

Inteligencia Artificial en Aplicaciones de VoC: Utilizar el marco de Experiencia del Cliente Transformativa para conocer al Cliente y convertir a los Agentes en Superagentes

Por José Antonio González | CEO, Zahoree

Diciembre 1, 2025

Abstracto

La inteligencia artificial (IA) está transformando las operaciones de soporte al cliente a un nivel sin precedentes, particularmente en términos de velocidad de inversión, con modelos de lenguaje grandes (LLMs) y agentes de IA que impulsan copilotos en tiempo real para agentes de soporte al cliente, la capacidad de recopilar y analizar datos de voz del cliente (VOC) a escala utilizando IA esta generando hallazgos automatizados a partir de interacciones de soporte al cliente, lo que representa una ventaja competitiva significativa.

Este documento examina cómo las herramientas de IA, especialmente las soluciones basadas en LLM y el marco de trabajo de TCX de Zahoree para procesar la VOC, influyen en la inteligencia organizativa y la competitividad, a través de un caso de estudio de una empresa global de automatización del hogar. Exploramos cómo los copilotos de IA y los insights de VOC automatizados a través de TCX mejoran la eficiencia operativa, las puntuaciones de satisfacción del cliente (CSAT) y la posición competitiva.

La implementación de una solución de automatización de aseguramiento de calidad (QA) impulsada por IA redujo el tiempo de evaluación de QA en un 90%, redujo la carga de trabajo operativa en 60 horas semanales, y se automatizó la generación de hallazgos de voz del cliente (VOC) en varios puntos de la jornada del cliente de manera única. Los expertos en soporte informan un valor en al menos el 27% de las interacciones con los clientes. Estos resultados destacan un hallazgo estratégico: la IA no reemplaza a los equipos de soporte, sino que eleva la experiencia del cliente (CX) a través de la colaboración humano-IA.

1. La Oportunidad

Las organizaciones a lo largo del sector de negocios al consumidor (B2C) están posicionando la experiencia del cliente en el centro de sus iniciativas estratégicas. La ventaja competitiva ahora se basa en la capacidad de una empresa para recopilar, evaluar y utilizar datos del cliente a gran escala mientras aprovecha las capacidades de inteligencia artificial en sus procesos de servicio y soporte al cliente para dar forma a experiencias del cliente superiores. De hecho, el 53% de las organizaciones B2C identifican la experiencia del cliente como su principal diferenciador de los competidores [1].

Los proveedores de centros de contacto que atienden a industrias susceptibles a la Experiencia del Cliente están únicamente posicionados para ofrecer esta ventaja. Su experiencia abarca diversos ecosistemas empresariales en la economía digital - incluyendo productos B2C y B2B, Fintech, Comercio electrónico, Servicios de Salud, Automatización del Hogar, etc. - lo que brinda a estas empresas de soporte y servicio al cliente una perspectiva privilegiada para observar los cambios en el mercado y los patrones de comportamiento del cliente en tiempo real [2, 3], así como aplicar tecnología para traducir esos patrones en conocimiento accionable.

A medida que las empresas adoptan la IA a una velocidad sin precedentes, surgen preguntas críticas: ¿Qué significan estas herramientas para la futura fuerza laboral de soporte? ¿Cómo se pueden aprovechar los datos de la Voz del Cliente (VoC) a escala y, quizás lo más importante, cómo pueden las capacidades de la IA reforzar la calidad del conocimiento de la VoC para que vayamos más allá de impactar las mejoras operativas, sino que creemos ventajas competitivas significativas y sostenibles?

Para las empresas que operan con una mentalidad centrada en la experiencia del cliente (CX), abordar estas preguntas se ha convertido en un **imperativo estratégico**.

1.1 Marco de Trabajo y Metodología

La solución propuesta para el desafío del conocimiento de la Voz del Cliente (VoC) en Zahoree se basa en la evaluación de QA a escala. Es decir, pasar de utilizar QA sólo como una herramienta de mejora operativa en el centro de contacto, y empezar a traducir directamente los hallazgos de la VoC procedentes de interacciones con clientes en conocimiento accionable. Esto se logra a través de una plataforma holística que aprovecha la IA y el marco de trabajo TCX de Zahoree.

