

AÑO 28 / NÚMERO 122 / MAYO - JUNIO 2026

CONTACT FORUM



30 AÑOS

30 AÑOS
GLOBAL
CX
FORUM

Global CX Forum 2026:
treinta años impulsando
la evolución del *Customer
Experience* en la región



50 Mujeres Líderes CX:
liderazgo que resuena
en la evolución del
Customer Experience



Premio Nacional CX:
una industria que
evoluciona y reconoce
a quienes la transforman

Estudio Nacional de
Centros de Contacto

Empresas de Centros
de Contacto BPO 2025
*Business Process
Outsourcing*



CERTIFICACIÓN BAJO EL MODELO GLOBAL CIC V4.0:

GARANTÍA DE EXCELENCIA EN LA GESTIÓN DE CENTROS DE CONTACTO

Los **Centros de Contacto** cada día enfrentan mayores desafíos relacionados con la gestión de experiencias al cliente, mejorar la eficiencia operativa y adoptar la digitalización.

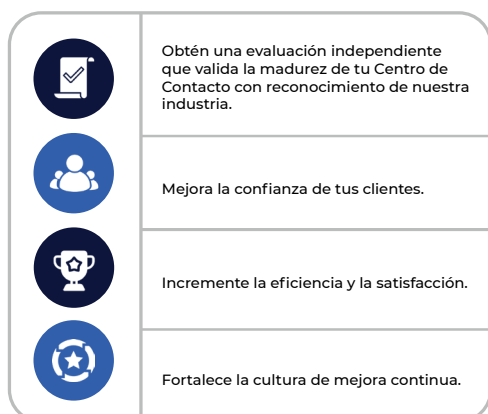
Muchas organizaciones operan con procesos funcionales, pero sin un sistema integral que les asegure consistencia, evolución y confianza frente a sus clientes.

El **Modelo Global CIC v4.0** es desarrollado y administrado por el IMT, organismo líder en CX e interacción con clientes, te ayudamos a transformar tu operación a una gestión sólida, medible y sostenible, alineando estrategia, personas y resultados bajo un estándar reconocido y especializado en nuestra industria.

Etapas de certificación



Beneficios de certificarte



Empresas certificadas

MÁS
INFORMACIÓN



www.imt.com.mx

certificacion@imt.com.mx / +52 55 5340 2290 Ext. 5000 / 5010 / 5020

EDITORIAL

El camino hacia 2030 se perfila como una convergencia inevitable entre la aceleración tecnológica y una renovada valoración del factor humano. En este sentido, el reto no será únicamente innovar, sino hacerlo con propósito, asegurando que cada avance tenga un impacto positivo en la experiencia de las personas.

Si bien la adopción de nuevas tecnologías ha permitido alcanzar niveles de eficiencia, automatización e inmediatez sin precedentes, el éxito de una industria como la de *Customer Experience* y *Contact Centers* no puede medirse únicamente por su capacidad operativa. Hoy, este sector se encuentra en el centro de la transformación, al ser el principal punto de conexión entre las organizaciones y sus clientes.

Inspirado en esta evolución, el Global CX Forum conmemoró en marzo su 30° aniversario con “*Resonance*” como eje central, reuniendo a líderes y profesionales del ecosistema para intercambiar perspectivas sobre los desafíos y oportunidades que marcarán el rumbo de la industria en los próximos años.

En este número de la revista ContactForum, presentamos una reseña de los momentos más destacados de este encuentro, así como de la vigésimo primera edición del Premio Nacional CX & EX 2026 y la edición número 30 del Estudio Nacional de Centros de Contacto. Los invitamos a adentrarse en este contenido y a descubrir cómo el concepto de resonancia trasciende el discurso para convertirse en una guía estratégica: lograr que cada interacción no solo cumpla su objetivo, sino que genere eco, conexión y significado en la experiencia del cliente.



Eugenia García Aguirre
Presidenta, IMT

CONTACT FORUM

PRESIDENTA

Ma. Eugenia García Aguirre

COORDINADOR DE MEDIOS

Iván Hernández

DISEÑO GRÁFICO

Susana Hidalgo

CORRECCIÓN DE ESTILO

Karla Ávila

COLABORADORES

Berenice Hernández

Cecilia Hernández

Diana Torres

Jessica Martínez

Rosa Cruz

SUSCRIPCIONES Y SERVICIO A CLIENTES

(55) 5340 2290

imt.com.mx



/IMTContactForum/



X.com/IMT_



company/institutomexicanodeteleservicios/

ContactForum revista, publicación periódica Mayo-Junio 2026. 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.

Editada por:



CONTENIDO

EDICIÓN MAYO - JUNIO 2026

6

Global CX Forum 2026: treinta años impulsando la evolución del *Customer Experience* en la región

90

Mejores Talentos

24

50 Mujeres Líderes CX: liderazgo que resuena en la evolución del *Customer Experience*

94

Estudio Nacional de Centros de Contacto

40

Premio Nacional CX: una industria que evoluciona y reconoce a quienes la transforman

102

Certificación que trasciende: los centros de contacto que marcan el estándar en la industria

42

Mejores Estrategias

106

Empresas de Centros de Contacto BPO 2025



Iván Hernández | IMT

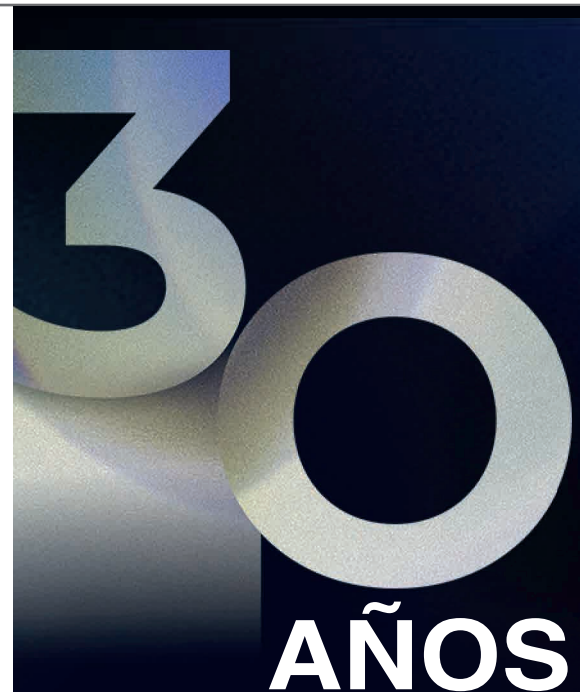
Global CX Forum 2026: treinta años impulsando la evolución del *Customer Experience* en la región

Después de tres décadas impulsando el desarrollo y la profesionalización de la industria de *Customer Experience*, Centros de Contacto y Áreas de Interacción con Clientes en México y Latinoamérica, el Global CX Forum se consolidó como el espacio donde líderes, especialistas y organizaciones se reúnen para transformar la relación entre las empresas y sus clientes a través de innovación, tecnología y talento.

Esta edición se enfocó en una visión dirigida hacia el 2030, inspirada en generar resonancia, una perspectiva que invita a comprender la experiencia del cliente como un proceso dinámico en el que cada interacción tiene la capacidad de crear impacto.

Durante tres días de actividades, el congreso reunió a líderes y profesionales del sector, quienes compartieron perspectivas y casos de éxito sobre las tendencias, tecnologías y estrategias que están redefiniendo la manera en que las organizaciones se relacionan con el cliente. A través de talleres, conferencias de alto nivel, *networking* y contenidos especializados, los asistentes analizaron los cambios que vive la industria y reflexionaron sobre el papel que desempeñan la innovación, los datos y el talento humano en la construcción de experiencias más relevantes.

El primer día estuvo dedicado a siete talleres especializados, diseñados para que los asistentes exploraran herramientas, metodologías y tendencias clave en la gestión del *Customer Experience* y *Employee Experience*. Las sesiones abordaron temas como liderazgo y ejecución, administración estratégica de Centros de Contacto, bienestar integral, ciberseguridad, adopción y ejecución de Inteligencia Artificial, fortalecimiento de la experiencia humana y desarrollo de equipos de alto desempeño.



30 AÑOS
GLOBAL
CX
FORUM

Talleres

Líderes que definen el futuro:
Visión 2030



Taller impartido por:
Víctor Pimentel
Chief Officer Operations,
Eficasia.

Gobernar la operación CX:
Administración estratégica del *Contact Center*



Taller impartido por:
José Juan Méndez
Subdirector de
Capacitación y Proyectos,
Izzi.

Wellness - Lidera desde la estabilidad:
El rol emocional del líder en el CX



Taller impartido por:
Silvia Labardini
Ramón Rivas y
Vanessa Ceja
ATEMAPP (Atención
Temprana con Apoyo
Psicoterapéutico).

Innovación centrada en el cliente:
Del problema al prototipo (*Design Thinking*)



Taller impartido por:
Bogart Montiel
Chief Executive Officer,
HELLOCIT.

IA en acción:
Cómo implementar agentes virtuales sin romper la experiencia



Taller impartido por:
Ricardo Sánchez
Chief Technology Officer,
Nuxiba.

Confianza digital:
Ciberseguridad e IA como ventaja competitiva en CX



Taller impartido por:
Carlos Bravo
Chief Information
Security Officer (CISO)
y profesor en ISDI
Christian Alvarado
Managing Director,
ISDI México.

Transformando equipos convencionales a equipos de alto desempeño:
Employee Experience en acción



Taller impartido por:
Marga López
Subdirector de
Call Center,
Banco Afirme.

El segundo día inició con la inauguración oficial del 30° aniversario del Global CX Forum, un momento que reconoció la trayectoria del congreso y su impacto en la evolución de la industria de *Customer Experience* y Centros de Contacto en la región.



David Modiano, *Country Manager* de Net2phone; Sofia Pérez Gasque, Directora General de AMITI; Daniela Prado, Gerente de *Marketing*; Al Rudder; Raúl López de la Torre, CEO y *Co-Founder* de Voices; Rafa Sánchez, Presidente Nacional de CANIETI y CEO de Microsoft Mexico; Maru García, Presidenta del Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT); Alejandra Lagunes, Presidenta de la Asociación Nacional de Inteligencia Artificial (ANIA); Nick Delis, COO de Atento; Andrés Otero, CEO y *Co-Founder* de IPCOM; Filiberto Mondragón, Director General de Pentafo; Francisco Carbia, COO de Directo; Miriam Paola Alvarado Castillo, Directora Comercial CDMX de MCM y Pilar Mercado, Directora General del Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT).

Durante la plática inaugural, Ma. Eugenia García Aguirre, Presidenta 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. Posteriormente, se formalizó un convenio de colaboración entre la Alianza Nacional de Inteligencia Artificial (ANIA) y el IMT, consolidando un esfuerzo conjunto para impulsar el desarrollo tecnológico en la industria.



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

Este acuerdo, cuya firma se llevó a cabo durante la ceremonia de inauguración, fue suscrito por Ma. Eugenia García Aguirre, Presidenta del Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT), y Alejandra Lagunes, Presidenta de la Alianza Nacional de Inteligencia Artificial (ANIA), y tiene como objetivo promover iniciativas estratégicas enfocadas en la formulación de programas, el diseño de herramientas especializadas, la emisión de convocatorias y el respaldo a proyectos que impulsen la adopción, el desarrollo y el fortalecimiento de capacidades en materia de Inteligencia Artificial.

Seguido de ello, Rafael Sánchez Loza, Presidente Nacional de CANIETI y CEO de Microsoft México, compartió una reflexión sobre el momento que vive la industria de Centros de Contacto y *Customer Experience*. Destacó que la adopción de tecnologías emergentes está redefiniendo la forma en que las organizaciones interactúan con sus clientes; sin embargo, mencionó que el verdadero valor se encuentra en la capacidad de integrar estas herramientas con el talento humano para generar experiencias más significativas y eficientes.



Ma. Eugenia García Aguirre, Presidenta del Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT), y Alejandra Lagunes, Presidenta de la Alianza Nacional de Inteligencia Artificial (ANIA).



Rafael Sánchez Loza, Presidente Nacional de CANIETI y CEO de Microsoft México.

En la apertura del ciclo de conferencias, Ma. Eugenia García impartió la ponencia “30 años de resonancia”, en la que compartió una visión sobre la evolución del sector y su papel en la transformación de la relación entre empresas y clientes. En este espacio, destacó que la industria atraviesa un momento clave, en el que la toma de decisiones adquiere un carácter estratégico al sentar las bases de un entorno más innovador, colaborativo y alineado con las nuevas demandas del mercado.



Otro de los momentos destacados del evento fue el reconocimiento a las 50 Mujeres Líderes CX, un espacio dedicado a honrar, visibilizar e impulsar a las mujeres que están transformando la industria y abriendo el camino hacia un futuro más equitativo. Este espacio busca crear una red sólida de apoyo entre las líderes del ecosistema, promoviendo la mentoría, el intercambio de conocimientos y el empoderamiento en todas las etapas de su carrera profesional.

El reconocimiento celebró no solo los logros de estas mujeres excepcionales, sino también su papel como agentes de cambio en la industria. Se destacó la importancia de seguir creando un entorno donde la igualdad de oportunidades sea una prioridad, permitiendo que las mujeres continúen liderando el camino hacia la innovación y la transformación de la experiencia del cliente.

El congreso culminó en su tercer día con la vigésimo primera edición del Premio Nacional CX & EX, un evento destinado a reconocer los logros de organizaciones y profesionales que se distinguen por su desempeño sobresaliente, su desarrollo y su compromiso con la profesionalización de la industria. La entrega de este galardón se enfocó en destacar a las áreas dedicadas a la interacción con clientes que, a través de la implementación de metodologías, tecnología e innovación, han logrado optimizar sus procesos y fortalecer la calidad del servicio.

Asimismo, el premio resaltó aquellas iniciativas que integran prácticas responsables orientadas a la sostenibilidad, el desarrollo social y la inclusión laboral, demostrando que la evolución del CX también implica generar impacto positivo dentro de las organizaciones y en la sociedad.

Con la participación de más de 1,000 profesionales provenientes de 10 países, el Global CX Forum 2026 cerró con éxito su 30 aniversario, consolidándose como el evento más relevante de la industria en la región. Agradecemos a todos los participantes, patrocinadores y conferencistas por ser parte de una nueva edición, que se destacó por su enfoque en la innovación, la conexión humana y el aprendizaje constante.

Bajo el concepto de resonancia, el congreso dejó claro que cada interacción, decisión e innovación tiene el potencial de trascender y generar valor duradero en la relación entre las empresas y sus clientes.

¡El futuro del CX ya está en movimiento!

Nos vemos el próximo año para seguir generando resonancia en la industria. ||

Nuestros patrocinadores:

Platino

AI RUDDER

ATENTO

concentrix

Directo

HELLOCIT

HUAWEI

ipcom[®]
Communication That Makes Sense

MCM
BUSINESS TELECOM

net2phone

Nuxiba[®]
Telecomm

PENTAFON
CONTACT CENTER & CXSP

VOICES

Oro

AVAYA

Layer7

mitrol
conversational technologies

RT4
CX & AI Enablers

VERINT

Plata

Five9

Japifon[®]

Exhibidor

aircall



EAD
BPO

INBTEL
COMUNICACIONES



inconcert

Masiv
A Route Mobile Company

Smart
TELCO

wise^{CX}

yoizen

ZOLL

Otros patrocinios

infobip

kovecta
feel the pulse

omnia

RL Soluciones
Mayores experiencias

Reseña fotográfica



Equipo AI RUDDER.



