

EUGENIO FONSECA

DEL CONTACTO A LA CONEXIÓN

El nuevo poder de la relación cliente—marca

CX

FORUM

GUADALAJARA

2026

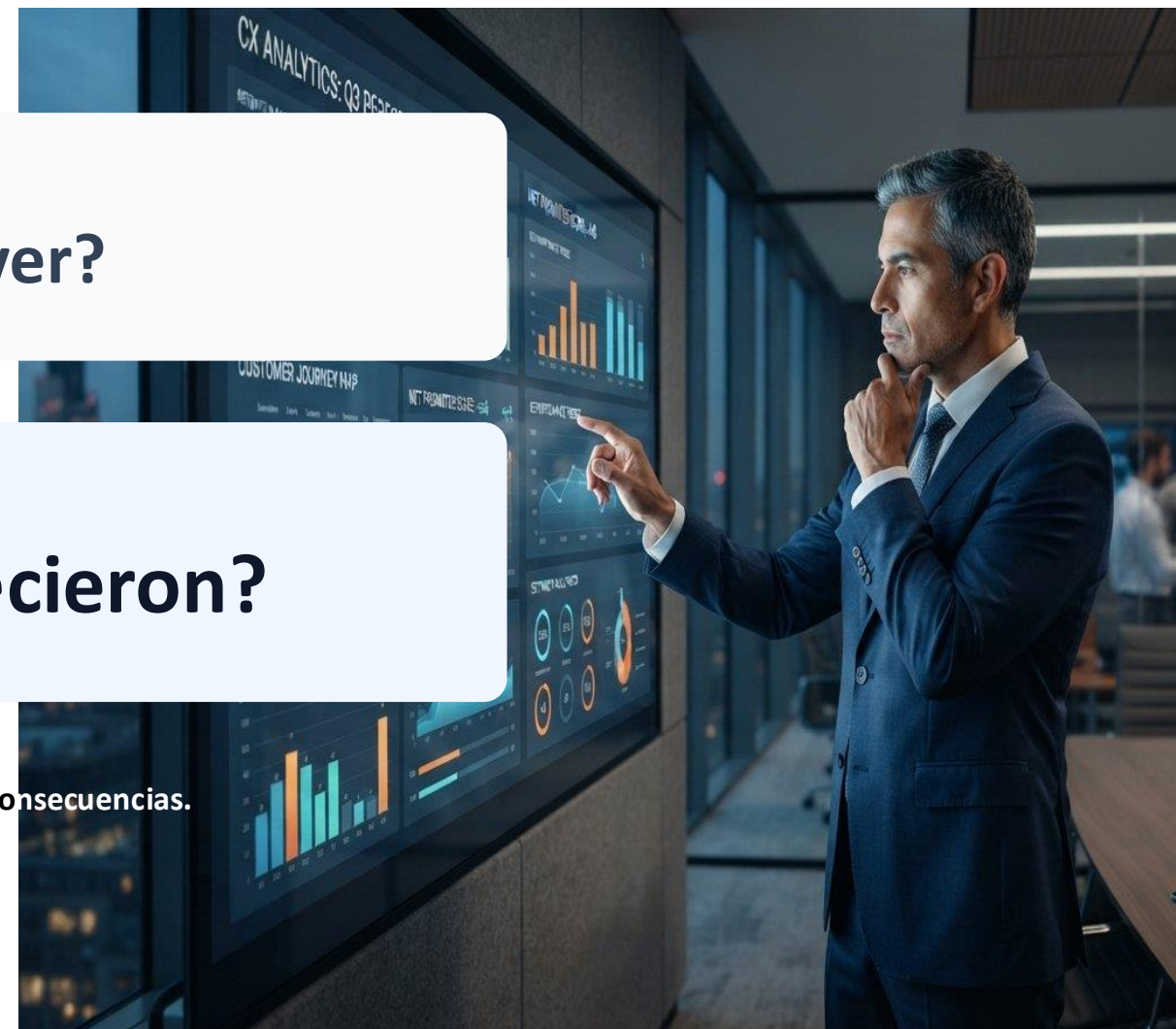
VOLUMEN OPERACIONAL

¿Cuántos contactos atendieron ayer?

VALOR RELACIONAL

¿Y cuántas relaciones fortalecieron?

Nuestra industria no administra transacciones: **construye** consecuencias.





El cliente compara experiencias cruzando industrias

MÁS OPCIONES

Cambia con menor fricción

MÁS INFORMACIÓN

Contrasta en tiempo real

MENOS PACIENCIA

Hace pública su experiencia

"Conectado no significa comprendido."