El enfoque de Zahoree requiere un cambio de paradigma fundamental: la adopción de la Experiencia del Cliente Transformadora (TCX) como marco para la Experiencia del Cliente. La TCX se compone de varios modelos:

- I. Utilities - atributos de servicio que determinan la efectividad de las interacciones que tiene una marca con sus clientes (touchpoints) para tener un impacto real en valor para sus negocios. Estos incluyen poco más de una docena de atributos, a saber: velocidad, disponibilidad, seguridad, costo, valor, acceso, calidad, facilidad de uso, precisión, consistencia, conclusión, provocación de emociones y recursos.
- II. PERMAH - muestra hasta qué grado la experiencia ayuda al cliente a *floreecer*.
- III. Ecuación de Admiración - explica cómo la lealtad, la confianza y la pasión por una marca se construyen.
- IV. Micro momentos - son los pequeños puntos de inflexión que hacen y deshacen todo.

Los procesos de aseguramiento de la calidad basados en el marco de TCX ofrecen una perspectiva única centrada en el cliente que permite a una solución basada en inteligencia artificial entregar hallazgos que tendrán un impacto positivo en el negocio.

1.2 La Pregunta Clave de cara a nuestro Caso de Estudio

La industria de automatización del hogar ha evolucionado junto con la tecnología y presenta una oportunidad particularmente atractiva para la innovación de la experiencia del cliente impulsada por inteligencia artificial, donde las empresas operan plataformas de soporte omnicanal respaldadas por fuentes de datos actualizadas diariamente. Cada nuevo canal y herramienta integrada en la plataforma no solo mejora la eficiencia operativa y la consistencia del servicio, sino que también enriquece los conjuntos de datos disponibles para la empresa. Además de eso, las soluciones impulsadas por inteligencia artificial permiten a las organizaciones que brindan asistencia de soporte al cliente en tiempo real a través de agentes, el hacer análisis automatizado de datos de voz del cliente (VOC) en todos los canales (voz, chat, correo electrónico, social). Esto proporciona una comprensión más profunda de las percepciones reales de los clientes sobre la marca en los diferentes puntos de contacto de la jornada del cliente, así como tener mayor detalle sobre las necesidades de los clientes y las áreas de oportunidad para mejorar la experiencia del cliente.

La pregunta clave es: ¿De qué forma puede la IA automatizar el procesamiento de la voz del cliente para acelerar el proceso de descubrimiento y mejorar la calidad de las percepciones de la Voz del Cliente?

Los hallazgos ciertamente ayudarán a mejorar la eficiencia operativa, las puntuaciones de CSAT y otras métricas de satisfacción del cliente y CX. Sin embargo, también deberían revelar el

impacto directo de los productos y servicios de una empresa en variables de negocio y posición competitiva.

Zahoree presenta los resultados de una iniciativa estratégica basada en el marco de trabajo TCX y la automatización del proceso de aseguramiento de la calidad, como un enfoque novedoso para responder a esta pregunta clave.

2. Las aplicaciones de IA para la Experiencia del Cliente (CX) - el Copiloto, el compañero perfecto

Los modelos de lenguaje grandes (LLMs) han mejorado las capacidades clave esenciales para la gestión de la experiencia del cliente, incluyendo el reconocimiento de intención, la retención de contexto, el resumen de conversaciones, y el soporte multilingüe.

2.1 Ejemplos y Soluciones

Muchos de las plataformas de CX y para centros de contacto comercialmente disponibles - incluyendo sistemas de ticketing, teléfono y chat-, ahora ofrecen copilotos de cara al agente que se han convertido en la principal solución de IA para empresas que buscan mejorar operaciones de soporte. Estas soluciones suelen proporcionar [4, 5]:

- Respuestas sugeridas y notas de capacitación. Recomendaciones de respuestas sensibles al contexto que aceleran la productividad y los tiempos de respuesta del agente.
- Acceso instantáneo a políticas. Recuperación en tiempo real de documentación y procedimientos relevantes.
- Soporte de tono/habilidades blandas. Perspectivas de inteligencia emocional para guiar las respuestas del agente.
- Resúmenes automatizados de llamadas y chats que dan contexto previo a la interacción y ayudan para la documentación posterior a la interacción.
- Extracción de factores clave. Identificación sistemática de factores recurrentes como “problemas de pago”, “demoras en el envío” y solicitudes de características nuevas en los productos.

