



Especial Anual: Customer Experience & Contact Center

La línea de fuego, a otro nivel con cloud + IA



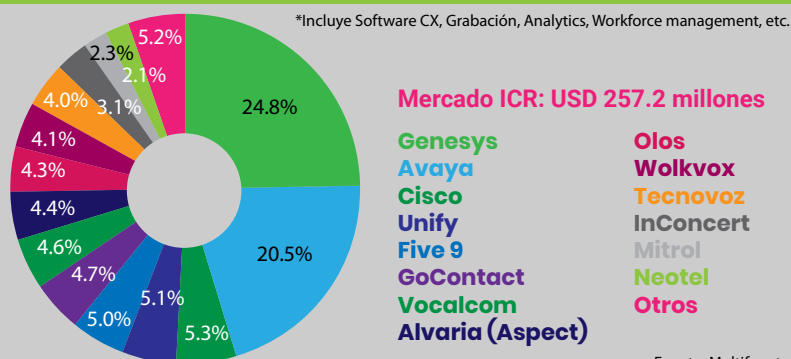
Las dos grandes innovaciones transformadoras con que dispone hoy el mercado de CX y contact center en América Latina, son cloud e IA. Ambos son conceptos fuertes y ya extendidos, pero su efecto real en el día a día del sector hoy es muy disímil y variado dependiendo de los distintos países y segmentos de mercado. Su combinación define el presente

del sector y plantea con qué futuro se construye.

- De cloud se viene trabajando ya hace años, entró lento al sector y luego se fue afianzando, hoy es objeto de los mayores procesos de superación. Migraciones y cambios de soluciones a medida que se va entendiendo el negocio, y con mucho aún que hacer. Supera las barreras físicas y crea nuevos ámbitos

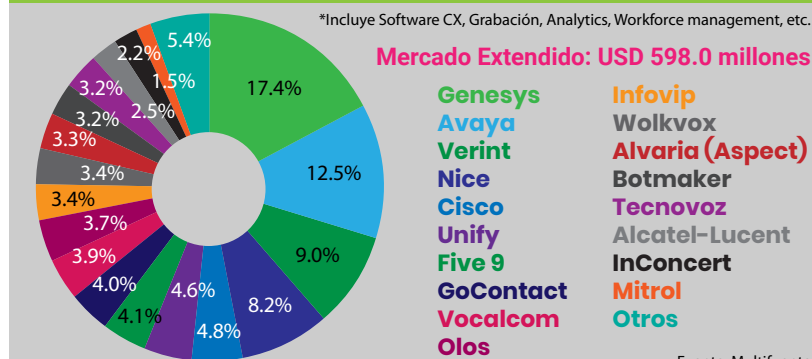
Contact Center: Market Share por Vendors, América Latina
Mercado estricto (ICR) vs. Extendido*, 2024

*Incluye Software CX, Grabación, Analytics, Workforce management, etc.



Contact Center: Market Share por Vendors, América Latina
Mercado estricto (ICR) vs. Extendido*, 2024

*Incluye Software CX, Grabación, Analytics, Workforce management, etc.





donde antes no había opciones. Ya no se puede pensar nada, no sólo contact center, sin la gestión nube.

• De IA se habla muchísimo, pero las soluciones que se desarrollan o que están disponibles a gran escala hoy en la región, son muy incipientes, se trata recién de la punta del iceberg a donde se puede llegar. A cada pas se escucha de nuevos usos o aplicaciones, pero la IA no aparece como productos separados o nuevas plataformas con IA diferencial, sino hasta ahora como herramientas que mejoran de a poco lo existente, a medida que se va entendiendo de qué se trata.