61% afirma sentirse tratado como un número pese a la inversión tecnológica (Salesforce).

El contacto atiende. La conexión comprende.

Resolver eficientemente el presente sin hipotecar la relación futura.

Atiende una solicitud puntual	CONTACTO	→	Comprende una intención de fondo	CONEXIÓN
Reconoce un número de cuenta	CONTACTO	→	Reconoce una historia de vida	CONEXIÓN
Optimiza la eficiencia del canal	CONTACTO	→	Orquesta una experiencia integral	CONEXIÓN
Mide el caso cerrado	CONTACTO	→	Fortalece la confianza sostenida	VALOR

Cada interacción deja un saldo de confianza

La experiencia no es una capa cosmética: es el activo económico que decide el valor futuro.

FASE 01

CREAR

La promesa cumplida

Depósitos diarios mediante claridad, transparencia y onboarding sin fricciones.

FASE 02

PROTEGER

La solución completa

Evitar retiros provocados por transferencias entre silos o burocracia innecesaria.

FASE 03

RECUPERAR

La falla bien resuelta

Demostrar que la relación funciona con empatía y rapidez cuando las cosas salen mal.

Efectos tangibles del saldo:

 Permanencia

 Recompra

 Recomendación

El nuevo P&L de CX: Dirección económica del valor

La pregunta del CEO deja de ser "¿cuánto cuesta atender?" y se convierte en "¿qué valor estamos protegiendo?".

LINEA 01

CREAR VALOR

Crecimiento y Expansión

Facilitar que el cliente adopte más productos mediante claridad en cada interacción.

LINEA 02

PROTEGER VALOR

Permanencia y Margen

Reducir el abandono no deseado cumpliendo la promesa operativa básica.

LINEA 03

RECUPERAR VALOR

Confianza Restaurada

Transformar una falla crítica o disputa en la mayor prueba de fidelidad a largo plazo.

CX es el resultado de todo el sistema de la empresa

"El cliente vive horizontalmente una empresa que todavía opera verticalmente."



Si la voz del cliente sólo produce un reporte, escuchamos. Si cambia una decisión de negocio, aprendemos.

Los momentos que merecen humanidad

La decisión no depende del canal: depende del impacto y la vulnerabilidad de la situación.

01

RIESGO

Consecuencias patrimoniales

Fraudes, bloqueos o decisiones financieras de alto impacto.

02

EMOCIÓN

Escucha y contención

Frustración intensa, salud o momentos personales críticos.

03

AMBIGÜEDAD

Criterio ante excepciones

Casos no contemplados en el script o árbol algorítmico.

04

CONFIANZA

Responsabilidad visible

Demostrar que una persona asume el compromiso de resolver.

"El objetivo no es poner personas en todas partes: **es ponerlas donde pueden cambiar el resultado.**"

