



La nueva arquitectura de la experiencia

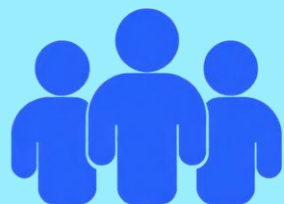
De la omnicanalidad a la inteligencia orquestada

CX + EX + CONTACT CENTERS
EN LA ERA DE LA IA

Jorge Poblete

Director de Innovación · IMT

Resonance: Visión 2030



Nuestra industria impacta a seres humanos, relaciones, resultados, desarrollo tecnológico, economías...



No genera interacciones,
genera consecuencias.



Las decisiones que tomemos hoy, definirán la experiencia del cliente del mañana.



Cifras, retos y tendencias México

Cifras y Tendencias

México



Estudio
Anual IMT

850 MIL
Empleos directos

16%
Teletrabajo

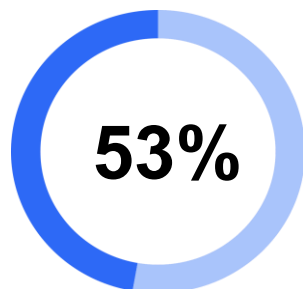
21%
Capacidad instalada
disponible

130 MIL
Personas

Nearshore / Offshore:

49% BPO's prestan
servicios al extranjero

14% de las operaciones
totales



Edad
Menos de 30 años

Talento

Profesionalización en aumento



Mayor nivel de escolaridad

Género

Mujeres



9 de cada 10

Empresas cuentan con personal certificado

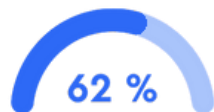


Nuevos puestos

Programas para grupos vulnerables



Estudiantes



Primer empleo



Madres solteras



Discapacitados



Adultos mayores



Repatriados

Uso de IA

76%

Atención
al cliente

42%

Gestión
de calidad

41%

Análisis de
sentimientos

21%

Enrutamiento
inteligente

19%

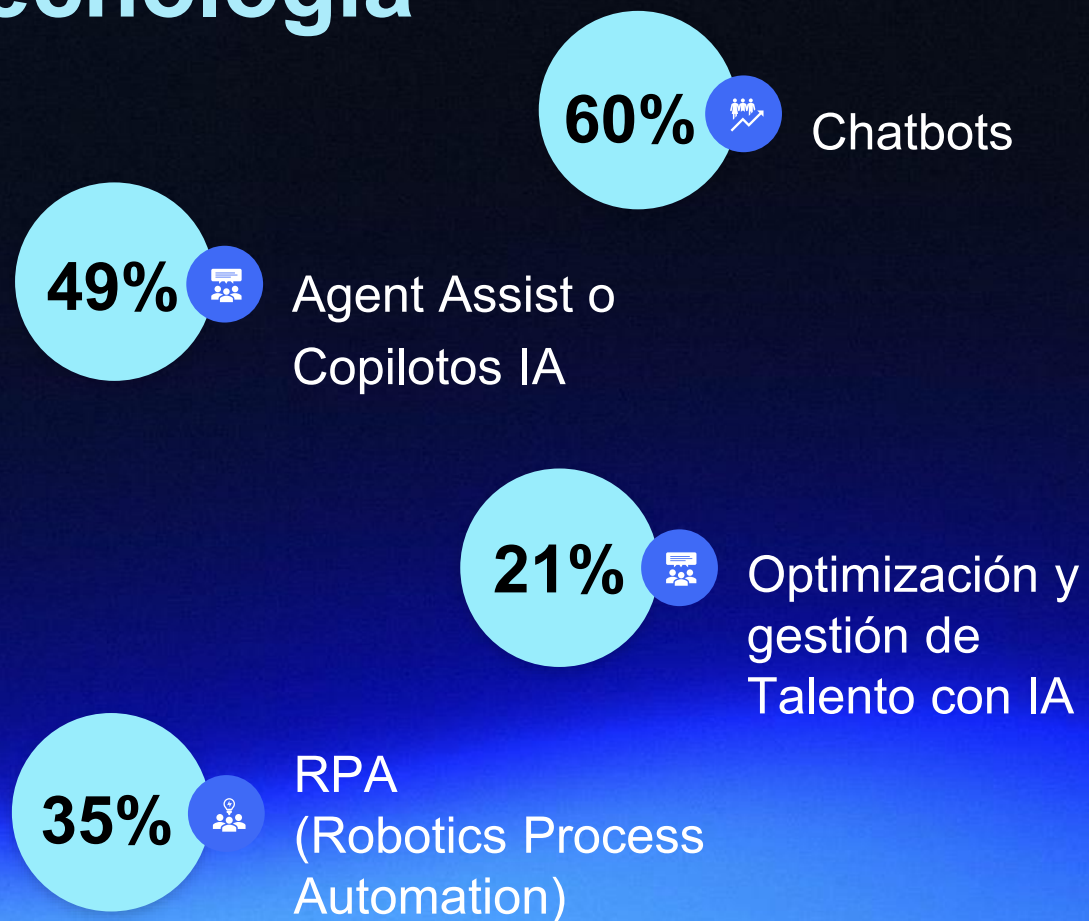
Automatización Back
Office

7%

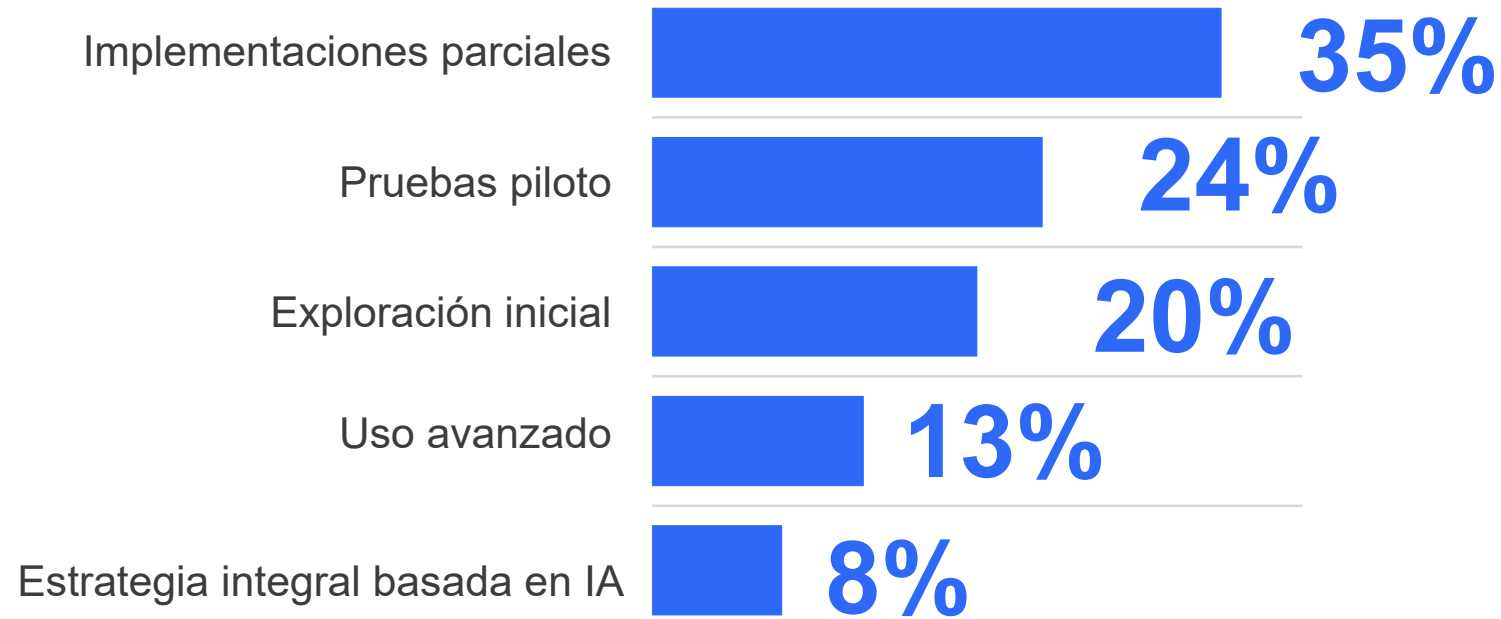
Disminución en el número
de agentes, relacionado con
automatización