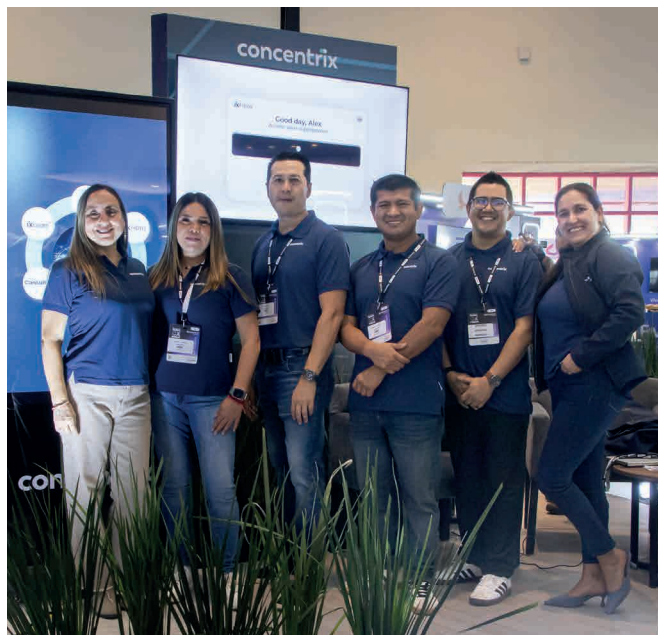
Equipo Directo.



Equipo Atento.



HELLOCIT.



Equipo Concentrix.



Equipo Huawei.



Equipo Ipcom.



Equipo net2phone.



Equipo MCM.



Equipo Nuxiba.

GLOBAL CX FORUM MÉXICO



Pentafon.



Equipo Voices.



Equipo Avaya, RT4 y Verint.

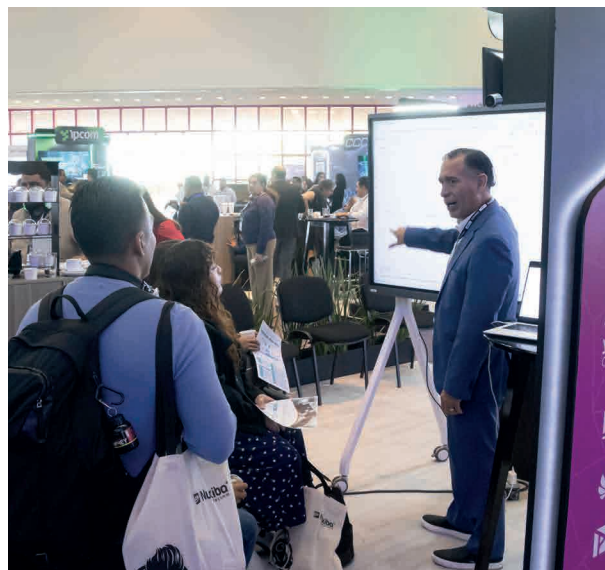


Equipo Layer7.





Equipo Mitrol.



Equipo Japifon.



Equipo Five9.



Equipo yoizen.

GLOBAL CX FORUM MÉXICO



Equipo Smart Telco.



Equipo EAD.



Equipo room-e.



Equipo Inbtel.





Equipo WiseCX.



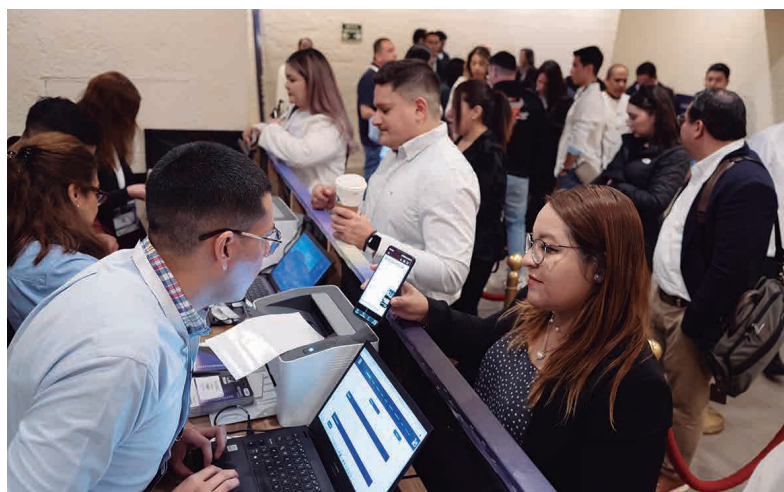
Equipo Zoii.



Equipo Inconcert.



Equipo Masiv.







Susana Goitia, asesora estratégica de Liverpool.



Erick Jiménez, Liverpool.





Poncho Becerra, Host City Operations Management.





50 Mujeres Líderes CX: liderazgo que resuena en la evolución del *Customer Experience*



A lo largo de las últimas décadas, el entorno laboral ha evolucionado de manera significativa, evidenciando la necesidad de promover espacios más equitativos e inclusivos. En este escenario, la participación de la mujer se ha convertido en un factor fundamental para el crecimiento y desarrollo, al enriquecer la diversidad del talento y potenciar la capacidad de las organizaciones para adaptarse a un contexto en constante transformación.

Su presencia en sectores que anteriormente representaban un acceso limitado, así como su consolidación en roles de liderazgo, han impulsado una transformación en la forma en que operan las empresas. Hoy, las mujeres no solo participan activamente en la ejecución de estrategias, sino que también influyen en la definición del rumbo organizacional, aportando nuevas perspectivas y fortaleciendo la toma de decisiones.

En la industria de *Customer Experience*, *Contact Centers* y Áreas de Interacción con Clientes, la participación de las mujeres ha sido fundamental para redefinir la forma en que las organizaciones conectan con las personas, integrando una visión estratégica, empática y orientada a la innovación; su liderazgo y capacidad para gestionar equipos multidisciplinarios, junto con un enfoque centrado en el cliente, han permitido desarrollar experiencias más personalizadas, eficientes y alineadas con las nuevas expectativas del mercado.

En este contexto, y como parte de los esfuerzos por seguir fortaleciendo una industria más equitativa, el Instituto Mexicano



de Teleservicios (IMT), en el marco del 30 aniversario del Global CX Forum, llevó a cabo la presentación de la segunda edición del reconocimiento a las 50 Mujeres Líderes CX. Esta distinción tiene como propósito identificar, visibilizar, diagnosticar e impulsar la equidad de género en la industria de la Experiencia del Cliente, destacando a las líderes que están marcando la diferencia en sus respectivas organizaciones.

Como representante de este grupo de mujeres líderes, Citlali Becerril, Directora General de Konexo y además de distribución de Grupo Posadas, dirigió un mensaje en el que destacó la importancia de generar espacios que impulsen el crecimiento profesional de las mujeres, así como de seguir construyendo entornos donde el talento, la preparación y la visión estratégica sean los principales motores de desarrollo dentro de la industria.

Al respecto, señaló:

“Las barreras que hoy limitan el crecimiento de las mujeres están estrechamente ligadas al entorno y a la evolución que hemos ido logrando gradualmente. Es fundamental contribuir a la sociedad, y como líderes, debemos abrir diversos canales de comunicación, trabajar con las mujeres con interés genuino y enfocados en su desarrollo, aprovechando los talentos y fortalezas de cada una de nuestras colaboradoras.”

En este sentido, el reconocimiento a las 50 Mujeres Líderes CX adquiere un valor especial al destacar no solo la trayectoria profesional de cada una de las galardonadas, sino también el esfuerzo, la dedicación y los retos personales que han enfrentado para llegar a donde están. Cada historia refleja un camino de crecimiento, resiliencia y liderazgo que trasciende lo laboral, convirtiéndose en una fuente de inspiración para otras mujeres dentro y fuera de la industria.

A continuación, presentamos a las 50 mujeres galardonadas en esta segunda edición, cuya trayectoria, experiencia y liderazgo impulsan el desarrollo y la innovación de la industria:



AÍDA VELÁZQUEZ

CHIEF FINANCIAL OFFICER
DE GRUPO KONECTA

- +25 años transformando la función financiera.
- Visión financiera + Experiencia del Cliente en la toma de decisiones.
- Liderazgo en organizaciones globales.
- Promotora de culturas humanas y equilibradas.
- Cree que el CX empieza dentro del equipo.

ALEJANDRA LAGUNES

PRESIDENTA DE LA ALIANZA NACIONAL
DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (ANIA)

- Referente en IA y transformación digital.
- Trayectoria en Google, Microsoft y sector público.
- Impulsora de legislación en tecnología responsable.
- Fundadora de la Alianza Nacional de IA.
- Tecnología con propósito: equidad y bienestar.



ANA KAREN VÁZQUEZ

DIRECTORA COMERCIAL EN ESPECIALISTAS
EN CONTACTO DIRECTO (ECD)

- Estratega en *Customer Experience* y *Contact Center*.
- Impulsa modelos omnicanal y automatizados.
- Integra IA y tecnología al servicio al cliente.
- Experiencia aplicada a múltiples industrias.
- CX como motor de innovación y crecimiento.



ANA LAURA ACEVEDO

VICEPRESIDENTA *SENIOR* DE DESARROLLO DE NEGOCIOS PARA RCI LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE

- +25 años liderando estrategia comercial global.
- Vicepresidenta para LATAM y el Caribe.
- Experta en desarrollo de negocios turísticos.
- Impulsora de posicionamiento internacional.
- Liderazgo con visión estratégica y relacional.
- Convencida del poder de historias auténticas.

ANGÉLICA VERJEL MONTEJO

VICEPRESIDENTA DE TRANSFORMACIÓN DE TELEPERFORMANCE EN MÉXICO

- Cree en el potencial de las personas para transformar resultados con el entorno, herramientas y acompañamiento adecuados.
 - Forma equipos que innovan y lideran con aprendizaje continuo y propósito claro.
 - Crea soluciones personalizadas que combinan eficazmente tecnología y talento humano.
- Construye modelos a la medida que combinan automatización, data, IA y prácticas operativas.



ARACELI LÓPEZ

DIRECTORA GENERAL REGIONAL PARA LATINOAMÉRICA, MSI REPRODUCTIVE CHOICES

- Experiencia en *Marketing* y Administración de Empresas.
- Dominio del sector comercial y médico.
- Ha sumado experiencia en empresas como Unilever y Reckitt Benckiser.
- Encabezó el negocio de lentes de contacto en Novartis para México y Centroamérica.

BELÉN HERNÁNDEZ

SUBGERENTE DE OPERACIONES EN CALL CENTER DE MÉXICO

- Experta en CX en *Call Centers*.
- KPI's – motivación y desarrollo.
 - Enfoque en talento y cultura.
- Creatividad + empatía en servicio.
- Impulsa experiencias memorables.





BERENICE BRAVO

GERENTE DEL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA,
GRUPO GEPP

- Lidera el *Contact Center* de Grupo GEPP.
- Experta en tecnología aplicada al servicio.
- Logró certificación Clase Mundial CIC.
- Impulsa métricas clave de experiencia.
- Equilibrio entre procesos, tecnología y personas.

BIANCA VINIEGRA

FUNDADORA Y DIRECTORA DE EMPRENDE
SILVER ENTREPRENEURS

- Fundadora de *Emprende Silver Entrepreneurs*.
- Impulsora de talento + 50 y economía plateada.
- Convierte experiencia en negocios sostenibles.
 - Conecta innovación con talento senior.
 - Promueve un futuro intergeneracional.



CLAUDIA ORTEGA

SUBDIRECTORA DE *CONTACT CENTER*
EN GRUPO FARMATODO

- Lidera la transformación del *Contact Center*.
- Incrementó ventas y conversión de canal.
- Implementó CRM para fortalecer CX.
- Elevó significativamente el clima laboral.
- Resultados sostenibles a través de las personas.

CRISTINA ORNELAS

SUBDIRECTORA DE OPERACIONES
EN KONEXO CONTACT + SOLUTION CENTER

- Líder en operaciones y estrategia CX.
- Impulsa excelencia operativa e innovación.
 - Experta en mejora continua y procesos.
- Promueve equipos colaborativos y de alto desempeño.
- CX donde convergen tecnología, eficiencia y empatía.



Máster en Dirección Estratégica

De Customer Experience y
Centros de Contacto



Nuestros programas certificados especializados impulsan el desarrollo de habilidades estratégicas, el intercambio de ideas, las experiencias, las mejores prácticas y el networking que transforman líderes en referentes de la industria de **Customer Experience**.

¡Conviértete
en estrategia de
**CX y Contact
Centers** que
transforma
resultados!



Más información

DIPLOMADO

1

Del 19 de mayo al
22 de septiembre

DIPLOMADO

2

Del 2 de octubre al
19 de diciembre

Máster Dirección Estratégica de CX

CUSTOMER EXPERIENCE
MANAGEMENT, CENTROS DE
CONTACTO Y ÁREAS DE
INTERACCIÓN CON CLIENTES.

Módulo 1. Estrategias de Customer
Centricity

Módulo 2. La Experiencia del
Colaborador en la Era de la IA

Módulo 3. Gestión de un Command
Center

Módulo 4. Medición de la Experiencia
del Cliente y Certificación de Calidad

Módulo 5. Transformación Digital en los
Centros de Experiencia del Cliente

Módulo 6. Planeación Estratégica del
Centro de la Experiencia del Cliente

GESTIÓN AVANZADA EN
CUSTOMER EXPERIENCE
MANAGEMENT, CENTROS DE
CONTACTO Y ÁREAS DE
INTERACCIÓN CON CLIENTES.

Módulo 1. Estrategia y Diferenciación
en Contact Centers y BPOs

Módulo 2. Métricas que Transforman:
Desempeño, CX y Rentabilidad

Módulo 3. Tecnología y
Automatización: El Futuro del CX

Módulo 4. Transformación Digital, de
la Estrategia a la Ejecución

Módulo 5. Liderazgo y Equipos de Alto
Impacto en Contact Centers

Módulo 6. Planeación Financiera

www.imt.com.mx



CRISTY MANTEROLA

DIRECTORA DE SERVICIO AL CLIENTE PARA CLIENTES CORPORATIVOS EN AMERICAN EXPRESS MÉXICO

- +20 años en estrategia financiera y CX.
- Lidera servicio a clientes corporativos en American Express México.
- Elevó el NPS corporativo y posicionó a México como referente global.
- Liderazgo basado en empatía y confianza.
- Embajadora de diversidad, inclusión y pertenencia.

DANIELA HERNÁNDEZ

DIRECTORA DE ESTRATEGIA Y EJECUCIÓN EN DIRECTO

- Especialista en estrategia, ejecución y transformación organizacional.
- Conecta datos, operación y decisiones de negocios.
- Experiencia en finanzas, estrategia, y liderazgo transversal.
- Impulsa modelos de disciplina operativa y medición constante.
- Convencida de que estrategia sin ejecución no transforma.