La IA no resuelve la experiencia: amplifica las decisiones

AUTOMATICE LA FRICCIÓN

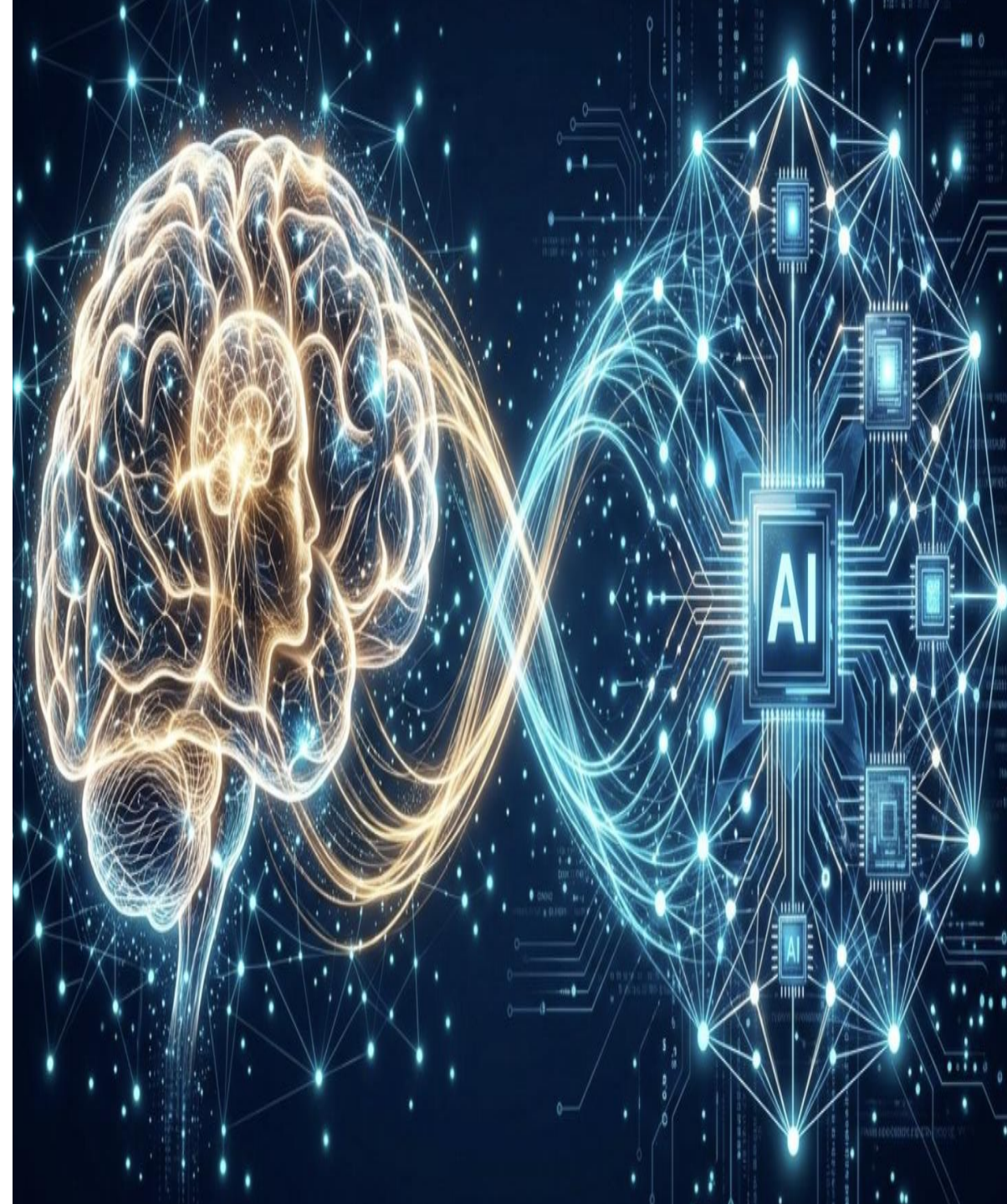
Elimine tareas repetitivas, acelere la memoria y sintetice datos en tiempo real.

AMPLIFIQUE EL JUICIO

Entregue contexto a las personas para decidir con criterio, empatía y responsabilidad.

GOBIERNE LAS CONSECUENCIAS

Automatizar un mal proceso no elimina la frustración: la vuelve escalable.



De plataforma de atención a **plataforma de confianza**

La ventaja competitiva ya no puede basarse en costo o volumen de contactos.

850,000

Empleos directos en México

Escala y madurez operacional

130,000

Operaciones Nearshore / Offshore

Cercanía cultural y valor bilingüe

8%

Estrategia integral con IA (IMT)

La brecha es nuestra oportunidad

Fórmula hacia 2030:

Talento de criterio

+

Tecnología ágil

+

Confianza orquestada



Un mandato para los próximos 90 días

La visión hacia 2030 no comienza con un mega-proyecto: comienza eliminando una contradicción del sistema.

PASO 01

ELIJA UN VIAJE

Seleccione un viaje crítico donde el cliente experimente la mayor fricción y valor en juego.

PASO 02

IDENTIFIQUE LA FRICCIÓN

Aísle la contradicción entre políticas, sistemas o silos que genera quejas reiteradas.

PASO 03

CAMBIE UNA DECISIÓN

Reúna a negocio, riesgo, producto y operaciones; modifique la regla de raíz y escálela con tecnología.

En 2030, la relación no será una sucesión de contactos: **será continuidad**

Omnicanalidad significará conservar el contexto; personalización significará actuar con relevancia y respeto.



RECUERDA

Sin obligar al cliente a repetir



ANTICIPA

Sin invadir la privacidad



EXPLICA

Decisiones con total transparencia



RESPETA

Límites éticos y consentimiento



APRENDE

Y adapta el sistema en vivo

Las marcas más valiosas no serán las que más sepan sobre el cliente, **sino las que demuestren que merecen saberlo.**

1

¿Qué prometemos?

2

¿Qué entregamos?

3

¿Qué aprendemos?

Una conexión puede transformar una relación.

Y una relación sostenida transforma el futuro de la empresa.

¡GRACIAS!