Prioridades de inversión en tecnología



Nivel de adopción de IA en el Contact Center



El CX Futuro

1 Agentics ↔ Agentics



2 Verificable



3 Reversible
Sin fricción



4 Hiperpersonalizado
= Ultraprivado.



5 Límites y presupuesto
consciente y
responsable



6 CX El CX toma
cuerpo

7 CX FORUM GUADALAJARA 2026 RESONANCE
Visión 2030



El cliente cambió su punto de referencia

La experiencia ya no se evalúa únicamente contra los competidores directos. Cada interacción compite contra la mejor experiencia digital que el cliente recuerda.

92%

espera que las organizaciones estén a la altura de la mejor experiencia que ha tenido.

94%

valora la eficiencia del servicio tanto como la empatía.

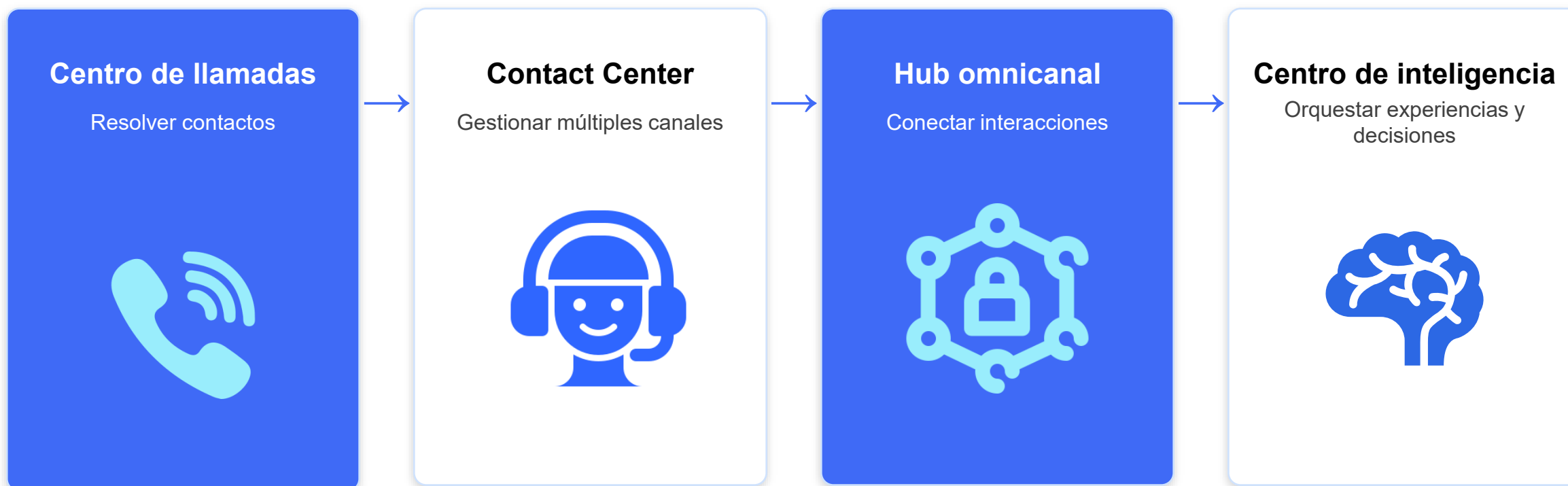
85%

ha gastado menos o dejado de comprar después de una mala experiencia.

Implicación: velocidad, simplicidad, personalización y contexto son el nuevo estándar de experiencia.