8 ups & downs 2024

- 12% de crecimiento vs 2023, pero con un negocio tradicional flat y 25% de aumento en los nuevos rubros: cloud, IA, omnicanalidad
- Más reemplazos de marcas que proyectos nuevos, motivados por dos motores: precio y migración a cloud
- Proyectos nuevos: incorporación de canales digitales y desarrollo de IA
- La IA prende más como asistente de los agentes más que en la línea de fuego con el usuario
- Fuerte crecimiento de las áreas de servicios profesionales: 30-40% en varios vendedores. La tecnología debe ser envuelta por expertise de negocio
- Países más activos: Colombia, Brasil, México y Chile. Países en alza: Argentina, Centroamérica, Caribe
- Mercado más fraccionado en marcas, con muchos players locales buscando ser regionales y poco players globales. Los nativos cloud, líderes
- Top 5 Vendedores con mayor ascenso regional: Genesys (que tomó el liderazgo global), Five 9, Vocalcom, GoContact, Wolkvox

• Entonces, hoy el cambio grande en CX & Contact Center se da con cloud, y se construye de a poco con IA. Que esta sea naciente no quiere decir que no tenga gran fuerza transformadora, con enorme cantidad de inversiones volcándose a ella. Por eso la suma, la sinergia a generar entre cloud + IA, es lo que permite al CX & Contact Center saltar de nivel hacia mundos y servicios superadores.

Paso a paso, con cloud

—El mercado está cambiando fuerte Ya no se venden posiciones como antes, casi no crece el parque tradicional, salvo casos puntuales, la mayoría son reemplazos de una marca a otra, por mejores condiciones o tecnología innovadora. Las ventas de puestos on premise ya casi no existen.

—Donde se crece es en las migraciones de on premise a cloud, de plataformas/soluciones antiguas a modernas, y en servicios. Los servicios profesionales crecen del 30 al 40% según el vendedor, porque cada vez más se necesita envolver la tecnología con el expertise de negocio. La tecnología sola no dice nada, hoy hay que saber dirigirla.

—Con todo esto, el mercado tradicional puro de compra de plataformas de contact center por parte de los BPOs y los contact centers empresariales está estable, pero las implementaciones de medios digitales, como whatsapp y redes sociales, + IA, creció un 25% este año en América Latina, y más va a crecer el año que viene.

—Eso sí, la región todavía está atrasada frente a otras regiones del mundo, en particular Europa. Viajar a eventos de contact center en España, por ejemplo, da otra perspectiva.

• Por ejemplo, la IA, que en Europa ya hay leyes para regularla; el año pasado fue de análisis, este de leyes y el que viene de ejecución. En Latam se habla mucho pero lo que hay es todavía incipiente o experimental, primeras soluciones que todavía no se alejan demasiado del Chat GPT que todos conocen.

• Otro tema es el GDPR, por ejemplo en Francia hay una ley que fija que sólo los usuarios que aceptan pueden ser llamados, no los que no contestaron. Esto cambiará los llamados de ventas o cobranzas, hay que moverse por digital.

La IA bien entendida, y sus primeros twists

—Estos son tiempos de investigación, testeos, acumular experiencias. Todo el mercado habla de IA, pero el tema es implementar aplicaciones específicas de negocio para contact center. Ya la mayoría de los players tiene desarrollos de IA que enriquecen los productos existentes, pero aún falta para soluciones separadas disruptivas. El cloud y el IA se parecen en eso, en que están en todas partes aplicados a otros, más que con nombres propios.

—Uno de los secretos es dónde se aplica la IA, más que la IA en sí. Mientras se suele mirar cómo lograr efecto directo en el cliente final, lo que más rinde por ahora es el soporte de IA a los agentes, para que dispongan de mucha más información en tiempo real y automaticen decisiones correctas. También, en soluciones de calidad y productividad de los contact centers. Para esto no se necesita futuro, sino buenos aplicadores de la tecnología en el presente.