DANIELA LADRÓN DE GUEVARA

DIRECTORA DE TALENT ACQUISITION, CONCENTRIX

- +23 años en la industria *Call Center* y BPO.
- Experta en operaciones, talento y reclutamiento estratégico.
- Lidera iniciativas de atracción de talento crítico.
- Promueve procesos transparentes e inclusivos.
- Cree que el talento correcto transforma operaciones.

DIANA GUERRERO

GERENTE DE OPERACIONES EN EFICASIA

- Doctora que transformó operaciones médicas en *Contact Centers*.
- Evolucionó de orientadora médica a gerente de operaciones.
- Integró conocimiento clínico con gestión operativa y tecnológica.
- Impulsó modelos con supervisores médicos especializados.
- Tres cuentas médicas reconocidas con premios IMT.





DIANA LÓPEZ CASTILLO

DIRECTORA DE OPERACIONES,
B3 CONTACT EXPERTS

- Directora de Operaciones enfocada en resultados y productividad.
- Experta en gestión de equipos comerciales de alto volumen.
- Impulsa mejora continua basada en indicadores y análisis.
- Promueve liderazgo femenino dentro de la operación.
- Liderazgo analítico humano y orientado al impacto.

ERIKA UGARTE

DIRECTORA DE TRANSFORMACIÓN, GERENTE DE VENTAS Y
CUENTAS EN LATINOAMÉRICA, CONCENTRIX

- +15 años liderando transformación digital en CX.
- Experta en IA, analítica y automatización aplicada a clientes.
 - Diseña modelos omnicanal y Centros de Contacto.
- Experiencia en LATAM: México, Perú, Argentina y Chile.
 - Innovación que conecta tecnología con resultados.



GEORGINA RODRÍGUEZ

GERENTE DE *CALL CENTER*
DE MDC POR XCARET

- +15 años construyendo operaciones comerciales de alto desempeño.
- Inició como agente telefónico y evolucionó a gerente de *Call Center*.
- Experta en estrategia comercial y generación de demanda.
- Liderazgo enfocado a resultados y desarrollo de talento.
- Cree en equipos que impulsan crecimiento sostenible.

INGRID GOMICIAGA

SUBDIRECTORA DE ADMINISTRACIÓN
Y FINANZAS EN PENTAFON

- Trayectoria de crecimiento interno y liderazgo organizacional.
 - Experta en administración, finanzas y gestión estratégica.
 - Consolidó procesos clave dentro de Pentafon.
- Liderazgo basado en adaptabilidad y aprendizaje constante.





ISABEL GUTIÉRREZ

DIRECTORA DE *TELEMARKETING*
EN MUÑOZ Y ASOCIADOS

- +22 años de crecimiento interno.
- Directora de *Telemarketing*.
- Supera metas de negocio constantemente.
- Liderazgo resiliente y cercano.
- Impulsa talento y cultura de esfuerzo.

JENNIFER ALONSO

ESPECIALISTA EN
CUSTOMER EXPERIENCE, RT4

- Especialista en *Customer Experience* e Inteligencia Artificial.
- +15 años en tecnología aplicada al servicio al cliente.
- Impulsa soluciones de *chatbots*, *voicebots*, y analítica avanzada.
- Defensora de la IA como facilitador de experiencias humanas.
- Innovación enfocada en lealtad y personalización.



JOANNA MIRANDA

GERENTE DE SOPORTE DE VENTAS
EN KONECTA LATAM

- +14 años en Centros de Contacto y excelencia operativa.
- Experta en WFM, desarrollo de talento y estrategia comercial.
- Lidera transformación de procesos y modelos operativos.
- Integra IA y agentes especializados en CX.
- Generó 7.8M€ en nuevo negocio para Konecta.

KARLA SALAZAR

GERENTE DE CULTURA, COMUNICACIÓN, CAPACITACIÓN
Y DESARROLLO ORGANIZACIONAL, INVEX.

- +30 años en transformación organizacional.
- Integra estrategia, cultura y talento.
- Experta en crecimiento y expansión.
- Pensamiento sistémico + inteligencia emocional.
- Liderazgo consiente y centrado en personas.





LORENA FARÍAS

VP DE *CUSTOMER SERVICE & FIRST CHOICE*,
DHL EXPRESS MÉXICO

- VP CX & *First Choice* en DHL.
- Integra operación, ventas y servicio.
- Impulsa cultura centrada en el cliente.
- Estrategia basada en datos.
- Liderazgo de alto desempeño y *accountability*.

LUZ MARÍA GÓMEZ

TERRITORY HUNTER MANAGER,
IPCOM.

- Liderazgo en telecom y tecnología.
- Estrategia *go-to-market* y crecimiento.
 - Impulsa innovación e IA.
 - Cultura de alto desempeño.
 - Promotora de talento femenino.



MARGA LÓPEZ

SUBDIRECTORA DE *CALL CENTER*,
AFIRME

- +17 años en banca.
- Lidera +160 colaboradores.
- Premio Nacional en *Customer Service*.
- Experta en CX y operación.
- Liderazgo humano y de alto impacto.

MARÍA DE LOS ÁNGELES URIBE

DIRECTOR OF *CLIENT OPERATIONS*,
TELEPERFORMANCE

- +20 años en BPO.
- Trayectoria desde agente a Directora.
 - 9 años liderando operaciones.
 - Experiencia 360° en CX.
- Liderazgo resiliente y consistente.





MARISOL RUMAYOR

CEO Y COFUNDADORA
DE DISRUPTIVE LABS

- Líder en innovación y emprendimiento.
- +100 proyectos impulsados.
- Récord Guinness en evento global.
- Consejera y líder en diversos ecosistemas.
- Impulsa talento y desarrollo en México.

MELINDA GIVAUDAN

DIRECTORA COMERCIAL
EN GLOBAL MANAGEMENT MX

- +20 años en telecom y TI.
- Fundadora de empresa (+7 años).
- Experta en expansión de mercados.
- Estrategia y planeación de negocios.
- Formación de equipos de alto rendimiento.



MÓNICA SERRANO

GERENTE DE DESARROLLO DE PRODUCTO Y MERCADOTECNIA
EMPRESARIAL EN VÍVARO TELECOM

- +23 años en telecom.
- Estrategia en TI y Ciberseguridad.
- Desarrollo de soluciones empresariales.
- Generación de demanda y posicionamiento.
- Tecnología centrada en el cliente.

NALLELY LÓPEZ

DIRECTORA DE OPERACIONES
EN BBVA

- Dirige +2,000 colaboradores en BBVA.
 - Experta en *Contact Centers*.
 - Modelos híbridos y resilientes.
 - CX basado en datos.
- Transformación del modelo de atención.





NORMA KETZ

REPRESENTANTE DE DIRECCIÓN GENERAL
EN MED MARKETING

- +28 años en CX.
- Escaló operación 50 – 800 posiciones.
- Estructuras y procesos sólidos.
- Formación de líderes directivos.
- Liderazgo colaborativo y sostenible.

PALOMA DE LA GARZA

DIRECTOR *DELIVERY* & *NEARSHORING*
EN ATENTO MÉXICO

- Líder en la industria de *Contact Centers* y BPO's.
- Impulsa talento y desarrollo de equipos multidisciplinares.
 - Certificación Lean Six Sigma.
 - Impulso al liderazgo femenino.
 - Rentabilidad de negocios.



PILAR MARCOS

GERENTE *SENIOR* DE OPERACIONES AL
CLIENTE EN STORI

- +15 años en CX Global.
- Experiencia en 4 regiones.
- Estrategias de *churn* y *onboarding*.
- Modelos de incentivos y gobernanza.
- Enfoque en satisfacción del cliente.

PILAR MERCADO

DIRECTORA GENERAL DEL INSTITUTO
MEXICANO DE TELESERVICIOS (IMT)

- Líder en transformación digital.
- Ex *Google Cloud* (sector financiero).
- Impulsora de IA y modelos modernos.
 - Construcción de alto nivel.
- Visión tecnológica con enfoque humano.





PRÍCILA ANDRADE

GROWTH MARKETING DIRECTOR,
DIGITAL COMMERCE & OMNICHANNEL
CUSTOMER EXPERIENCE EN GRUPO
PROA

- 20 años en *Marketing* y Data.
- Estrategias omnicanal y CX.
- Enfoque en rentabilidad.
- Liderazgo basado en datos.
- Innovación y transformación digital.

RAQUEL REYNOSO

SUBDIRECTORA DE *CONTACT CENTER* DE
MÉXICO *DESTINATION CLUB* EN GRUPO
XCARET

- Lidera CX en Grupo Xcaret.
- Servicio *premium* a clientes de alto valor.
- Cultura de alto desempeño.
- Mejora continua e innovación.
- Desarrollo de talento.



REBECA BEY

DIRECTORA GENERAL DE CALLBEYOND

- +30 años en CX Global.
- Experiencia en múltiples industrias.
- +12,000 profesionales capacitados.
- Gestión de proyectos complejos.
- Liderazgo multicultural.

ROCÍO CUEVAS

DIRECTORA DE RELACIONES
INSTITUCIONALES EN INFINITY GROUP

- +40 años de trayectoria.
- Estrategia comercial y alianzas.
- Experta en fidelización.
- Expansión de negocios.
- Liderazgo regional.





ROSA ELENA SÁNCHEZ

DIRECTORA DE OPERACIONES DE
CALL CENTER, ZURICH-SANTANDER.

- Impulsora del CX como motor de crecimiento.
- Reconocida por su capacidad de transformar organizaciones.
- Voz activa en el impulso de liderazgo femenino.
- Experta en operaciones, servicio y transformación en entornos complejos.

ROSA MARÍA ARRAMBIDE

DIRECTORA DE ATENCIÓN A CLIENTES EN GRUPO
FINANCIERO BANORTE

- +15 años de experiencia en Centros de Contacto.
 - +26 años en el sector bancario.
- Escucha activa y fortalecimiento de equipos de trabajo.
 - Gestión de talento y productividad.



ROSA MARÍA ORTIZ

LÍDER EN EXPERIENCIA DEL CLIENTE,
CRECIMIENTO RENTABLE Y DESEMPEÑO
OPERATIVO.

- +30 en seguros y salud.
- Liderazgo en alta dirección.
- CX como estrategia clave.
- Expansión y crecimiento operativo.
- Desarrollo de mujeres líderes.

ROSARIO CORONA

COCA COLA FEMSA

- +23 años en Coca-Cola FEMSA.
 - Experiencia en múltiples áreas.
 - Liderazgo transversal.
- Cultura de aprendizaje continuo.
- Pasión por el talento y desarrollo.





SANDRA SECO

CHIEF EXECUTIVE OFFICER DE KENOS,
GRUPO SCANDA

- CEO Kenos.
- +800 colaboradores.
- +600k interacciones mensuales.
- +35% automatización con IA.
- Líder en experiencia digital.

MARÍA DEL SOCORRO RAMÍREZ

VP DE CUSTOMER EXPERIENCE &
PAYMENTS OPS EN KONFIO

- +28 años en CX financiero.
- Construcción de *Contact Centers*.
 - Experta en operación.
- Enfoque en “*momentos wow*”.
- Experiencia centrada en el cliente.



SOFÍA PÉREZ GASQUE

DIRECTORA GENERAL DE AMITI

- +22 años en impacto social.
- Top 100 Mujeres Poderosas (Forbes).
- Liderazgo en equidad e inclusión.
- Proyectos globales.
- Impulso a sostenibilidad.

SUSANA SANTANA

GERENTE DE CRM,
GRUPO FANAFESA

- Especialista en CX y analítica.
- Estrategias para reducir churn.
 - CRM y personalización.
- Lean Six Sigma Black Belt.
- Enfoque en eficiencia operativa.





SUSHEIL MIYANO

SUBDIRECTORA DE RECURSOS
HUMANOS Y RELACIONES LABORALES,
TECMARKETING

- +28 años en RH.
- Crecimiento de operación a subdirección.
- Experta en relaciones laborales.
- Gestión de talento y productividad.
- Cultura organizacional sólida.

TANIA LIBERTAD

GERENTE DE EXPERIENCIA AL CLIENTE EN GRUPO FANAFESA

- +12 años de experiencia en la industria farmacéutica.
- Maestra en Mercadotecnia y en Gestión de Proyectos.
- Visión comercial, análisis financiero y sensibilidad hacia el paciente.



TANIA MOCTEZUMA

SENIOR ACCOUNT MANAGER DE
DIRECTO TELECOM

- +25 años en telecom.
- Estrategias CX y optimización.
- Experta en negociación.
- Mentoría a mujeres.
- Impulso al liderazgo femenino.

Este reconocimiento, impulsado por el Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT), refleja la resonancia del liderazgo femenino en la industria, al amplificar ideas, generar transformaciones y consolidar experiencias centradas en el cliente. Su impacto va más allá de los resultados organizacionales, ya que también motiva a nuevas generaciones a liderar con visión, fortaleciendo la equidad, la inclusión y la innovación como bases para el desarrollo de un sector más dinámico, diverso y sostenible. ||

Premio Nacional CX: una industria que evoluciona y reconoce a quienes la transforman

Berenice Hernández, Rosa Cruz y Diana Torres

El pasado 11 de marzo, en el marco del Global CX Forum, se celebró la edición número 21 del Premio Nacional CX, consolidándose como uno de los espacios más relevantes para reconocer las mejores prácticas en experiencia del cliente en México.

Más allá de la premiación, el evento volvió a confirmar algo que ya es evidente para quienes están dentro del sector: la experiencia del cliente dejó de ser un área funcional para convertirse en un eje estratégico de las organizaciones.

UN RECONOCIMIENTO QUE EVOLUCIONA CON LA INDUSTRIA

A lo largo de sus 21 ediciones, el Premio Nacional CX ha acompañado la transformación del sector, reconociendo iniciativas que han pasado de enfocarse en eficiencia operativa a integrar analítica, omnicanalidad, personalización e innovación tecnológica.

Esta edición contó con la inscripción de 150 casos de éxito, los cuales reflejan organizaciones que no solo optimizan procesos, sino que diseñan experiencias completas, donde cada interacción tiene un impacto directo en la lealtad, la percepción de marca y los resultados de negocio.

Parte de la solidez del premio radica en su proceso de evaluación. En esta edición, participaron 97 jurados con un perfil multidisciplinario, seleccionados cuidadosamente por su experiencia y conocimiento en la industria. Este grupo

de especialistas analizó cada iniciativa desde distintas perspectivas, garantizando una evaluación robusta y balanceada.

Los proyectos fueron valorados a partir de criterios que reflejan las exigencias actuales del mercado: solidez estratégica, resultados de negocio, nivel de innovación y la capacidad de las organizaciones para comunicar de manera clara el impacto de sus iniciativas, incluyendo materiales audiovisuales que permiten entender la ejecución real de los casos.

Este enfoque no solo eleva el nivel del reconocimiento, sino que también convierte al premio en una referencia práctica para identificar tendencias, metodologías y enfoques que están marcando pauta en el sector.

UN MOMENTO QUE MARCÓ LA EDICIÓN: LA MEDALLA LOURDES ADAME GODDARD

Uno de los momentos más significativos de la ceremonia fue la entrega, por primera vez, de la Medalla Lourdes Adame Goddard a la Personalidad del Año en *Customer Experience*.

