencias



TRANSFORMA TU CENTRO DE CONTACTO **HOY**
33 9690 6000 | ho1a.com | metrocarrier.com

Conoce más de
ho1a MetroCarrier



Cómo usar la Inteligencia Artificial en la experiencia del cliente



Walter Hildebrandi

CTO de Zendesk
en América Latina



Como en otros momentos de la historia, nos enfrentamos a una innovación tecnológica que está redefiniendo la forma en la que pensamos todo. El pelotazo del momento es, sin duda, la Inteligencia Artificial (IA), que, según los expertos, podría tener un impacto similar al de importantes innovaciones como Internet o el motor de combustión. Solo como referencia, de acuerdo con un estudio de la *International Data Corporation* (IDC), el gasto mundial en soluciones de IA debería alcanzar los 154,000 millones de dólares en 2023, lo que supone un crecimiento del 26.9% respecto a 2022.

En su última edición, el estudio de tendencias CX *Trends 2023* de Zendesk reveló percepciones y datos sobre el comportamiento de los consumidores en relación con la IA, como el hecho de que el 71% de los encuestados cree que la IA o los bots ayudan a obtener respuestas más rápido y el 77% afirma que estos son útiles para solucionar problemas sencillos. Pero a pesar de las innumerables posibilidades de aplicación de la IA a la experiencia del consumidor, sigue habiendo dudas sobre cómo debe aplicarse realmente.

Por eso, a continuación enumero las que considero las primeras iniciativas de experiencia del cliente que las empresas deberían tener en cuenta si planean incorporar la Inteligencia Artificial a sus procesos:

- 1. Responder a preguntas generales:** las herramientas de IA pueden proporcionar automáticamente respuestas relativas a las cuestiones más planteadas por los clientes. Por ejemplo, cuando los canales de comunicación son activados por un consumidor, la tecnología es capaz de analizar el historial, el contexto y el sentimiento para recomendar las mejores respuestas. Y, además, aprender de cada una de las interacciones para garantizar que las siguientes respuestas sean más fluidas y asertivas, como esperan los clientes.
- 2. Hacer recomendaciones a los clientes:** las soluciones pueden conectar los datos de los clientes para una personalización más profunda. Así, es posible entender lo que el cliente necesita y ofrecerle un determinado producto/servicio a través del canal de su preferencia, en el momento más conveniente. De esta forma, además de ser útil para el cliente porque le está quitando la necesidad de buscar lo que necesita, también le está demostrando que le conocen bien y que puede contar con la marca. Esto ayuda a fidelizar al cliente.
- 3. Ofrecer a los clientes un servicio 24/7:** Los consumidores están buscando atención en todo momento del día y soluciones en cualquier momento. El uso de la tecnología, y en particular la combinación de omnicanalidad e inteligencia artificial, permite a las empresas ofrecer esta disponibilidad al cliente, sin sobrecargar a su equipo de agentes ni sacrificar la calidad en el servicio.

La IA puede, por ejemplo, evaluar escenarios críticos a partir de una determinada combinación de factores, activando a los agentes en caso de necesidad, a diferencia de la simple programación, que reaccionaría a parámetros predeterminados sin ninguna personalización.

- 4. Mejora de los flujos de trabajo de los agentes:** La IA es capaz de mejorar los flujos de trabajo (enrutar, priorizar, sugerir sobre qué hablar/actuar y resolver solicitudes), además de ofrecer datos para que el equipo de servicio tenga el historial de los consumidores y ofrezca un servicio más personalizado. Y, mientras los bots resuelven las cuestiones más sencillas, los agentes quedan libres para ocuparse de las más complejas.
- 5. Acelerar la productividad de los agentes:** Con la ayuda de la IA, las empresas podrán aumentar más rápidamente la productividad de sus agentes de atención al cliente. Las capacidades que ofrece la tecnología reducen la necesidad de formación técnica, lo que permite a los profesionales centrarse en el cliente y en los procesos. Esto no sólo contribuye directamente a la cuenta de resultados, sino que también aumenta la satisfacción de los agentes y el Retorno de Inversión (ROI) de toda la operación.