El Contact Center también cambió de función

La transformación no es sólo tecnológica. Cambia el lugar que ocupa el Contact Center dentro de la organización.

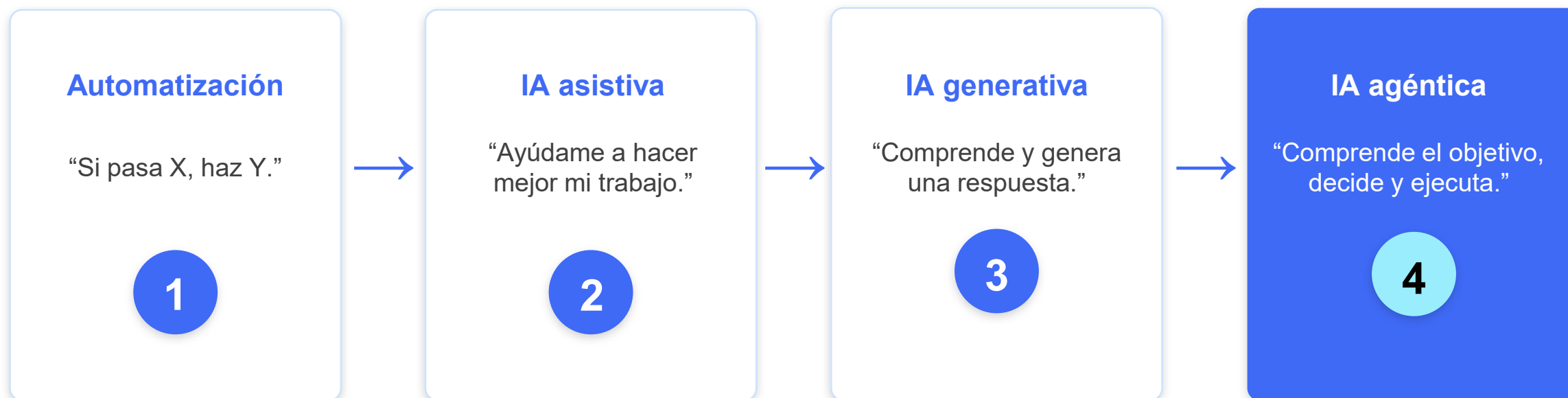


El valor está en comprender la intención, conectar información y activar la mejor respuesta posible.

Omnicanalidad ya no es suficiente



El desafío es reconocer que sigue siendo la misma persona, la misma intención y el mismo journey.



La inversión ya se está moviendo: líderes de Customer Service reportaron +38% en gasto de IA, mientras los presupuestos totales de la función crecieron sólo 2%.

El reto ya no es experimentar con IA.
Es integrarla, gobernarla y demostrar valor.

Más IA no significa menos humanos

87%

considera esencial poder llegar a una persona cuando una empresa usa GenAI en servicio al cliente.