Este reconocimiento nace con un profundo sentido para la comunidad. Durante casi tres décadas, Lourdes Adame fue una figura clave en el desarrollo de la industria, impulsando espacios como ContactForum y, sobre todo, generando algo que no siempre aparece en los modelos de evaluación: comunidad.



Lourdes Adame Goddard.

Su legado trasciende lo profesional. Fue una persona que conectó generaciones, promovió el intercambio de ideas y fortaleció relaciones que hoy siguen dando forma al sector.

La medalla que lleva su nombre incorpora la figura de una ceiba, símbolo de vida, conexión y fortaleza. Una metáfora poderosa para describir su impacto: raíces profundas en la historia de la industria, un tronco sólido que dio estabilidad y ramas que impulsaron crecimiento a su alrededor.

Gerardo y Alejandro Molina Goddard entregando la medalla Lourdes Adame Goddard a Eugenio Fonseca.



Eugenio Fonseca León, VP Operations de Konfio.



Fabiana Garrido Fonseca.

RECONOCER EL LIDERAZGO QUE TRANSFORMA

En esta primera edición de la medalla, el reconocimiento fue otorgado a Eugenio Fonseca León, VP Operations de Konfio, cuya trayectoria refleja una constante: la capacidad de transformar operaciones de servicio en motores estratégicos de negocio.

Su carrera ha estado marcada por la evolución de modelos de atención en organizaciones de gran escala, desde el sector financiero hasta plataformas tecnológicas que redefinieron industrias completas. A lo largo de su trayectoria, ha impulsado nuevas formas de gestionar la experiencia del cliente, siempre con un enfoque centrado en las personas y en el desarrollo de equipos.

MÁS QUE UNA PREMIACIÓN: UN REFLEJO DEL MOMENTO QUE VIVE EL CX

La edición 21 del Premio Nacional CX no solo reconoció casos de éxito, sino que dejó ver con claridad hacia dónde se dirige la industria:

- Operaciones cada vez más integradas con tecnología y datos.
- Experiencias diseñadas de forma intencional, no reactiva.

■ Un enfoque creciente en el talento como habilitador del CX.

■ Y una transición clara hacia modelos donde la innovación es continua, no incremental.

En este contexto, el premio se mantiene como un referente que no solo celebra resultados, sino que documenta la evolución del sector.

UNA COMUNIDAD QUE HACE POSIBLE EL ESTÁNDAR

Detrás de cada edición del Premio Nacional CX existe un esfuerzo colectivo que da sustento a su credibilidad y relevancia.

El IMT reconoce la participación de cada uno de los casos inscritos, así como los 97 jurados que, con su tiempo, experiencia y compromiso, hicieron posible un proceso de evaluación riguroso y transparente.

Asimismo, se destacó el papel de las organizaciones patrocinadoras (Atento, Muñoz y Pentafon) cuyo apoyo contribuye al fortalecimiento de este espacio y al desarrollo continuo de la industria.

Si algo quedó claro durante la jornada, es que el valor del Premio Nacional CX no está únicamente en las preseas entregadas, sino en lo que representan: una comunidad que comparte, aprende y evoluciona de manera conjunta. ||

PATROCINADOR DIAMANTE



PATROCINADORES

ATENTO



Mejor Estrategia de *Customer Experience*

Las iniciativas destacan por transformar procesos manuales en flujos digitales que garantizan trazabilidad total, mejorando la transparencia en programas internos y agilizando la respuesta inmediata en canales críticos. El resultado es un modelo escalable que utiliza la tecnología como puente para elevar la calidad del servicio y asegurar la continuidad del negocio. En conjunto, demuestran que la vanguardia corporativa reside en equilibrar la calidez humana con herramientas de alta precisión tecnológica.

**ORO****EMPRESA****BANORTE****NOMBRE DEL CASO**

Asesor Asignado



PLATA

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO

Líder de Experiencia al Cliente

BRONCE

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO

Atendiendo una Señal Temprana



Mejor Estrategia de *Customer Experience* - BPO

Las iniciativas presentan una transformación en la gestión de servicios mediante plataformas de autogestión y canales asíncronos que eliminan tiempos de espera y fricciones operativas. Al integrar soluciones de procesamiento de lenguaje natural y modelos predictivos, los proyectos logran anticiparse a las necesidades del usuario, elevando la resolución en el primer contacto y la satisfacción general. Estas estrategias priorizan la omnicanalidad efectiva, asegurando una transición fluida entre lo digital y lo humano sin perder la trazabilidad de la consulta.



ORO

EMPRESA

concentrix

NOMBRE DEL CASO
Transfer's Mapping



PLATA

EMPRESA



PENTAFON
CONTACT CENTER & CXSP

NOMBRE DEL CASO

Madurez del CX en Siniestros:
Decisiones Informadas que
Protegen la Confianza

BRONCE

EMPRESA

BINOMIA
meaningful conexions

NOMBRE DEL CASO

De una Operación
Improvisada a una Experiencia
Hiperpersonalizada que
Construye Lealtad



Mejor Iniciativa de *Customer Service*

Estas estrategias están orientadas a mejorar la experiencia del cliente mediante eficiencia operativa, digitalización y gestión proactiva. Abordan retos como saturación de canales, falta de visibilidad, tiempos de atención elevados y necesidad de respuestas más ágiles. Las soluciones integran autoservicio digital, modelos especializados de seguimiento, tableros, alertas, estandarización de procesos y capacitación operativa. En conjunto, transforman experiencias fragmentadas en interacciones más claras, rápidas y confiables. También fortalecen la toma de decisiones con datos, reducen fricción interna y elevan la satisfacción, consolidando modelos sostenibles, escalables y centrados en el cliente.

ORO

EMPRESA

**NOMBRE DEL CASO**
Conecta con ADT



PLATA

EMPRESA

MAWDY

NOMBRE DEL CASO

De la Ejecución al Recuerdo,
la Transformación Hacia
Experiencias Memorables



BRONCE

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO

Omnichannel Alianzas -
Reingeniería de Servicios KAD

Mejor Iniciativa de *Customer Service* - BPO

Los tres casos reflejan estrategias de *Customer Service* enfocadas en simplificar, proteger y mejorar la experiencia del cliente. Las iniciativas abordan retos como procesos fragmentados, baja visibilidad operativa, validaciones insuficientes y necesidad de respuestas más precisas. Para resolverlos, integran modelos omnicanal, analítica conversacional, automatización, validación remota, capacitación especializada y gestión basada en datos. En conjunto, fortalecen la resolución en el primer contacto, reducen fricciones, elevan la seguridad y permiten decisiones más ágiles. También consolidan al Centro de Contacto como habilitador estratégico de confianza, eficiencia, continuidad operativa y experiencias más humanas, claras y consistentes.

**ORO**

EMPRESA

concentrixNOMBRE DEL CASO
Conversational Assist



PLATA

EMPRESA



PENTAFON
CONTACT CENTER & CXSP

NOMBRE DEL CASO

One Hallway: de la Complejidad Operativa a una Experiencia de Customer Service Simple y Continua



BRONCE

EMPRESA



Soluciones Integrales en Centros de Contacto

NOMBRE DEL CASO

Tu Cuenta, Tu Identidad

Mejor Estrategia de Ventas - BPO

Al combinar modelos de perfilamiento inteligente con estrategias de capacitación continua, los proyectos logran una personalización profunda que se anticipa a las necesidades del consumidor en tiempo real. Estas estrategias optimizan la gestión de prospectos y la retención mediante el uso de herramientas tecnológicas que garantizan una trazabilidad total en cada interacción. El resultado es un modelo comercial escalable que eleva la productividad mientras fortalece el vínculo humano a través de una atención ágil y consistente.

ORO

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO

Voicebot MC



PLATA

EMPRESA

konecta

NOMBRE DEL CASO

Al Infinitum y Konectando



BRONCE

EMPRESA



PENTAFON
CONTACT CENTER & CXSP

NOMBRE DEL CASO

Convertir Ventas en Ingreso Real:
el Reto de las Renovaciones
en un Mercado Volátil



Mejor Estrategia de Ventas

Estas estrategias priorizan la trazabilidad de punta a punta, asegurando que cada interacción genere información accionable para optimizar la conversión y la retención. El resultado es un ecosistema comercial que eleva la productividad interna mientras reduce significativamente los tiempos de respuesta al cliente.



ORO

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO
Empowerment Revamped

PLATA

EMPRESA

Exitus  Credit

NOMBRE DEL CASO

Confianza que Convierte:
Integrando CX y EX para
Transformar la Experiencia
en el Crédito a Pensión



BRONCE

EMPRESA

 Santander®

NOMBRE DEL CASO

Ejemplo de una Transformación
Operativa Exitosa



Mejor Estrategia de Cobranza

Las iniciativas presentan una evolución hacia la omnicanalidad inteligente, utilizando asistentes virtuales y bots conversacionales que facilitan acuerdos de pago de manera autónoma y asincrónica. Al integrar psicología del comportamiento con algoritmos de IA, los proyectos logran personalizar la gestión según el perfil de riesgo, eliminando la fricción del cobro tradicional.

ORO

EMPRESA

Teleperformance**NOMBRE DEL CASO**
Agente Autónomo de Cobranza

PLATA

EMPRESA

konecta

NOMBRE DEL CASO
Konectando Acuerdos



BRONCE

EMPRESA

MC | **Muñoz**
CORPORATIVO

NOMBRE DEL CASO
VoiceBots - MIA & MUVOX



Mejor Estrategia de Servicios Offshore

La estrategia se fundamenta en un ecosistema tecnológico diseñado para anticipar necesidades y automatizar procesos operativos en mercados globales, garantizando la continuidad operativa y la seguridad de la información bajo estándares internacionales.

**ORO**

EMPRESA

**NOMBRE DEL CASO**
Flipping Titles

¡FORMACIÓN ESPECIALIZADA PARA TU EMPRESA!



Conoce nuestras soluciones para el desarrollo de competencias especializadas en **Customer Experience** y **Centros de Contacto**.

1

CURSOS INHOUSE

- Diseñamos cursos a la medida, adaptados a tus necesidades, con formatos y metodologías personalizadas.
- Capacitamos a tu personal a distancia, en los temas de tu interés, con flexibilidad de horarios y fechas.
- Desarrollamos contenidos alineados al perfil, nivel de experiencia y objetivos de tu equipo.
- Impulsamos el aprendizaje mediante metodologías de aprendizaje acelerado y un diseño instruccional efectivo.

2

E-LEARNING

- Accede a nuestros cursos On Demand, diseñados para ti y tu equipo.
- Capacítate y desarrolla a tu personal en el momento y lugar que necesites.
- Fortalece habilidades y competencias específicas para impulsar el desempeño de tu organización.
- Creamos y producimos tu propio material de capacitación, alineado a tus objetivos y necesidades

3

IMT ACADEMY

- Desarrolla habilidades y competencias clave para tu crecimiento profesional.
- Conviértete en especialista en el área de tu interés y amplía tus oportunidades laborales.
- Adquiere nuevos conocimientos que podrás aplicar de inmediato, con el acompañamiento y asesoría de expertos.

+52 55 5340 2290 Ext. 6000 / 6010 / 6020 capacitacion@imt.com.mx

www.imt.com.mx

MÁS
INFORMACIÓN



/imtcontactforum



Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT)



IMTContactForum



@imt_cx

Mejor Estrategia de Operación

Las iniciativas destacan por integrar herramientas de automatización profunda que agilizan el flujo de trabajo, permitiendo una transición orgánica entre la tecnología y el talento humano especializado. Al centrar su estrategia en la trazabilidad en tiempo real, los proyectos logran una visibilidad total de la gestión que elimina cuellos de botella y optimiza la toma de decisiones estratégicas.

ORO

EMPRESA

Exitus > Credit

NOMBRE DEL CASO

La Operación no Soporta la Estrategia, la Operación es la Estrategia



PLATA

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO
Izzi App



BRONCE

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO

De la Reacción a la
Proactividad: Evolución del
Modelo de Atención a partir
de la Voz del Cliente



Mejor Estrategia de Operación - BPO

Estas estrategias no solo reducen la carga operativa, sino que fortalecen la marca empleadora mediante culturas de diversidad e inclusión que conectan marcas con personas de manera más humana. El impacto se traduce en una atención ágil y consistente que eleva los estándares de calidad y genera relaciones de largo plazo con los clientes. En conjunto, demuestran que la vanguardia reside en equilibrar la innovación tecnológica constante con un compromiso genuino hacia el talento y la calidez organizacional.

ORO

EMPRESA



PENTAFON
CONTACT CENTER & CXSP

NOMBRE DEL CASO

De la Reacción a la Prevención:
Madurez Operativa Centrada
en la Realidad del Cliente





PLATA

EMPRESA



PENTAFON
CONTACT CENTER & CXSP

NOMBRE DEL CASO

De la Eficiencia a la Gobernabilidad:
la Evolución Operativa del *Customer*
Service de Sephora

BRONCE

EMPRESA

BINOMIA
meaningful conexions

NOMBRE DEL CASO

Del Volumen a la Inteligencia: el
BPO que Multiplicó Productividad,
Redujo Costos y Elevó la Experiencia



Mejor Estrategia de Operación - Sector Gobierno

La iniciativa fortalece la prevención, amplía la cobertura nacional y facilita el acceso a información confiable mediante médicos certificados, SMS personalizados y registro en expediente clínico electrónico. También incorpora atención *inbound* y *outbound* para resolver dudas, reducir barreras geográficas y transformar hallazgos escolares en decisiones familiares oportunas. En conjunto, impulsa un modelo accesible, trazable, proactivo y sostenible, centrado en la salud infantil y la confianza ciudadana.

ORO

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO

Seguimiento a Cita Médica



Mejor Iniciativa Omnicanal

Este tipo de iniciativas responden al crecimiento del *e-commerce* y la fragmentación de canales, consolidando voz, correo y redes sociales en una sola plataforma con trazabilidad completa y control en tiempo real. Además, incorpora analítica, automatización y una vista única del cliente para mejorar la toma de decisiones y la eficiencia operativa. Los resultados reflejan mejoras en satisfacción, resolución y estabilidad, posicionando al Centro de Contacto como un habilitador estratégico, escalable y alineado a estándares globales.

ORO

EMPRESA



PENTAFON
CONTACT CENTER & CXSP

NOMBRE DEL CASO

Omnicanalidad Gobernada por Datos y Seguridad: la Evolución Estratégica del Customer Service de Sephora



Mejor Iniciativa de *Data Analytics*

Este tipo de estrategias muestran cómo *Data Analytics* e Inteligencia Artificial transforman la gestión de clientes al pasar de modelos reactivos a estrategias predictivas, objetivas y accionables. Las iniciativas analizan interacciones, comportamientos y riesgos para anticipar cancelaciones, detectar fricciones, mejorar calidad, fortalecer la retención y orientar decisiones operativas. También permiten evaluar el 100% de las conversaciones, identificar causas raíz, personalizar intervenciones y generar coaching basado en evidencia. En conjunto, consolidan una gestión más precisa, preventiva y centrada en el cliente, con impacto directo en experiencia, eficiencia, satisfacción, lealtad y continuidad del negocio.