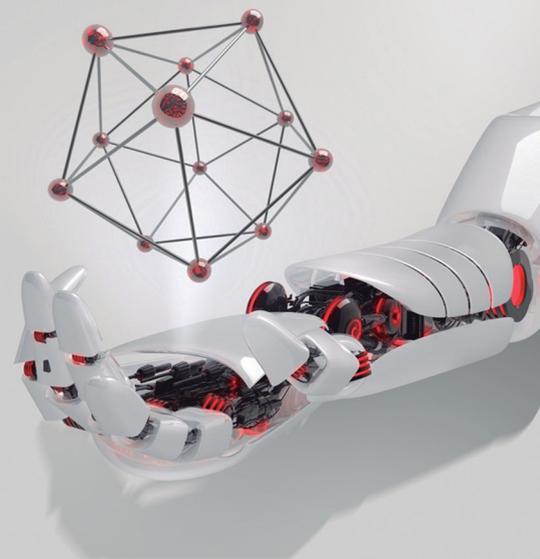
¿Y después? Sólo el tiempo lo dirá. Pero una cosa es cierta: en el momento actual, ya parece difícil imaginar cómo podrán las empresas ofrecer a sus clientes una experiencia única, eficiente y encantadora sin la participación de la IA.

AICC Intelligent Cloud Contact Center

Huawei AICC - Construyendo un mundo interconectado



Desde 1993, el Centro de Contacto Inteligente Artificial (AICC), como solución de centro de llamadas de Huawei, se ha utilizado ampliamente en todo el mundo. Hay más de 1200 casos en todo el mundo y hay soluciones de centro de llamadas completos.



Desde la era 2G, cuando todo el mundo todavía usaba un teléfono fijo, el centro de contacto solo admite algunas respuestas de voz simples, hasta que entramos en la era 3G, multimedia, *chat web*, correo electrónico y SMS entran en nuestra vida diaria, la gente recibió llamadas de *telemarketing*, SMS promocionales, etc.

En la era 4G, las aplicaciones de autoservicio se han vuelto populares. Podemos obtener una vista de 360 grados de los clientes y las empresas comienzan a gestionar la experiencia del cliente. Ahora que el mundo está entrando en 5G, la introducción de AI abre una nueva tendencia, como BOT inteligente y asistente. Todos los servicios se pueden implementar en línea, incluso el reconocimiento facial, el reconocimiento de voz y la firma digital. La proporción de inteligencia está empezando a aumentar en nuestra solución. Ahora se puede decir que la inteligencia artificial se ha integrado completamente con nuestros centros de contacto y ha llevado la digitalización al negocio B2E.

Huawei AICC tiene tres características distintivas: video, inteligencia y apertura.

Huawei proporciona nuevos servicios de interacción de video, como lo son videos de introducción o publicidad de la empresa, menús IVR basados en video y retratos digitales, colaboración entre múltiples partes y escritorio compartido, proporcionando una gran comodidad para la resolución de problemas de colaboración.

Huawei tiene una capacidad de inteligencia artificial de extremo a extremo que admite múltiples tipos de asistentes inteligentes, como robots de voz, *marketing* automatizado, asistente de agente inteligente y control de calidad inteligente.

Huawei insiste en la habilitación de plataformas abiertas, la apertura de interfaces norte y sur para el desarrollo secundario por parte de los *partners*, y proporciona una variedad de herramientas de desarrollo y cursos de habilitación para permitir a los *partners* servir conjuntamente a las necesidades individuales de miles de industrias en la era 5G.

La plataforma AICC de Huawei admite múltiples modos de implementación, como nube pública, nube híbrida y nube privada, para cumplir con los requisitos de diferentes clientes. Para los usuarios, esto significa una mejor experiencia de servicio, interacción más segura y tiempo de resolución más corto. Para las empresas, mayores tasas de resolución única, menores costos de *marketing* y servicio, y procesos de servicio más estandarizados.



Huawei AICC

Artificial Intelligence Contact Center



2023

Un Centro de Contacto inteligente, más allá de los bots

En wolkvox desarrollamos soluciones con Inteligencia Artificial de *Contact Center*, CRM, *Low Code* y *Voice of the Customer* (VoC)



El *Contact Center* del presente ya es inteligente y el del futuro tendrá éxito al automatizar decenas de procesos gracias a esa inteligencia, incluso más de los que conocemos hoy. Suena lejano y complicado, pero podría ser un reto sumamente sencillo de cumplir si se cuenta con el aliado tecnológico indicado, como wolkvox, el equipo de expertos en soluciones con IA más innovadoras, fáciles de usar y rápidas de implementar del mercado.