Estas capacidades sirven un doble propósito: fortalecen el rendimiento en primera línea de los agentes humanos y el descubrimiento de nuevos conocimientos para el negocio, al mismo tiempo que transforman la función de soporte en un motor de inteligencia empresarial en tiempo real.

3. El impacto de la IA en la fuerza laboral del Centro de Contacto

La industria de servicio al cliente y soporte está experimentando una transición rápida hacia una realidad empresarial en la que las tareas rutinarias, incluyendo consultas simples, recopilación de datos y búsqueda básica de documentación, están siendo cada vez más automatizadas. Sin embargo, contrariamente a la promesa de reemplazo de la fuerza laboral anunciada durante mucho tiempo, la evidencia revela un resultado fundamentalmente diferente. En lugar de reemplazar a los agentes humanos, las tecnologías de IA están aumentando sus capacidades. Los agentes equipados con copilotos de IA demuestran una resolución de problemas mejorada, velocidad y eficacia, convirtiéndolos en “**superagentes**”, mientras que el conocimiento de la Voz del Cliente (VoC), adecuadamente alimentado al copiloto, proporciona a los agentes un contexto crítico sobre los puntos de dolor del cliente, los desencadenantes de la participación y compromiso del cliente, y otros hallazgos clave de la experiencia del cliente (CX). Las soluciones de copiloto conversacional, en particular, han surgido como potentes multiplicadores de la fuerza laboral que mejoran el rendimiento de los agentes al mismo tiempo que elevan la calidad del servicio y la experiencia del cliente, conforme las empresas siguen avanzando en la dirección de una cada vez mejor calidad de datos [6-8]

4. Caso de Estudio: Automatización de QA impulsada por IA como una forma novedosa de procesar la VoC

4.1 Contexto y desafío de negocios

Una empresa global de Automatización del Hogar deseaba mejorar la visibilidad de la retroalimentación del cliente a través de los diversos canales de soporte y comunicación. La experiencia muestra que las tarjetas de puntuación (scorecards) de QA abordan efectivamente los desafíos operativos y mejoran las métricas de calidad del servicio, pero se propuso escalar la disponibilidad y calidad de los datos de QA y explotarlos aún más como fuente de conocimientos sobre la experiencia del cliente.

4.2 Implementación de la solución

A través de una asociación estratégica con Zahoree Virtual Teams, la empresa introdujo un pipeline de automatización de QA en la nube impulsada por LLM (Fig. 1).

Arquitectura de la Implementación

La plataforma Zahoree Virtual Teams es una aplicación web que se ejecuta en la infraestructura de nube de Amazon Web Services (AWS). La plataforma permite a los equipos de QA crear, publicar y editar tarjetas de puntuación a través de una interfaz amigable. También proporciona la capacidad de solicitar **evaluaciones de QA generadas por IA**, que también se pueden realizar manualmente según sea necesario. Los hallazgos se entregan a través de un panel de UI integrado.