**ORO**

EMPRESA

**NOMBRE DEL CASO**

Modelo De Riesgo Predictivo



PLATA

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO

Callsight - Cuando la Calidad se vuelve Estrategia



BRONCE

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO

Voice Analytics como Motor de la Transformación Digital en MegaTravel

Mejor Iniciativa de *Data Analytics* - BPO

Tres iniciativas de transformación digital muestran cómo la analítica avanzada y la Inteligencia Artificial pueden redefinir la operación y la experiencia del cliente. A través de modelos predictivos y simulación estratégica, se sustituye la toma de decisiones basada en intuición por un enfoque sustentado en datos, permitiendo anticipar demanda, optimizar recursos y mejorar la asignación de talento. Los resultados evidencian incrementos en KPIs clave, mayor eficiencia operativa y reducción de variabilidad. Además, se fortalece la experiencia del colaborador y del cliente, consolidando un modelo escalable, sostenible y orientado a decisiones inteligentes de negocio.

**ORO**

EMPRESA

 **Teleperformance**

NOMBRE DEL CASO

Performance Predictor



PLATA

EMPRESA



PENTAFON
CONTACT CENTER & CXSP

NOMBRE DEL CASO

La Voz del Cliente como Motor de
Decisión Estratégica: Banorte y Pentafon
fortalecen la Analítica Aplicada

BRONCE

EMPRESA



Teleperformance

NOMBRE DEL CASO

Machine Learning



Mejor Iniciativa de Automatización

Tres iniciativas de automatización evidencian cómo la Inteligencia Artificial y la orquestación de procesos están redefiniendo la experiencia del cliente y la eficiencia operativa. Desde asistentes inteligentes que optimizan la consulta de información en tiempo real, hasta voicebots y flujos automatizados que gestionan altos volúmenes de interacción, los casos demuestran reducciones significativas en tiempos de atención, costos y reincidencias, así como mejoras sostenidas en satisfacción. La integración de analítica, omnicanalidad y retroalimentación continua permite anticipar necesidades, habilitar respuestas proactivas y escalar operaciones con precisión, consolidando modelos digitales centrados en el cliente, medibles y sostenibles en el tiempo.



ORO

EMPRESA

estafeta®

NOMBRE DEL CASO

Beatriz, el Voicebot de Estafeta



PLATA

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO

AMAIA 2.0 - Aeroméxico
Asistente de Inteligencia Artificial

BRONCE

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO
OK Cliente



Mejor Uso de la Tecnología - BPO

Los tres casos presentan un enfoque consistente de transformación digital aplicada a operaciones de alto volumen, donde la tecnología evoluciona de habilitador a motor estratégico del negocio. A través de modelos basados en analítica, automatización e Inteligencia Artificial, se optimizan procesos críticos como capacitación, reclutamiento y cobranza, logrando mejoras tangibles en eficiencia, experiencia y resultados operativos. Destaca la integración de soluciones escalables, centradas en el usuario y soportadas por datos, que permiten mayor trazabilidad, personalización y control. En conjunto, reflejan una madurez operativa donde innovación, experiencia y desempeño convergen para generar valor sostenible y ventaja competitiva.

ORO
EMPRESA

PENTAFON
CONTACT CENTER & CXSP

NOMBRE DEL CASO

De la Tecnología como Soporte a la Arquitectura como Motor del Negocio con Liverpool





PLATA

EMPRESA

ATENTO

NOMBRE DEL CASO
Training Evolution



BRONCE

EMPRESA

COPERVA

NOMBRE DEL CASO
SophIA

Mejor Uso de la Tecnología

Tres iniciativas de transformación digital muestran cómo la integración tecnológica y la automatización redefinen la operación y la experiencia en Centros de Contacto. A través de la unificación de sistemas, el uso de bots y plataformas omnicanal con analítica e Inteligencia Artificial, se optimizan procesos, se eliminan tareas manuales y se habilita una gestión más ágil y precisa. Los resultados evidencian mejoras en productividad, reducción de tiempos de atención, incremento en resolución al primer contacto y mayor satisfacción del cliente. Estos casos consolidan un enfoque centrado en datos, eficiencia operativa y evolución continua, donde la tecnología actúa como habilitador estratégico de experiencias más simples, consistentes y de alto valor.

ORO
EMPRESA
BANORTE

NOMBRE DEL CASO
Pantalla Única Elina





PLATA

EMPRESA



PHILIP MORRIS MÉXICO

NOMBRE DEL CASO

Del Desafío al Liderazgo:
PMI México Acelera el CX
al Romper el Estándar
Tecnológico Global



BRONCE

EMPRESA

Lenovo

NOMBRE DEL CASO

La Innovación Transforma
La Experiencia

Mejor Contribución en Responsabilidad Social

Las iniciativas se centran en la creación de "semilleros de talento" que integran a grupos vulnerables mediante programas de formación técnica y humana certificados, los proyectos eliminan barreras de empleabilidad y combaten la informalidad laboral de manera sostenible. Estas estrategias fortalecen la cultura organizacional a través de pilares de diversidad, equidad y respeto a los derechos humanos, alineándose con estándares internacionales de calidad y ética.



ORO

EMPRESA

ATENTO

NOMBRE DEL CASO

Soy Atento

PLATA

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO
Ruta Rosa: Toca, Dona
y Salva Vidas



BRONCE

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO
La Voz de Quien no Tiene Voz



Mejor Iniciativa

Employee Branding

Los tres casos muestran cómo la experiencia del talento se ha convertido en un eje estratégico para fortalecer la marca empleadora. A través de procesos más ágiles, cercanos y apoyados en tecnología, las iniciativas mejoran el primer contacto, reducen fricciones y acompañan mejor a candidatos y nuevos colaboradores.

En conjunto, reflejan una visión donde eficiencia operativa y experiencia humana se integran para impulsar conversión, permanencia y sentido de pertenencia.



ORO

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO
IA al Servicio del
Candidato: El Origen
del Orgullo de Marca



PLATA

EMPRESA

concentrix

NOMBRE DEL CASO

Candidate Experience Process



BRONCE

EMPRESA

ATENTO

NOMBRE DEL CASO

Proceso de familiarización:
Construyendo la Experiencia
Desde el Primer Día

Mejor iniciativa Desarrollo del Potencial Humano - BPO

Las iniciativas responden a una necesidad común: reducir curvas de aprendizaje, mejorar la calidad de las interacciones y preparar a los colaboradores antes de enfrentar escenarios reales con clientes. Para ello, incorporan simulaciones, mentoría digital y coaching automatizado, permitiendo practicar conversaciones, recibir retroalimentación inmediata y fortalecer habilidades técnicas y conversacionales en entornos seguros.

La Inteligencia Artificial no sustituye al talento humano; amplía su alcance, estandariza criterios, personaliza prácticas y aporta métricas objetivas para la toma de decisiones.



ORO

EMPRESA



PENTAFON
CONTACT CENTER & CXSP

NOMBRE DEL CASO
Entrenador Virtual



PLATA

EMPRESA

T Teleperformance

NOMBRE DEL CASO
TP AI Training



BRONCE

EMPRESA

COPERVA

NOMBRE DEL CASO
Gemelos Virtuales

Mejor iniciativa Desarrollo del Potencial Humano

Los tres casos muestran cómo el desarrollo del potencial humano puede transformar la operación y la experiencia en Centros de Contacto. Las iniciativas abordan retos distintos, pero convergen en una misma visión: preparar mejor al talento, fortalecer el liderazgo y profesionalizar la ejecución diaria.

A través de modelos estructurados de capacitación, coaching, venta consultiva y evaluación objetiva, se impulsan habilidades técnicas, humanas y conversacionales. También integran tecnología e Inteligencia Artificial como apoyo al aprendizaje, sin sustituir el criterio humano.

ORO

EMPRESA



PHILIP MORRIS MÉXICO

NOMBRE DEL CASO

Cuando el Talento
Despierta, la
Experiencia se
Transforma



PLATA

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO
Desarrollo del Potencial Humano



BRONCE

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO
Leaders Alta: Liderazgo Humano Fortalecido por Tecnología Responsable



Mejor iniciativa

Employee Engagement

Las iniciativas integran asistentes virtuales inteligentes que automatizan el primer contacto y el agendamiento de citas, eliminando la saturación operativa y garantizando respuestas inmediatas a los candidatos. Estas estrategias logran reducir los tiempos de cobertura de vacantes y mejorar la retención al alinear el desarrollo de competencias con las demandas del mercado. Al priorizar el bienestar y la protección social desde la capacitación, las organizaciones fortalecen su marca empleadora y aseguran la continuidad del servicio.

ORO**EMPRESA****AFIRME**
El Banco de Hoy**NOMBRE DEL CASO**

Salud y Vida Afirme:
Cultura de Bienestar
que Transforma con
Sentido Humano





PLATA

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO

Especialización que Fideliza: el
Valor de Hacer Carrera



BRONCE

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO

Proyecto Jornada 40

Mejor Iniciativa

Employee Engagement

- BPO

Al implementar asistentes virtuales y plataformas digitales con RPA, se eliminan cuellos de botella en el pre filtrado y agendamiento, garantizando atención 24/7 y trazabilidad total en programas de referidos. Este enfoque tecnológico reduce significativamente los tiempos de cobertura y la rotación temprana, fortaleciendo la continuidad operativa. El resultado es una experiencia del empleado más transparente y gratificante que impacta directamente en la calidad del servicio al cliente.



ORO

EMPRESA



NOMBRE DEL CASO

SophIA



PLATA

EMPRESA

ATENTO

NOMBRE DEL CASO

Atento + Transformación Digital
del Programa de Referidos



BRONCE

EMPRESA

Teleperformance

NOMBRE DEL CASO

Buddy Supervisor

Mejor Iniciativa de **Inclusión y Diversidad**

Esta iniciativa ganadora propone un modelo de inclusión productiva que sustituye el reclutamiento tradicional por un semillero de talento enfocado en integrar a grupos vulnerables y personas sin experiencia previa. A través de un sistema de aprendizaje práctico y certificado, el proyecto ofrece formación técnica con acompañamiento humano y protección social desde el primer día, facilitando una transición efectiva hacia el empleo formal.



ORO
EMPRESA



NOMBRE DEL CASO
Sembrar Talento,
Asegurar Futuro

PREMIO NACIONAL CX & EX



¡Gracias por impulsar la excelencia y por creer que cada experiencia puede cambiar una historia!



PATROCINADO POR:



ATENTO



Munoz CORPORATIVO



/imtcontactforum



Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT)



IMTContactForum



@imt_cx



@imt_

Mejor Director



ORO

Tuyo Isaza



Estratega de Innovación Cognitiva, mentor, consultor y conferencista con más de 20 años de experiencia en liderazgo, transformación digital y cultural, y estrategia de negocio impulsada por IA. Ayudando a las organizaciones a desempeñarse mientras se transforman.

Mejor Director

Mejor Gerente



ORO

Humberto García Garza



Su trayectoria es verdaderamente global, habiendo trabajado en cuatro países diferentes, lo que moldeó su carácter resiliente y adaptable. Uno de sus mayores desafíos fue la coordinación de acciones de contingencia durante la pandemia de COVID-19, donde aseguró que el 100% del personal de Servicio al Cliente estuviera listo y disponible bajo condiciones extremas. Estas experiencias, sumadas a su pasión por la neuro plasticidad, lo han convertido en un líder que no solo busca resultados numéricos, sino que entiende el aprendizaje constante como motor del éxito.

PLATA



Marcos Daniel Álvarez Otáñez

Inició su carrera en 2003 como operador telefónico, descubriendo en los *Contact Centers* un espacio para crecer y perfeccionar su vocación por el servicio.

Su paso por organizaciones como IPSOS-BIMSA, El Financiero, CCS Solutions, Medical Home y Fármacos Especializados, fortaleció su dominio en procesos, regulación y gestión operativa. En 2012 se integró a México Asistencia -hoy MAWDY México-, donde ha construido una trayectoria sólida en áreas como *Contact Center*, Análisis e Información, Comercial y, actualmente, Operaciones.



BRONCE

Ernesto Rodolfo Ruvalcaba Hernández



Se distingue por su liderazgo cercano, ético y orientado a resultados, con una fuerte vocación por desarrollar personas y generar entornos de trabajo positivos, incluyentes y de alto compromiso. A lo largo de su trayectoria ha sido reconocido como Mejor Supervisor, Mejor Coordinador y Mejor Gerente de Operaciones, además de recibir la insignia de Plata por su contribución a la compañía.

Mejor Coordinador



ORO

Stephanie Magaña Guzmán

ATENTO

Destaca su capacidad para convertir datos complejos en información accesible mediante herramientas de automatización y *Business Intelligence*, facilitando la toma de decisiones estratégicas en la operación. Además, prioriza la formación de nuevos líderes y el alineamiento con diversos *stakeholders*, promoviendo una comunicación constante que unifica prioridades y planes de acción.



PLATA

Ofelia Zaragoza Avilés



Entre sus principales virtudes se encuentran la perseverancia, el respeto, su templanza y paciencia, que le permiten tener un trato humano hacia el personal asesor a su cargo, así como a la población que nos contacta. Destaca en ella su solidaridad y compromiso por atender las necesidades de la ciudadanía y personas que la rodean.



BRONCE

Mónica Carranza Mayo

kovecta
feel the pulse

Contribuye activamente a la formación y desarrollo de su equipo, asegurando la correcta ejecución, el control del seguimiento y facturación de los servicios y la sensibilización de los agentes sobre la importancia de una atención de calidad. Impulsa el desarrollo del equipo con una visión de crecimiento, acompañando a supervisores y agentes para fortalecer sus habilidades operativas y profesionales, promoviendo la estabilidad del personal y la formación de futuros líderes dentro de la operación.

Mejor Supervisor

ORO



Diana Tovar Anzaldo

Desde muy temprano en su carrera, se le reconoció por su capacidad única de generar empatía, impulsar la creatividad y crear ambientes colaborativos donde cada miembro del equipo se sintiera visto y valorado. Su manera de liderar, basada en la simplicidad y la claridad, lograba algo poco común: que la organización fluyera con eficiencia mientras despertaba en los demás un profundo sentido de lealtad.



PLATA



María Fernanda Guzmán Galicia

Destaca por su orientación a resultados y por su enfoque en el desarrollo del talento, la experiencia del colaborador, así como el cumplimiento de objetivos. Su desempeño sobresaliente y el cumplimiento constante de metas han fortalecido la confianza de MEDMarketing en su trabajo, posicionándola como un referente interno de buenas prácticas en gestión operativa y liderazgo, en plena alineación con los valores de la organización.



BRONCE



Allan Ramírez Medina

A lo largo de su trayectoria ha desempeñado roles clave, liderando equipos de ventas, *Call Center* y atención a clientes con un enfoque claro en resultados, eficiencia operativa y satisfacción de cliente. Allan a participado como miembro del comité de grúas en la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) donde ha obtenido experiencia en el sector asegurador.



Mejor Analista de Calidad



ORO

Fernando Teotan Ahuatepec



Orienta su responsabilidad social en el apoyo humano a través de la empatía y la escucha activa. Utiliza su experiencia personal para aconsejar y brindar contención emocional a sus compañeros de trabajo. Además de participar activamente en proyectos sociales que apoyan a comunidades vulnerables.