Solemos creer que la IA se centra principalmente en el campo conversacional y lo cierto es que los avances de este tipo de tecnología son tan increíbles, accesibles y prácticos que generan un enorme eco en todo tipo de industrias, sin embargo, cuando se trata de *Contact Center*, el uso de la IA va mucho más allá.

¿Qué más hacer cuándo la interacción entre el bot y el cliente finaliza? ¿Cómo sé con certeza que la experiencia que tuvo fue la esperada? ¿Cómo identificar puntos de mejora para mis estrategias? ¿Qué hacer para que este tipo de análisis se realice con procesos simples y rápidos? Una vez más, la respuesta la tiene la Inteligencia Artificial (IA).

De acuerdo con Gartner, para 2026 la adopción de Inteligencia Artificial les permitirá a los centros de contacto ahorrar hasta US\$80.000 millones. Es así como, además de los bots, la automatización de procesos repetitivos, la autogestión de los análisis de calidad de las operaciones, la transformación de los puestos de trabajo actuales y la creación de otros nuevos, así como aquellos procedimientos tecnológicos que pasen a estar a cargo de las máquinas, serán la verdadera clave para alcanzar o superar la cifra.

En wolkvox utilizamos la tecnología del modelo de lenguaje autorregresivo GPT4 creado por OpenAI para personalizar bots, automatizar análisis de calidad y sentimientos, darle vida a un asistente en tiempo real para tus asesores y más. ¡Échales un vistazo!

► **wolkvoxNLP:** Utiliza GPT4 para crear interacciones más naturales, empáticas y ágiles, a través de *chatbots*, *voicebots* e *interaction bots*. Estos agentes virtuales permiten altos niveles de personalización y pueden gestionar cualquier tipo de solicitud, usando el modelo de lenguaje automatizado más avanzado del mercado.

► **QAiBot:** Realiza análisis de calidad con una funcionalidad que utiliza Inteligencia Artificial para tipificar interacciones en segundos. Esta tecnología resuel-

ve tus preguntas de calidad automáticamente y te ofrece un reporte rápido para la toma asertiva de decisiones.

► **Speech Analytics Real Time:** Parametriza categorías y palabras claves con una herramienta de monitoreo automático que analiza la voz de tus llamadas utilizando Inteligencia Artificial para identificar sentimientos, generar resúmenes automáticos, crear tags y asegurar la calidad del servicio. Puedes acceder a la transcripción de la conversación en tiempo real e ir identificando sentimientos a medida que esta avanza.

► **Text Analytics:** Analiza tus interacciones de *chat* con una tecnología que utiliza Inteligencia Artificial para identificar sentimientos, generar resúmenes automáticos, crear tags y asegurar la calidad del servicio.

► **Mr. Wizard:** Asiste al agente durante interacciones de voz o *chat* en tiempo real. Transcribe las llamadas, analiza sentimientos, realiza sugerencias según las necesidades del cliente y permite consultar información previamente configurada a través de *chat*.

Comprendemos que la información que se puede recopilar durante un proceso de atención es sumamente valiosa. Te ayuda a tomar decisiones asertivas, identificar puntos débiles en tus procesos, nutrir la información que compartes con tus clientes, agilizar las interacciones, asegurar la calidad del servicio y así brindar experiencias increíbles.

Con nuestras soluciones tecnológicas para *Contact Center* en la nube puedes convertir a la Inteligencia Artificial en tu aliada principal y olvidarte de los procedimientos complejos, largos y repetitivos. Enfoca tus esfuerzos en aquellos aspectos de tu operación que requieren el mayor detalle y genera satisfacción en tus clientes y colaboradores (CX+EX=Total Experience) utilizando herramientas con tecnología de punta, que están en constante innovación.



¡Es hora de experimentar lo que acabas de leer!

Pide tu pizza favorita con nuestro bot Luigi.

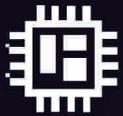




Plataformas con IA para el contact center del presente y el futuro

Utiliza la tecnología de **GPT4** en tu compañía de la mano de wolkvox

Personaliza bots, automatiza procesos de calidad y dale vida al asistente en tiempo real que tus asesores necesitan para brindar experiencias de cliente memorables.