Perspectivas 2025

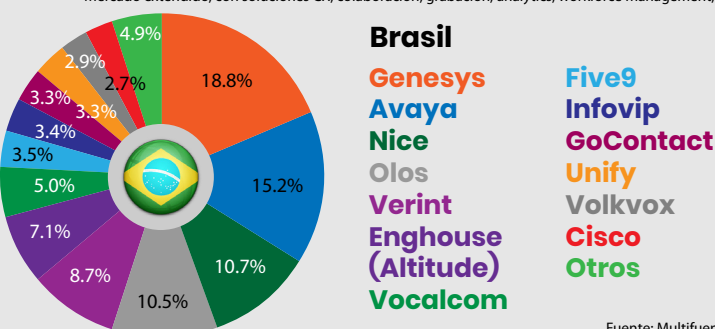
- Alza de proyectos nuevos, centrados en lo emergente: cloud + IA
- Fuerte búsqueda de desarrollos IA más maduros
- Automatización & autogestión, productividad, lo más requerido
- Los desarrollos cloud avanzados abren nuevas oportunidades de negocio
- Vueltas de tuerca en servicios, sobre proyectos y en servicios profesionales
- Con IA, se busca: 'Best time to call' a 'Best moment, best channel, to the most adequate person'
- Vendedores: alejamiento de los players nativos cloud frente a los migrados. Cambios profundos frente al mapa tradicional
- Alegado a futuro: que cloud + IA sinergizados, generen un conjunto superador más allá de la suma de las partes

—Solemos consultar a **Gerardo Andreucci** de **TecnoVoz**, player argentino y regional. Expresa un interesante concepto: 'Hoy lo que rige el negocio no es la tecnología, es el acompañamiento, el valor agregado, lo que uno hace alrededor desde el diseño de los productos hasta los servicios, para que el



Contact Center: Market Share por Vendors, 2024*. Por País

*Mercado extendido, con soluciones CX, colaboración, grabación, analytics, workforce management, etc.

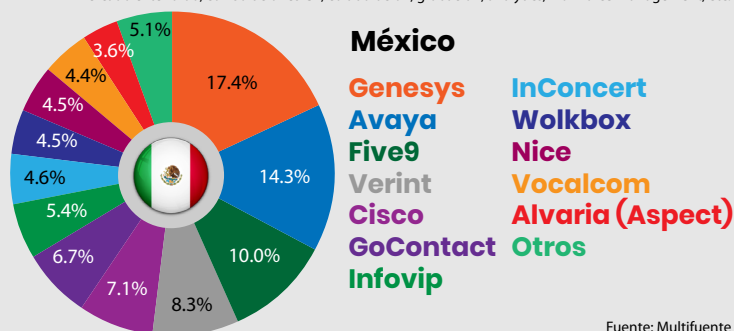


Fuente: Multifuente

cliente se sienta con respaldo en la evolución. Las variables blandas se vuelven duras, antes lo duro era el precio, ahora es lo que se construye. La IA es el mejor ejemplo. Nadie pide IA a secas, todos necesitan IA aplicada a algo y que ese algo sea productivo. Saber dónde aplicarla, y cómo llevarla es lo que valoran los clientes. Quien entiende esto, hace diferencia hoy en día.

Contact Center: Market Share por Vendors, 2024*. Por País

*Mercado extendido, con soluciones CX, colaboración, grabación, analytics, workforce management, etc.

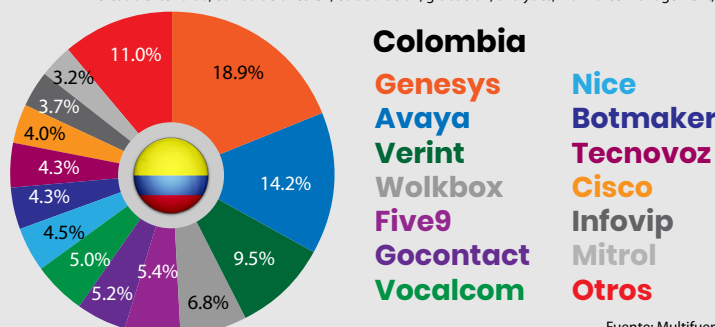


Fuente: Multifuente

—Si uno buscara resumir con palabras el anhelo de la mayoría de los gerentes de contact centers sobre IA, sería que la tecnología seleccionara el 'Best time to call', al 'Best moment, best channel, to the most adequate person'. ¿Es esto posible? Es como preguntarse '¿Es posible ser feliz?'. Lo máximo se puede lograr por momentos, o siempre trabajar para eso, estando más cerca progresivamente. A medida que uno avanza, surgirán nuevos objetivos; a medida que avance el mercado, más competitivas y difíciles estarán ciertas me-

Contact Center: Market Share por Vendors, 2024*. Por País

*Mercado extendido, con soluciones CX, colaboración, grabación, analytics, workforce management, etc.