PLATA

Elvia Guadarrama Villanueva



Ha trabajado activamente en fortalecer la comunicación entre áreas e impulsar una cultura de calidad y transformación digital. Su enfoque siempre ha sido enseñar, acompañar y empoderar, haciendo que las personas creen en sus capacidades. Utiliza la tecnología como un habilitador para corregir áreas de oportunidad, evolucionar procesos y avanzar de forma constante hacia la mejora continua.



BRONCE

Heidi De La Rosa Guzmán



Durante su trayectoria ha recibido diversos reconocimientos de desempeño, los cuales reflejan su compromiso, la calidad de su trabajo y la dedicación con la que contribuye al cumplimiento de los objetivos del área. Su mayor aprendizaje ha sido entender que no es necesario apresurarse para crecer; lo importante es mantenerse firme, mejorar un poco cada día y confiar en que el tiempo coloca cada oportunidad en su lugar.

Mejor Ejecutivo de Contacto

ORO



GOBIERNO DEL
ESTADO DE
MÉXICO

Carlos Segura Ramírez

Carlos destaca no solo por su vocación por servir, también resalta su tolerancia, solidaridad por ayudar a resolver inquietudes y dar acompañamiento a las personas para la gestión de sus trámites y servicios. Su objetivo profesional se inclina en seguir desarrollando habilidades y aprender más la Administración Pública, viendo en ella una oportunidad de crecimiento y acceso a un mayor campo de acción que le permita influir de manera directa en mejorar su entorno, el de su familia y el de la población que a diario atiende.



PLATA



SEGUROS
MONTERREY

José Fernando Tavarez Mendoza

José Fernando se distingue por su actitud de servicio y disposición por apoyar a sus compañeros, promoviendo una cultura de colaboración. Todos los días demuestra un compromiso genuino con el servicio comunitario, motivado por los valores humanos y sociales que forman parte de la religión que profesa.



BRONCE



Fabiola Otero González

Fabiola es una colaboradora enfocada en dar una buena experiencia de servicio al cliente interno y externo. Está atenta a cada detalle de lo expresado por el cliente, buscando una solución a cada tema.

Entiende la inconformidad del cliente y encuentra como ayudarlo, como si ella viviera el problema. Transmite alegría y buena actitud de servicio al equipo, ayudando a tener un ambiente positivo y de compañerismo.



Estudio Nacional de Centros de Contacto

Berenice Hernández | Jessica Martínez | Cecilia Hernández

Patrocinado por:



Realizado por:



En un entorno empresarial cada vez más dinámico, los Centros de Contacto continúan evolucionando como un componente estratégico para la atención, la experiencia del cliente y la continuidad operativa de las empresas. Tanto en esquemas BPO como Inhouse, el sector mantiene una transformación constante impulsada por mayores exigencias de servicio, eficiencia, adaptación y capacidad de respuesta.

En esta edición del Estudio Nacional de Centros de Contacto 2025-2026, el IMT presenta una visión integral del panorama actual del sector en México, con el propósito de analizar sus principales características, identificar tendencias y comprender los retos que están marcando su evolución. Los resultados muestran una industria que continúa creciendo y diversificándose, pero que al mismo tiempo enfrenta una presión creciente por fortalecer sus capacidades operativas, optimizar su modelo de atención y responder a nuevas demandas del entorno.

La presente edición aborda temas clave para comprender la evolución del sector, entre ellos:

- 1

Particularidades de la operación

Características de los modelos BPO e *Inhouse*, servicios ofrecidos, cobertura y estructura general de las operaciones.
- 2

Gestión de talento

Composición de la fuerza laboral, estabilidad operativa y elementos clave en la administración del capital humano.
- 3

Retos y desafíos del sector

Transformación del mercado, presiones de eficiencia, adopción tecnológica y factores que condicionan la competitividad de la industria.

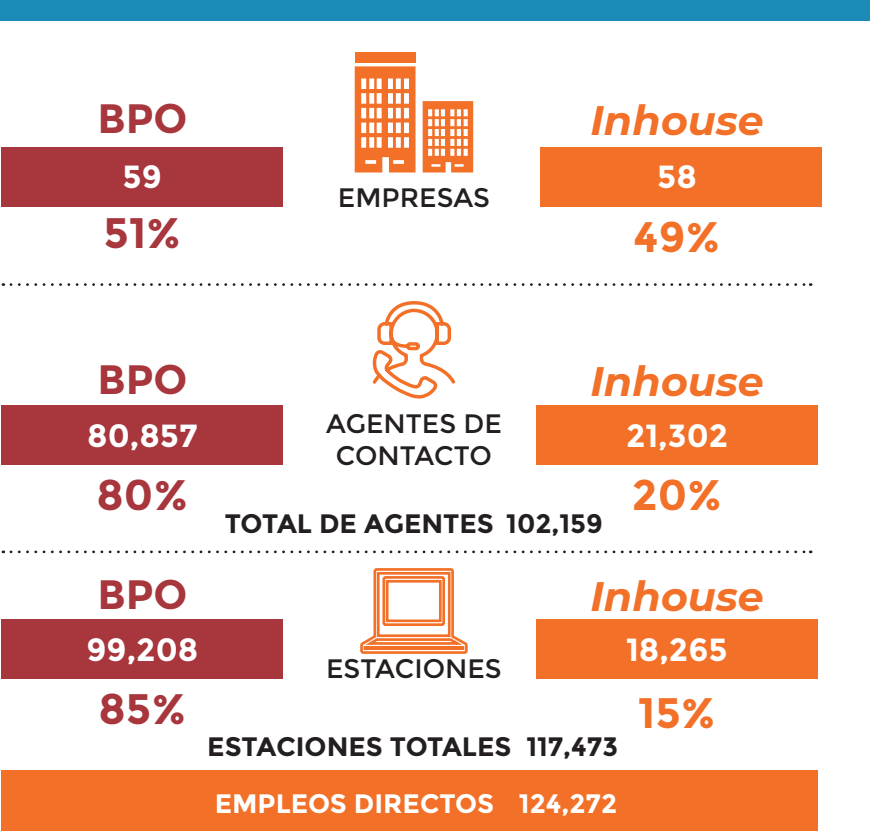


CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

La industria de Centros de Contacto en México contribuye al desarrollo económico del país mediante la generación de empleo, el fortalecimiento de la relación entre empresas y clientes, así como, la profesionalización en la gestión de servicios. Su evolución ha estado impulsada por la adopción de nuevas tecnologías, el cambio en las expectativas del cliente además de la necesidad permanente de optimizar procesos, mejorar la eficiencia y controlar costos.

Actualmente, el sector de Centros de Contacto BPO e *Inhouse* genera cerca de 850 mil empleos y opera más de 605 mil estaciones de trabajo a nivel nacional.

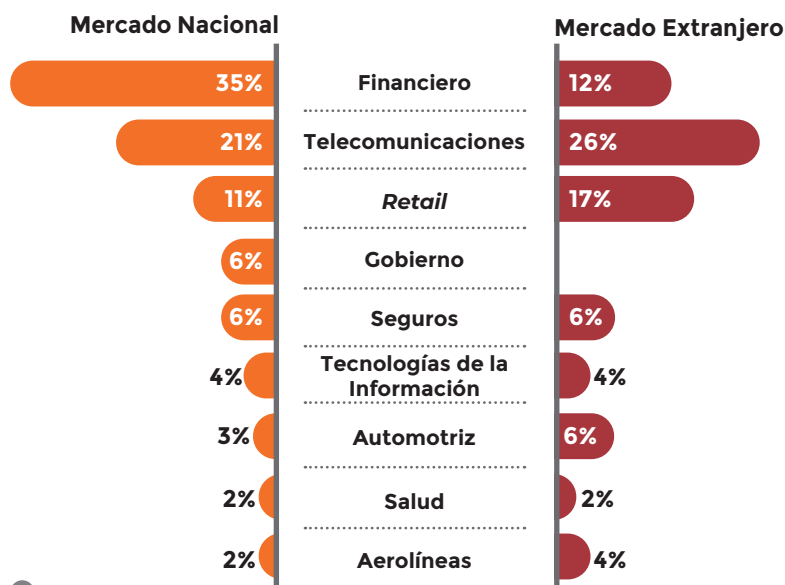
En esta edición del estudio participaron 117 empresas, de las cuales el 51% corresponde al modelo BPO y el 49% al modelo *Inhouse*. En conjunto, representando 124,272 empleos directos.



IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto 2025
N= 59 BPO
N= 58 *Inhouse*

SECTORES ATENDIDOS POR PARTE DE LOS BPO

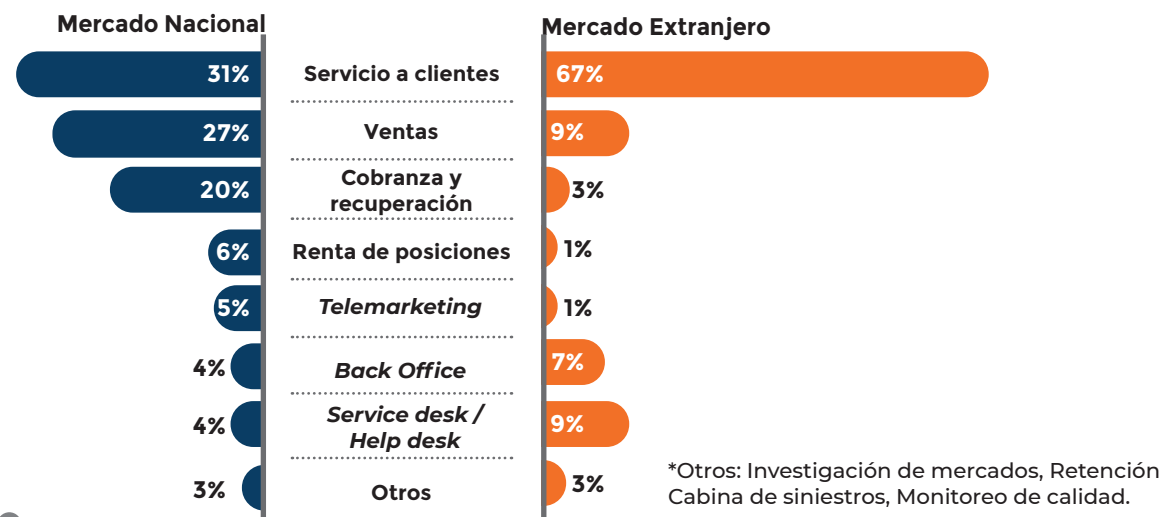
¿A qué sectores brinda servicios su empresa y en qué porcentajes?



IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto 2025
N= 57 Nacional
N=29 Extranjero

TIPOS DE SERVICIOS PROPORCIONADOS POR EL BPO

¿Qué tipo de servicio opera su empresa y en qué porcentaje?



IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto 2025
N= 57 Nacional
N=29 Extranjero

En el entorno nacional, el sector financiero concentra la mayor participación, seguido de telecomunicaciones y retail, lo que responde a la necesidad de gestionar altos volúmenes de interacción, procesos de atención al cliente y operaciones comerciales como ventas y cobranza.

En contraste, el mercado extranjero presenta una composición más diversificada, con una fuerte presencia de telecomunicaciones y retail, dicha diversificación está asociada a una demanda de interacciones más complejas, donde el enfoque se desplaza hacia la calidad del servicio, el soporte especializado y la experiencia del cliente.

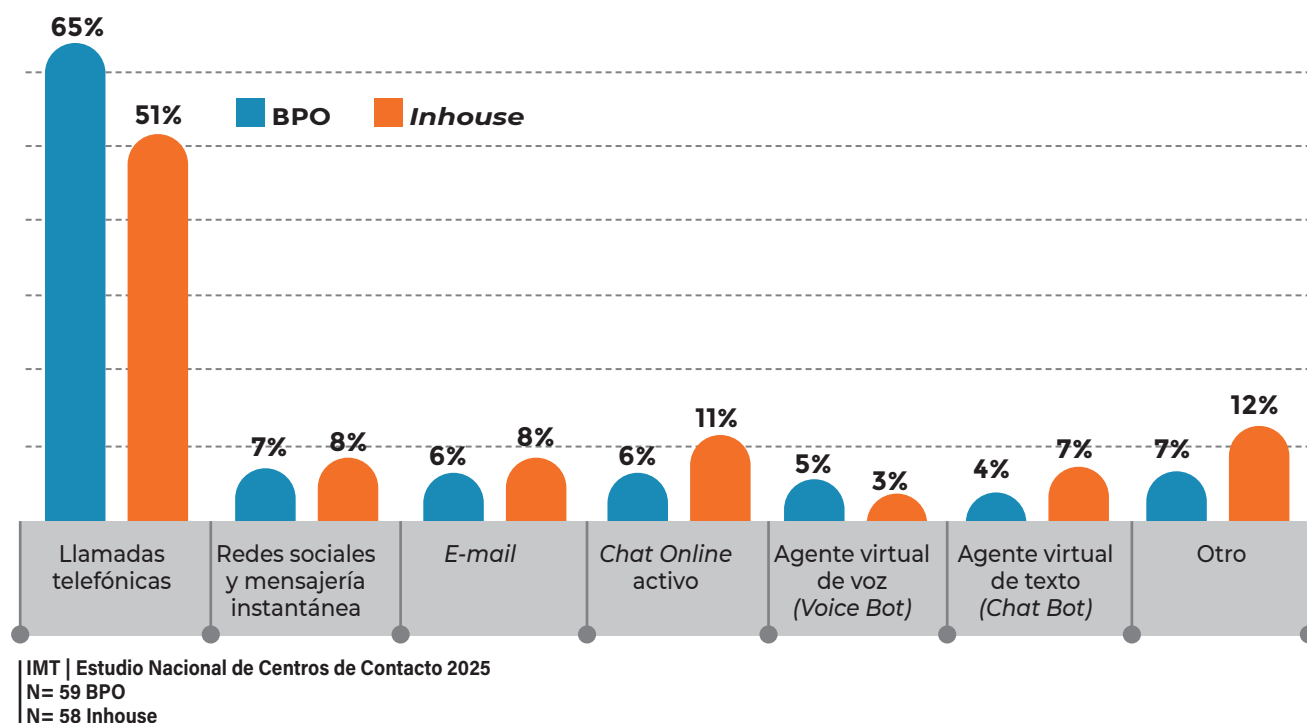
Este comportamiento sectorial se alinea con el tipo de servicios predominantes en cada mercado. Mientras que en el ámbito nacional predominan servicios como ventas y cobranza, impulsados por industrias de alto volumen, en el mercado internacional se observa una mayor concentración en servicio a clientes y soporte técnico, reflejando un modelo más orientado a la especialización.

El posicionamiento del BPO está determinado por el nivel de sofisticación de los sectores que atiende, evidenciando una transición progresiva de modelos enfocados en volumen hacia esquemas basados en especialización, eficiencia operativa y generación de valor.

CANALES DE INTERACCIÓN

A pesar del crecimiento de los canales digitales, la voz continúa siendo el eje principal de la interacción en los Centros de Contacto. Esto confirma que, aunque las organizaciones han avanzado en la incorporación de nuevos medios de atención, las llamadas siguen concentrando los momentos de contacto más relevantes y de mayor necesidad de resolución.