WOLKVOXNLP



Análisis de imagen con IA



Mr. Wizard



IA y Bots



Big Data



Text To Speech



Speech & Text Analytics



AMD + IA



Automatización



ASR



* imagen de robot creada con inteligencia artificial

Cuatro formas en las que la Inteligencia Artificial humanizará la experiencia del cliente



◀◀ Juan Manuel Mesa

Director Avaya
Región Andina

La Inteligencia Artificial (IA) ha dejado de ser un concepto distante y se ha vuelto parte de la cotidianidad de las personas en los ecosistemas digitales, así como un pilar en la relación entre las empresas y sus clientes. Hoy en día los consumidores buscan respuestas rápidas y claras frente a las inquietudes que pueden tener en su experiencia con una marca. Sin embargo, no conformes con réplicas predeterminadas que no satisfacen a cabalidad sus preguntas, han empezado a mostrar interés en una atención al cliente marcada por el trato humano y empático que demuestre una preocupación genuina por escucharlos.

La IA será clave para que las empresas brinden soluciones rápidas, sin olvidar la conexión que deben adoptar para otorgar un servicio más cómodo y preciso, y sobre todo, más humano. El mundo está hoy a la espera de anuncios como el del próximo Chat GPT-4, un chat multipropósito que se prevé podrá reconocer imágenes y videos con texto, permitiéndole a las empresas sostener chats más fluidos con sus clientes. Estas nuevas herramientas ponen sobre la mesa la importancia y los avances de la IA en el 2023 y cómo éstos afectarán la vida de las personas a corto plazo.

Considero que son 4 las formas en las que la inteligencia Artificial humanizará la experiencia del cliente:

► **El análisis de sentimientos** ayudará a los agentes de servicio a comprender el estado emocional de sus clientes y responder a sus necesidades, generando conversaciones más comprensivas y empáticas que los escuchen y que proporcionen

respuestas adecuadas a sus inquietudes. Esta tecnología ayudará a detectar palabras y expresiones significativas dentro de las conversaciones que facilitarán construir conversaciones personalizadas, en donde se responda proactivamente y se tomen las acciones necesarias a seguir, ayudando a mantener la relación que los clientes tienen con las empresas.

- **La capacitación de los agentes** por medio de la IA facilitará este año la toma de decisiones y convertirá el análisis de sentimiento en fundamento de atención, permitiéndoles entregar respuestas inmediatas y recomendaciones satisfactorias que mejoren la experiencia de los usuarios. Este sistema ha permitido crear mejores experiencias tanto para clientes como empleados y brindar conversaciones más agradables, eficaces, rápidas y satisfactorias.
- **La automatización del autoservicio** por medio de asistentes digitales como *Chatbots* y *Voicebots* serán indispensables para brindar comodidad y rapidez a los clientes. Este año, las personas dejarán de buscar respuestas predeterminadas que no contengan información útil y precisa sobre sus consultas y preferirán nuevos modelos de autoservicio que aceleren la resolución más rápida de sus problemas.
- Finalmente, la lealtad y satisfacción de un consumidor dependerá en gran medida de la conexión humana que se tenga con el profesional de atención al cliente. Por eso, el **enrutamiento inteligente de interacciones** este año cobrará mayor relevancia.

En definitiva, para garantizar interacciones más inteligentes y experiencias significativas con los clientes, el uso de la IA ofrecerá modelos de lenguaje más empáticos que trabajaran en sinergia con el potencial humano para tener un mejor rendimiento y garantizar una supervisión constante del recorrido del cliente, con la posibilidad de recibir asistencia humana en cualquier momento.

Sin lugar a duda, es tarea de las empresas humanizar la experiencia de atención al cliente mediante la IA, pues será determinante para que los consumidores decidan seguir siendo fieles a las marcas, a sus productos y servicios.





The Intelligent CX Platform

Transforma tu relación con los clientes

Descrúbe más en
www.five9.com/es-es





**Tele
perfor
mance**

each interaction matters

Más que un ~~Call~~ Center, somos un

People center



Porque sabemos
que cada interacción
hace la diferencia.



¡Conoce más!