IA

- Volumen
- Búsqueda
- Resumen
- Automatización
- Transacciones

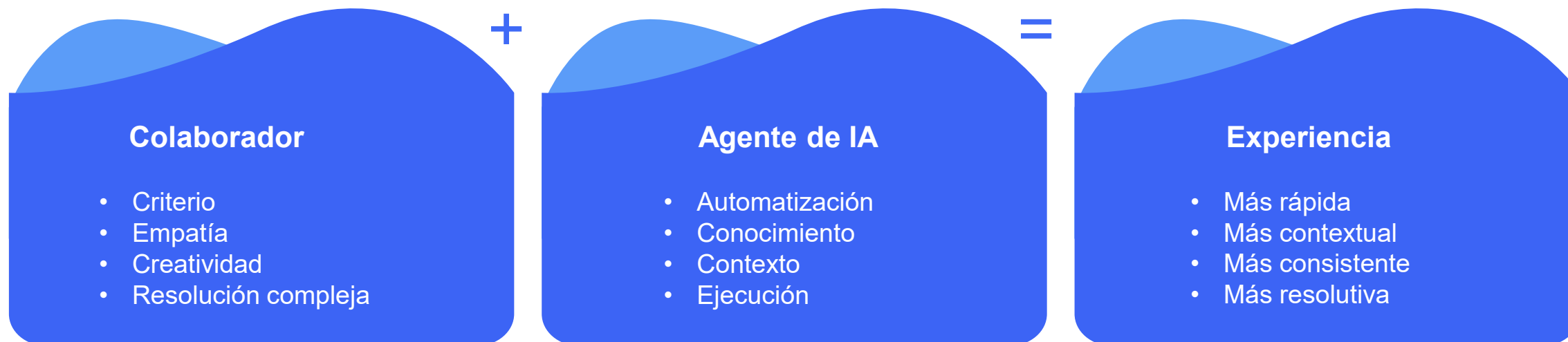
Humano

- Asertivo
- Empatía
- Negociación
- Juicio
- Momentos críticos

La IA no elimina el componente humano: cambia dónde genera valor.

CX y EX empiezan a compartir la misma arquitectura

Cuando la IA absorbe interacciones simples, el trabajo humano se concentra proporcionalmente en excepciones, conversaciones complejas y situaciones de mayor juicio.



LATAM tiene condiciones particulares para acelerar

91%

usa aplicaciones de mensajería

69% global

75%

usa agentes virtuales o chatbots

58% global

50%

usa agentes virtuales con IA más autónoma o agéntica

41% global

86%

cree que la IA mejorará calidad y velocidad del servicio

76% global

De implementar tecnología a generar valor

El éxito no debería medirse por cuántas capacidades de IA se implementaron, sino por lo que cambió en la experiencia y en el negocio.

¿Redució esfuerzo para el cliente?

¿Aumentó la resolución?

¿Mejóro conversión o retención?

¿Elevó productividad?

¿Mejóro la experiencia del colaborador?

¿Redució costo sin deteriorar la experiencia?

Innovar es convertir tecnología en mejores decisiones y mejores resultados.

La agenda de innovación para CX

Data

Contexto unificado



Conectar información para comprender mejor a cada cliente y cada journey.

AI

Inteligencia aplicada



Automatizar, asistir y decidir con propósito.

Activación

Experiencias conectadas



Coordinar canales, sistemas, humanos y agentes de IA.

Humanos

Valor humano



Reservar empatía, criterio y creatividad para donde más importan.

Valor

Resultados

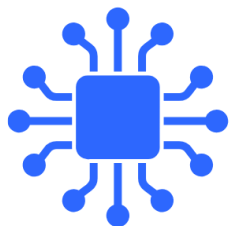


Traducir la innovación en CX, EX, eficiencia y negocio.

La innovación ocurre cuando estas cinco dimensiones trabajan como un sistema.

Pero también se está definiendo fuera de nuestras organizaciones.

Tecnología



Talento



Regulación



Confianza



Competitividad



Innovar también exige leer el entorno.

Cuando cambian las reglas, cambia el modelo

Actualmente hay propuestas regulatorias en discusión

Consentimiento

Previo + expreso + verificable

Datos

Autorización + trazabilidad

Contacto

Control + revocación

El reto no es sólo regulatorio. Es comercial, operativo y tecnológico.

Los próximos retos son sectoriales

Hay desafíos que una empresa puede resolver sola. Sin embargo otros requieren una industria unida, conectada.



Una industria conectada tiene mayor capacidad para adaptarse, innovar y competir.

The logo is centered within a white circle on a blue gradient background. It features the letters 'CX' in a large, bold, blue font with a horizontal gradient from light blue to dark blue. Below 'CX' is the word 'FORUM' in a bold, black, sans-serif font. Underneath 'FORUM' is the word 'GUADALAJARA' in a smaller, blue, sans-serif font. At the bottom is a blue rounded rectangle containing the year '2026' in white, bold, sans-serif font.

CX

FORUM

GUADALAJARA

2026