Al mismo tiempo, se observa una evolución gradual hacia un modelo más híbrido, en el que los canales digitales no sustituyen a la voz, sino que amplían la capacidad de atención. Su integración dentro de la operación responde a la necesidad de construir una estrategia más coherente, que combine eficiencia operativa, accesibilidad y experiencia del cliente.



CERTIFICACIONES

Las certificaciones se han consolidado como un componente estratégico en los Centros de Contacto, al fortalecer la calidad del servicio, la eficiencia operativa y la confianza en la gestión de procesos e información. Tanto los BPO como las operaciones Inhouse comparten una base común en Certificaciones ISO 27001 e ISO 9001, asociadas con control, estandarización y cumplimiento. A partir de ello, se observan diferencias en sus prioridades: en los BPO, PCI DSS vinculada con la seguridad en el manejo de pagos, mientras que en las operaciones Inhouse sobresale el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable, reflejando un enfoque más orientado a reputación y alineación corporativa.



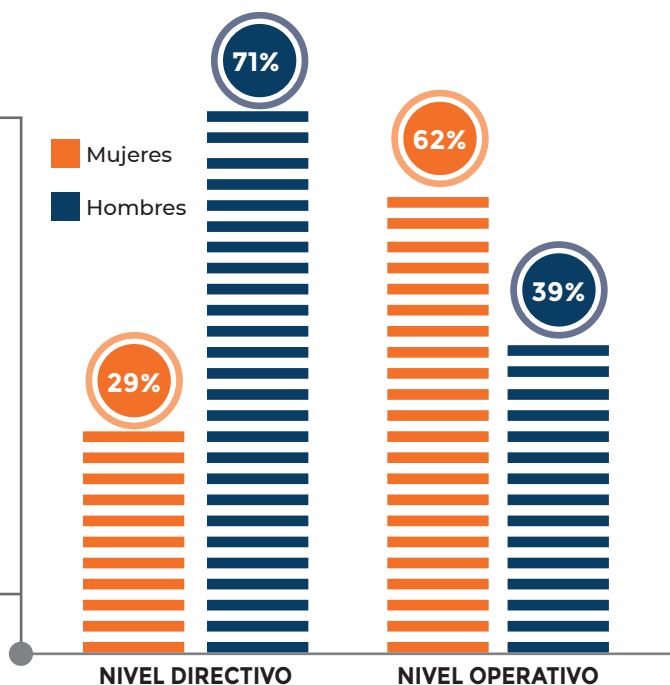
TALENTO

EDAD

La industria de los centros de contacto se caracteriza por emplear principalmente talento joven, 53% de la plantilla laboral se encuentra en el segmento de los 18 a 29 años de edad.

GÉNERO

A nivel operativo, la participación de hombres y mujeres mantiene una proporción muy similar, sin embargo, en posiciones gerenciales y directivas se observa una brecha significativa, con mayor representación masculina.



IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto 2025
N= 117

ESCOLARIDAD Y PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR

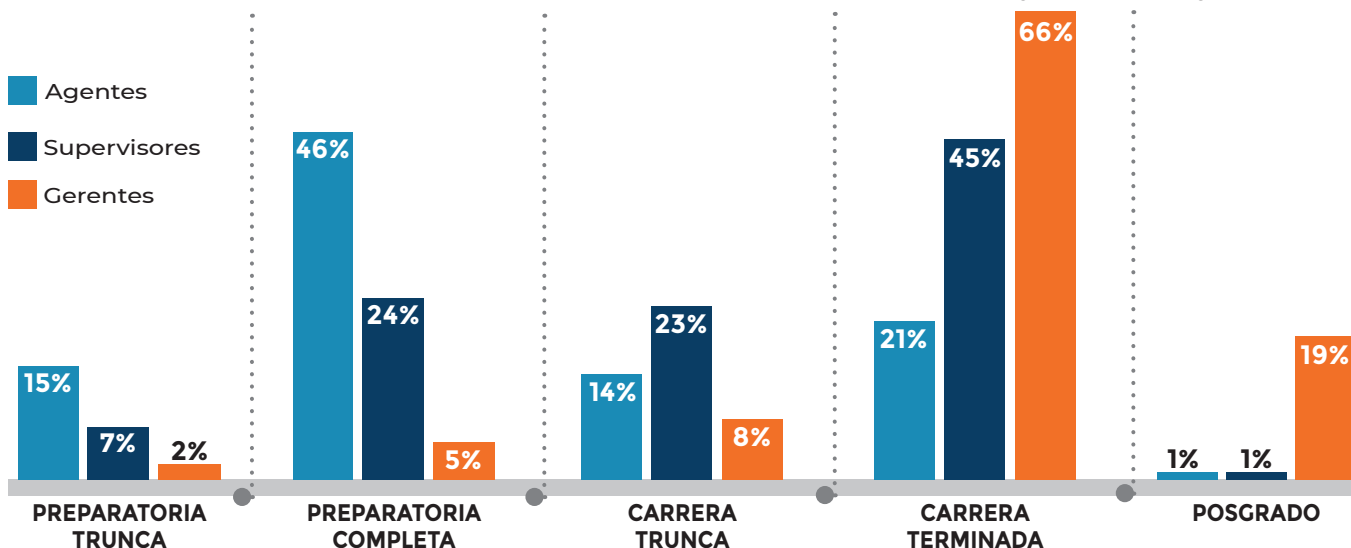
La industria de Centros de Contacto atraviesa una transformación estructural impulsada por la digitalización, la automatización y la adopción acelerada de inteligencia artificial. En este nuevo entorno, la competitividad del sector depende cada vez menos de modelos intensivos en volumen operativo y más de la capacidad para desarrollar talento especializado, adaptable y orientado a la gestión avanzada de la experiencia del cliente.

La evolución del ecosistema ha ampliado significativamente los perfiles requeridos por las organizaciones. Además de las funciones tradicionales de operación y atención, comienza a consolidarse una nueva capa de capacidades vinculadas con analítica, transformación digital, automatización y diseño de experiencias omnicanal.

Entre los perfiles emergentes con mayor relevancia estratégica destacan:

- Coordinadores de procesos de experiencia.
- Ingenieros de procesos de CX.
- Gerentes y asesores de medios digitales.
- Analistas de transformación de canales.
- Desarrolladores de *software* y de aplicaciones móviles.
- *Data Scientist*.
- Desarrolladores de IA.
- Ingenieros de *prompts*.

En consecuencia, el futuro de la industria estará determinado por aquellas empresas que logren evolucionar de estructuras tradicionales de atención hacia ecosistemas de interacción soportados por capacidades analíticas, digitales y de inteligencia artificial.



IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto 2025
N= 117

USO DE IA EN CENTROS DE CONTACTO

El uso de inteligencia artificial en los Centros de Contacto se visualiza principalmente en funciones directamente relacionadas en la interacción con el cliente; validando que la IA está siendo utilizada como un habilitador para mejorar la eficiencia y capacidad de respuesta en la operación diaria.

La gestión de calidad, así como, el análisis de sentimientos evidencia un avance hacia el uso de la IA con la finalidad de obtener insights operativos, además de mejorar la supervisión del desempeño, marcando la transición de un enfoque reactivo a uno más analítico.

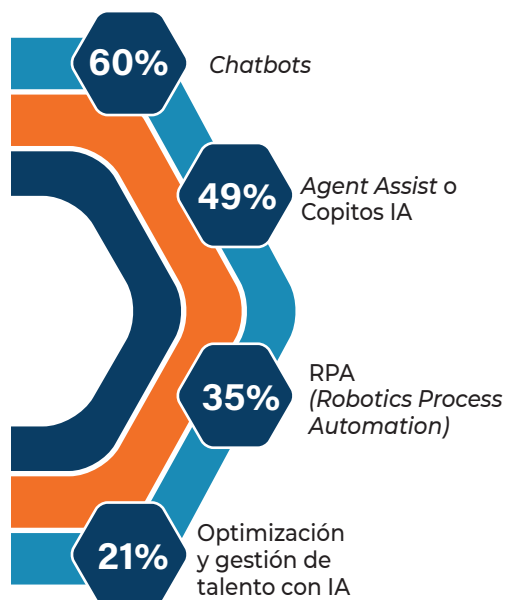
No obstante, cuando se observa su aplicación en procesos más estructurales, la adopción todavía muestra un alcance acotado; el mercado aún avanza por fases, priorizando implementaciones más tangibles, de menor complejidad y con retorno más inmediato.

En este contexto, de los efectos más relevantes es la disminución del 7% en el número de agentes, directamente asociada a la automatización. Este dato confirma que la IA ya no es una herramienta experimental, sino un factor que comienza a redefinir la estructura operativa del sector.



IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto 2025
N= 117

PRIORIDADES DE INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA



Las prioridades de inversión en tecnología muestran con claridad hacia dónde se dirige hoy la estrategia del sector; las empresas están enfocando sus recursos en soluciones con impacto directo en la eficiencia operativa y en la productividad del agente.

En este contexto, la inversión en chatbots, posiciona a la automatización del front como la principal palanca de optimización. Este dato confirma que una parte importante del mercado busca reducir el volumen transaccional y trasladar interacciones simples hacia canales automatizados.

A su vez, la inversión en copilotos de IA / *Agent Assist* refleja una segunda línea de evolución, no solo automatizar, sino también fortalecer el desempeño del agente humano. Estas herramientas están orientadas a mejorar los tiempos de respuesta, elevar la calidad de la atención y dar mayor consistencia a la interacción.

Por otra parte, la adquisición en RPA evidencia que la automatización también comienza a ganar espacio en procesos internos, al eliminar tareas repetitivas y reducir fricciones operativas. Sin embargo, su prioridad todavía se mantiene por debajo de las iniciativas más cercanas a la interacción directa con el cliente.

La optimización y gestión del talento con inteligencia artificial, se perfila como una línea aún emergente; sugiriendo que, aunque el talento sigue siendo uno de los retos más relevantes para el sector, la inversión continúa concentrándose principalmente en la operación y, en menor medida, en la gestión estratégica de las personas.

IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto 2025
N= 117

RETOS

Los principales desafíos de los Centros de Contacto evidencian que la industria se encuentra en un punto de inflexión, donde ya no basta con operar eficientemente, sino que es necesario evolucionar hacia un modelo integral que combine tecnología, talento y gobierno.

Uno de los ejes más relevantes es el talento y la empleabilidad, que continúan siendo un desafío estructural.

En paralelo, la omnicanalidad se posiciona como un reto crítico; si bien las empresas han avanzado en la adaptación de múltiples canales, la integración y orquestación de la experiencia siguen siendo limitadas, generando complejidad operativa y posibles fricciones en la experiencia del cliente.

El equilibrio entre eficiencia, experiencia y rentabilidad se consolida como una de las tensiones centrales del modelo. Las organizaciones deben optimizar costos sin comprometer la calidad del servicio, lo que exige una mayor sofisticación en el diseño operativo y en el uso de tecnología.

Adicionalmente, la gobernanza de la inteligencia artificial y la ética emergen como un nuevo frente de gestión. A medida que la IA se integra en procesos críticos, las empresas deben establecer marcos claros que garanticen transparencia, control y cumplimiento regulatorio.

La confianza digital y la ciberseguridad también se vuelven prioritarias, especialmente en un entorno donde el volumen de datos y la interacción digital continúan creciendo, incrementando los riesgos asociados.

Por otro lado, la vinculación entre gobierno, academia e industria aparece como un habilitador clave para el desarrollo del sector. La alineación entre formación, regulación y necesidades del mercado será determinante para sostener el crecimiento y la competitividad.

RETOS DEL SECTOR

1 Talento y empleabilidad

2 Gobernanza de IA y ética

3 Confianza digital y Ciberseguridad

4 Ominicanalidad

5 Eficiencia, experiencia, rentabilidad

6 Vinculación Gobierno -Academia - Industria

IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto 2025
N= 117

CONCLUSIÓN

El sector de Centros de Contacto en México vive una transformación estructural que está redefiniendo su modelo operativo. La automatización, la inteligencia artificial y el uso estratégico de la información están desplazando gradualmente la lógica tradicional basada en volumen, dando paso a un enfoque centrado en eficiencia, especialización y generación de valor.

En este nuevo entorno, el talento, la tecnología y la integración operativa se consolidan como los principales factores de diferenciación. Las empresas que logren articular estos elementos con visión estratégica estarán en mejor posición para fortalecer su desempeño, adaptarse con mayor agilidad y responder de forma más efectiva a las nuevas exigencias del mercado.

Siguiendo con esta lógica, el Centro de Contacto deja de entenderse únicamente como una función de soporte y adquiere un papel cada vez más relevante dentro de la estrategia de experiencia del cliente, la productividad del negocio y la construcción de ventajas competitivas sostenibles. ||



Soluciones CX-2026

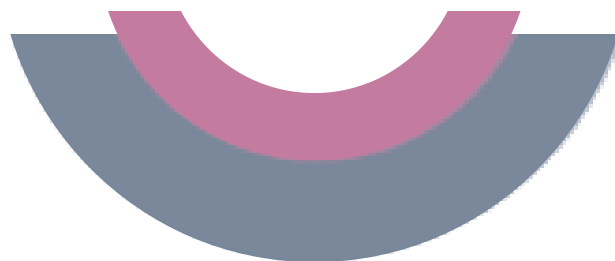
¡Lo más avanzado en servicios y tecnología!

Descubre la más amplia oferta de servicios y soluciones avanzadas de las empresas líderes especializadas en: **Customer Experience (CX), Contact Centers, Business Intelligence, Chatbots, Inteligencia Artificial, Social Media, Tecnologías en la Nube, Transformación Digital, Soluciones Multicanal, Telecomunicaciones, y más.**



¡Visítanos!





Certificación que trasciende: los Centros de Contacto que marcan el estándar en la industria

Diana Torres | Berenice Hernández

El pasado 11 de marzo, el Global CX Forum 2026 reunió a más de 800 líderes de la industria, consolidándose una vez más como el principal punto de encuentro para quienes están redefiniendo la experiencia del cliente en México y Latinoamérica.

En este contexto, durante la ceremonia del Premio Nacional CX & EX, se llevó a cabo uno de los momentos más relevantes del evento: la entrega de certificaciones del Instituto Mexicano de Tele-servicios bajo el Modelo Global CIC, un estándar que se ha convertido en referencia obligada para evaluar la madurez operativa, estratégica y tecnológica de los centros de contacto.

UNA CERTIFICACIÓN QUE ELEVA EL NIVEL DE LA INDUSTRIA

A diferencia de otros esquemas, el Modelo Global CIC no se limita a validar procesos aislados. Se trata de una evaluación integral que abarca liderazgo, operación, talento, tecnología, seguridad de la información y, sobre todo, resultados de negocio.

Más de 140 Centros de Contacto han sido certificados bajo este modelo a lo largo del tiempo, posicionándolo como uno de los marcos más robustos en la industria.

Su estructura por niveles (desde Desarrollo hasta Clase Mundial) permite entender no solo si una operación "cumple", sino qué tan alineada está con una estrategia centrada en el cliente y la mejora continua.