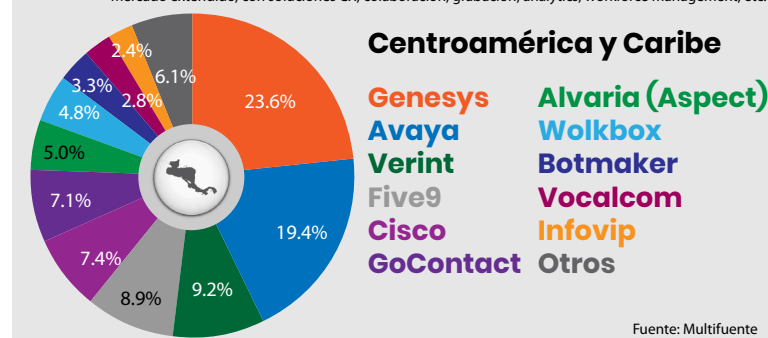
Fuente: Multifuente

tas. Así que vale apostar a futuro pero con los pies sobre la tierra, cuidando el negocio presente.

—¿Qué es lo que se viene que aún no se ve? Hay un mundo de desarrollo con IA, que llevará a muchos lugares nuevos que hoy se ven. Vale volver al comienzo de este informe: lo más diferencial surgirá de la combinación de las ventajas de cloud con las ventajas de IA, potenciando ambas. Porque la verdad, son muy complementarias. Mientras la primera per-

Contact Center: Market Share por Vendors, 2024*. Por País

*Mercado extendido, con soluciones CX, colaboración, grabación, analytics, workforce management, etc.

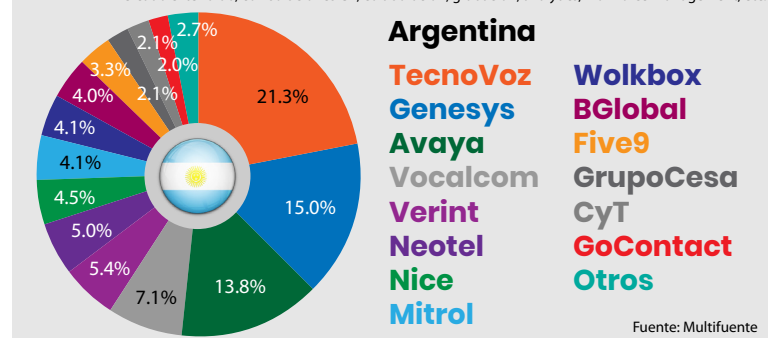


Fuente: Multifuente

mite saltar las barreras tradicionales de distancias y crea comunidades, 'mercados' donde hay nuevos negocios en base a la interacción, la segunda dispara la capacidad de procesamiento para automatizar lo buscado, sea lo de mayor calidad o lo más productivo. Hay que lograr que 1+1 sea más que 2, que el conjunto supere la suma de las partes.

Contact Center: Market Share por Vendors, 2024*. Por País

*Mercado extendido, con soluciones CX, colaboración, grabación, analytics, workforce management, etc.



Fuente: Multifuente

Entonces, a imaginarse un mercado sin barreras físicas ni de volumen, donde todo se acomode sólo hacia los lugares correctos. Parece difícil de pensar, suena directo a mundo futurista. Pero hacia allá van los que tomen decisiones positivas. Esto no significa cambiar la realidad tradicional, seguirá existiendo el mundo que conocemos. Pero serán oportunidades nuevas, rubros nuevos como apareció Amazon para el retail online o Uber para los servicios de taxis. En CX & contact center, la generación de valor será cada vez más importante, el 'acompañamiento', como decía Andreucci. A Repensar muchas cosas.