**MODELO
GLOBAL CIC**
CALIDAD PARA LA INTERACCIÓN CON CLIENTES
VERSIÓN 3.0

UN MOMENTO DE EVOLUCIÓN PARA LA INDUSTRIA

Durante la ceremonia, la Directora General del IMT, Pilar Mercado, destacó el contexto que vive el sector:

"Estamos frente a una nueva etapa de modernización, marcada por la automatización, la Inteligencia Artificial y la evolución de los canales digitales, que están redefiniendo la experiencia del cliente".

Su mensaje no fue casual. La certificación entregada corresponde a una versión del modelo que ya incorporaba elementos como omnicanalidad, transformación digital y gestión de la experiencia. Y, al mismo tiempo, se anunció la evolución hacia una versión 4, que profundiza en analítica avanzada, experiencia del colaborador y uso ético de la Inteligencia Artificial.

En otras palabras: el estándar también está evolucionando al ritmo (o presión) del mercado.

Los referentes del año: más allá del reconocimiento

Entre los centros certificados, algunos casos destacaron por su nivel de cumplimiento y por representar distintas formas de excelencia dentro del sector:

Pentaфон

Con el puntaje más alto entre los BPO's certificados, consolidando su enfoque en excelencia operativa, innovación en CX y desarrollo del talento.



Grupo Xcaret

A través de su *Call Center* MDC, como el centro *incompany* mejor evaluado, demostrando cómo la experiencia del cliente puede convertirse en un eje estratégico del negocio.

Grupo Xcaret Centro de Reservas y Atención a Socios

Reconocido por sumarse a este modelo de certificación durante 2025, obteniendo el puntaje más alto entre las organizaciones que se certifican por primera vez.





Estos casos reflejan una tendencia clara: los Centros de Contacto que destacan ya no compiten solo por eficiencia, sino por su capacidad de generar valor tangible al negocio.

Fanafesa

Destacó como la organización con el mayor crecimiento (en puntaje obtenido), reflejando una evolución significativa en sus capacidades operativas, de gestión y alineación estratégica en un periodo de un año.

Centros certificados: capacidades que marcan diferencia más allá del reconocimiento

Además de los casos destacados, se reconoció a organizaciones que alcanzaron el nivel Competitivo, mostrando una clara alineación estratégica y capacidades diferenciadoras:

AIMTI | Nivel Competitivo

Referente en soluciones integrales de atención al cliente, AIMTI destaca por su modelo omnicanal que integra *telemarketing*, soporte técnico y canales digitales. Su fortaleza radica en combinar tecnología avanzada con una ejecución operativa consistente y certificaciones en estándares clave como ISO y seguridad de la información.



Broxel | Nivel Competitivo

Desde el sector fintech, Broxel demuestra cómo los Centros de Contacto evolucionan hacia hubs de experiencia financiera. Su ecosistema digital (que incluye cuentas bimone-
tarias, tarjetas y plataformas móviles) exige operaciones altamente integra-
das y centradas en el usuario, donde el Contact Center juega un rol crítico
en confianza y adopción.



Konecta | Nivel Competitivo

Como uno de los jugadores globales más relevantes, Konecta continúa impulsando modelos de relación con clientes basados en datos, inteligencia predictiva y experiencias en tiempo real. Su enfoque combina transformación digital con un elemento que sigue siendo diferenciador: el componente humano en cada interacción.

LA EVOLUCIÓN DEL MODELO: EL INICIO DE UNA NUEVA ETAPA

Finalmente, bajo el mismo contexto, se otorgó un reconocimiento especial a:

Konexo Contact & Solution Center,

Por convertirse en la primera organización en asumir el reto de certificar su operación bajo la versión 4.0 del modelo.

Este hito representa una acción muy relevante para la industria: la disposición de evolucionar. Su participación marca el inicio de una nueva etapa en la certificación, abriendo el camino hacia la siguiente generación, donde las capacidades analíticas, la integración tecnológica y la gestión ética de la inteligencia artificial comienzan a formar parte central de la evaluación.



Empresas de
de Contacto BPO
2025
*Business Process
Outsourcing*

SECTORES

[illegible]

UBICACIÓN	SERVICIOS											IDIOMAS				CANALES								
	Atención y servicio a clientes	Televentas / ventas	Back office	Cobranza y recuperación	Service desk / help desk / soporte técnico	Retención	Telemarketing (fidelización, promociones, recordatorios, telemarketing, etc.)	Investigación de mercados (actualización de base de datos, encuestas, otros)	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Cabina de siniestros	Renta de posiciones					Llamadas telefónicas (in/out)	E-mail	Chat Online (Activo)	Agente virtual de voz - Voice bot	Agente virtual de texto - Chat Bot	Redes sociales y mensajería instantánea	RCS	IVR dinámico y de auto atención	Videollamadas
CDMX, Durango, Estado de México, Hidalgo, Nuevo León, Jalisco, Puebla	★	★	★	★	★	★			★	★	★					★	★	★	★	★	★		★	
CDMX, Estado de México, Hidalgo	★	★	★	★	★											★	★				★			
CDMX, Nuevo León, Jalisco, Hidalgo	★	★		★							★					★	★	★	★	★		★		
Estado de México, Guanajuato	★	★		★												★	★	★	★	★	★			★
Baja California, CDMX	★	★		★	★											★	★		★	★	★		★	
CDMX, Yucatán, Querétaro	★	★	★	★	★											★	★	★	★	★	★		★	★
Baja California, CDMX, Jalisco	★	★	★	★	★											★	★	★	★					

2025 Business Process Outsourcing

SECTORES

[illegible]

UBICACIÓN	SERVICIOS											IDIOMAS				CANALES									
	Atención y servicio a clientes	Televentas / ventas	Back office	Cobranza y recuperación	Service desk / help desk / soporte técnico	Retención	Telemarketing (fidelización, promociones, recordatorios, telemarketing, etc.)	Investigación de mercados (actualización de base de datos, encuestas, otros)	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Cabina de siniestros	Renta de posiciones	Español	Inglés	Francés	Portugués	Llamadas telefónicas (in/out)	E-mail	Chat Online (Activo)	Agente virtual de voz - Voice bot	Agente virtual de texto - Chat Bot	Redes sociales y mensajería instantánea	RCS	IVR dinámico y de auto atención	Videollamadas	
	CDMX, Nuevo León, Sonora	★	★	★	★	★	★	★		★						★		★	★	★			★		
	CDMX, Estado de México, Michoacán	★	★				★	★	★							★	★	★		★	★		★	★	
	Campeche, CDMX, Durango, Estado de México	★	★	★	★	★		★		★						★	★	★	★	★	★		★	★	
	CDMX	★	★	★			★		★		★					★			★	★	★		★		
	CDMX, Estado de México	★															★								
	Michoacán	★	★	★	★	★						★					★	★		★	★	★		★	★
	CDMX, Nuevo León, Jalisco				★												★	★	★		★	★			

SECTORES

Empresas de Centros de Contacto BPO 2025 *Business Process Outsourcing*

Nombre Comercial		Página Web	Número de Estaciones	Financiero	Telecomunicaciones	Retail y bienes de consumo	Seguros	Automotriz	Gobierno	Salud, farmacéutica, laboratorios, asistencia social y nutrición	Tecnologías de la Información	Servicios de alimentos	Hostelería (hospitalidad, restaurantes, viajes y turismo)	Artes, deportes, medios y entretenimiento	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz, gas, etc.)	Transporte, logística, mensajería y peajes	Aerolíneas	Construcción y bienes raíces	Seguridad
15	TPS Contact Center	 https://www.tpscc.com.mx/	1,500	★	★	★	★	★	★	★										
16	Call Center de México	 https://www.callcentermexico.com.mx/es-mx	1,200		★	★		★						★	★		★			
17	ECD Especialistas Contacto Directo	 https://www.ecd.mx/	1,200	★	★	★	★	★		★		★		★	★					★
18	E-contact	 https://econtactprofessionalservices.com/	1,140	★	★	★					★									★
19	Phonex	 https://www.phonex.com.mx/	1,100	★	★	★	★	★		★					★			★	★	
20	CONTACTUS Contact Center	 https://contactus.com.mx/	1,000		★			★									★			
21	ASECON	 https://www.asecon.mx/	900	★	★	★		★							★	★				

UBICACIÓN	SERVICIOS												IDIOMAS				CANALES								
	Atención y servicio a clientes	Televentas / ventas	Back office	Cobranza y recuperación	Service desk / help desk / soporte técnico	Retención	Telemarketing (fidelización, promociones, recordatorios, telemarketing, etc.)	Investigación de mercados (actualización de base de datos, encuestas, otros)	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Cabina de siniestros	Renta de posiciones	Español	Inglés	Francés	Portugués	Llamadas telefónicas (in/out)	E-mail	Chat Online (Activo)	Agente virtual de voz - Voice bot	Agente virtual de texto - Chat Bot	Redes sociales y mensajería instantánea	RCS	IVR dinámico y de auto atención	Videollamadas	
CDMX	★	★	★	★	★	★	★	★			★						★	★	★			★			
Estado de México	★	★	★	★	★		★					🇪🇸	🇬🇧				★	★	★		★				★
CDMX	★	★		★								🇪🇸					★		★						
Puebla	★	★		★	★							🇪🇸	🇬🇧				★	★	★						
CDMX	★		★		★		★			★	★	🇪🇸					★		★	★	★	★		★	★
Puebla	★	★															★				★				
CDMX	★	★		★	★	★					★						★	★	★	★	★		★		

SECTORES

Empresas de Centros de Contacto BPO 2025

Business Process Outsourcing

Nombre Comercial		Página Web	Número de Estaciones	Financiero	Telecomunicaciones	Retail y bienes de consumo	Seguros	Automotriz	Gobierno	Salud, farmacéutica, laboratorios, asistencia social y nutrición	Tecnologías de la Información	Servicios de alimentos	Hostelería (hospitalidad, restaurantes, viajes y turismo)	Artes, deportes, medios y entretenimiento	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz, gas, etc.)	Transporte, logística, mensajería y peajes	Aerolíneas	Construcción y bienes raíces	Seguridad
22	GTI Bufute Empresarial	 https://bufetegti.com/	866						★											
23	Telat - Group	 https://telat-group.com/	864		★			★												
24	EAD RECUPERACIÓN ESPECIALIZADA DE CARTERAS	 www.audetc.com	800	★	★	★		★									★			
25	MEDMarketing	 https://www.medc.com.mx/	800	★																
26	COPERVA	 https://coperva.com/	735	★	★	★		★		★										
27	BINOMIA	 https://binomia.mx/	700	★	★	★	★	★	★	★	★	★								
28	CYNTRA	 https://cyntra.mx/	700		★	★											★			

UBICACIÓN	SERVICIOS										IDIOMAS	CANALES									
	Atención y servicio a clientes	Televentas / ventas	Back office	Cobranza y recuperación	Service desk / help desk / soporte técnico	Retención	Telemarketing (fidelización, promociones, recordatorios, telemarketing, etc.)	Investigación de mercados (actualización de base de datos, encuestas, otros)	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Cabina de siniestros	Renta de posiciones	Español	Llamadas telefónicas (in/out)	E-mail	Chat Online (Activo)	Agente virtual de voz - Voice bot	Agente virtual de texto - Chat Bot	Redes sociales y mensajería instantánea	RCS	IVR dinámico y de auto atención	Videollamadas
CDMX	★													★	★	★		★	★		
CDMX, Chihuahua	★	★										🇪🇸	★		★						
Hidalgo	★	★	★	★	★		★		★		★	🇪🇸	★	★	★	★	★	★	★		
CDMX	★	★					★									★	★	★			
CDMX	★	★		★										★	★	★	★	★		★	
CDMX	★	★	★		★	★			★					★	★	★	★	★	★	★	★
Estado de México	★	★	★	★			★				★			★	★	★	★	★		★	★

Empresas de
de Contacto BPO
2025
*Business Process
Outsourcing*

SECTORES

[illegible]

UBICACIÓN	SERVICIOS										IDIOMAS	CANALES									
	Atención y servicio a clientes	Televentas / ventas	Back office	Cobranza y recuperación	Service desk / help desk / soporte técnico	Retención	Telemarketing (fidelización, promociones, recordatorios, telemarketing, etc.)	Investigación de mercados (actualización de base de datos, encuestas, otros)	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Cabina de siniestros	Renta de posiciones	Español	Llamadas telefónicas (in/out)	E-mail	Chat Online (Activo)	Agente virtual de voz - Voice bot	Agente virtual de texto - Chat Bot	Redes sociales y mensajería instantánea	RCS	IVR dinámico y de auto atención	Videollamadas
Nuevo León	★	★	★	★				★						★		★	★	★			
CDMX	★													★	★	★		★	★		
Aguascalientes, CDMX, Estado de México, Hidalgo, Nuevo León				★							★			★	★	★					
CDMX				★										★	★			★			
CDMX	★	★		★				★						★							
Guanajuato	★	★		★		★								★	★			★			
Guanajuato, Puebla		★												★							

UBICACIÓN	SERVICIOS										IDIOMAS	CANALES									
	Atención y servicio a clientes	Televentas / ventas	Back office	Cobranza y recuperación	Service desk / help desk / soporte técnico	Retención	Telemarketing (fidelización, promociones, recordatorios, telemarketing, etc.)	Investigación de mercados (actualización de base de datos, encuestas, otros)	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Cabina de siniestros	Renta de posiciones	Español	Llamadas telefónicas (in/out)	E-mail	Chat Online (Activo)	Agente virtual de voz - Voice bot	Agente virtual de texto - Chat Bot	Redes sociales y mensajería instantánea	RCS	IVR dinámico y de auto atención	Videollamadas
Aguascalientes, CDMX	★	★												★	★	★	★	★			
CDMX		★		★		★								★							
Nuevo León	★	★	★	★		★	★							★	★		★	★	★		
Puebla	★	★	★	★	★	★	★	★						★	★	★	★	★	★		
CDMX	★	★				★								★	★	★		★			
CDMX	★	★						★			★			★	★			★			
Estado de México	★						★	★				  	★	★	★	★					

Empresas de Centros de Contacto BPO 2025

Business Process Outsourcing

SECTORES

Nombre Comercial		Página Web	Número de Estaciones	Financiero	Telecomunicación	Retail y bienes de consumo	Seguros	Automotriz	Gobierno	Salud, farmacéutico	Tecnologías de la información	Servicios de alimentación	Hostelería (hospitales, restaurantes, viajes y turismo)	Artes, deportes, medios y entretenimiento	Servicios educativos	Servicios públicos (agua, luz, gas, etc.)	Transporte, logística, mensajería y peajes	Aerolíneas	Construcción y bienes raíces	Seguridad
43	DATA VOICE	 https://datavoice.com.mx/	150	★	★	★		★	★	★				★				★		★
44	TnK Marketing	 https://www.tnkmarketing.com.mx	40	★			★													
45	ROCU IT	 http://www.rocu.com.mx	30	★	★						★									
46	AD Interacciones	 https://adinteracciones.com/	30					★												
47	BRAINSTORE	 https://brainstore.com.mx/	30	★	★						★	★	★					★		