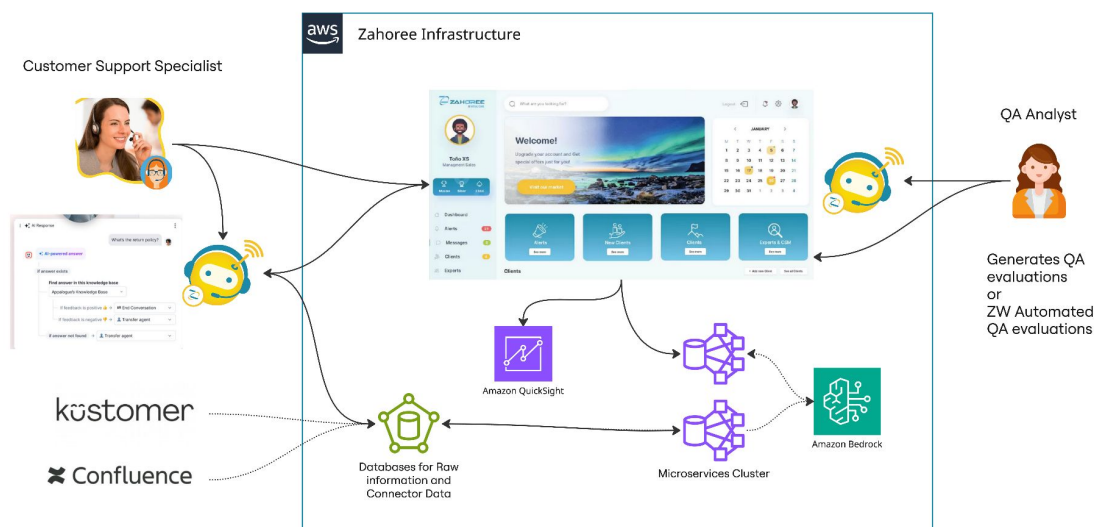


Figure 1: Implementation architecture. Data sources are Ticketing Systems, CRM/KB. Connectors acquire data and make it available for our ZW Services

Componentes del Copiloto

Zahoree Zwingman Services proporcionó una solución de Copiloto (ZWingman) a los agentes que apoya las operaciones de soporte al cliente diario. Este Copiloto tiene acceso a:

1. Guías de habilidades blandas: guías para desarrollar y mejorar las habilidades blandas
2. Guías del marco de trabajo TCX
3. Guías relacionadas con productos y procesos: procedimientos y políticas operativos estandarizados
4. Guías de resolución y solución de problemas reales: guías para solucionar y resolver problemas relacionados con productos
5. Casos de evaluación de QA automatizados de alta puntuación: estos proporcionan las mejores prácticas para el rendimiento de los agentes
6. Base de datos de métricas: una base de datos que almacena métricas de rendimiento histórico

Componentes de automatización de QA

El motor de automatización de QA evalúa automáticamente el rendimiento de los agentes en cada interacción con un cliente, evaluando habilidades blandas como la calidad de la comunicación, la empatía y otras, así como la **adherencia a los marcos de TCX descritos en 1.1**, generando retroalimentación personalizada sobre oportunidades de mejora y mejores prácticas, y evaluando cómo la interacción afecta a las utilidades clave como velocidad, costo, disponibilidad y seguridad.

4.3 Resultados

Después de un período de implementación de 90 días de AutoQA y Copiloto Zwingman, la solución entregó mejoras medibles en múltiples áreas:

- Se redujo la carga de trabajo de gestión operativa en 60 horas semanales, lo que representa un ahorro de costos significativo.
- Se redujo el tiempo de evaluación de la calidad en un 90%, completando evaluaciones 10 veces más rápido que el proceso manual, aumentando significativamente la cobertura de las evaluaciones.
- El ZWingman Copilot demostró aumentar el valor para los especialistas de soporte en al menos 27% de las interacciones con el cliente final.
- Los hallazgos identificaron mejoras dirigidas a varios puntos de contacto en la jornada del cliente, incluyendo la simplificación de flujos de trabajo de envío, la clarificación de la comunicación de políticas de reembolso, la mejora de los pasos de recuperación de cuenta, y la mejora de la capacidad de los agentes para impactar las Utilidades aún más.
- Los equipos obtuvieron visibilidad continua y en tiempo real sobre patrones y tendencias de clientes que previamente requerían revisiones manuales de miles de tickets.

5. Conclusiones

Las soluciones de inteligencia artificial y tecnologías emergentes están transformando fundamentalmente la gestión de la experiencia del cliente y están redefiniendo las expectativas, como se demuestra en la mejora medible en el rendimiento operativo y la visibilidad organizativa en el estudio de caso presentado, pero aún queda mucho trabajo por hacer, especialmente en establecer mecanismos de validación de mejora continua y evaluaciones de eficacia a largo plazo.

Las organizaciones que posicionan la experiencia del cliente como una prioridad estratégica y adoptan la inteligencia artificial de manera reflexiva lograrán múltiples ventajas competitivas, incluyendo la construcción de equipos de soporte más capaces y empoderados, la entrega de

experiencias del cliente superiores, y el establecimiento de una diferenciación competitiva en mercados cada vez más comodificados.

El caso de estudio de Zahoree ilustra una evolución crítica en el modelo de servicio al cliente, donde las tecnologías de IA no están reemplazando la experiencia humana, sino que la están amplificando, y cuando se implementan dentro de un marco estructurado como TCX, la automatización de QA impulsada por IA puede servir como un valioso motor para obtener conocimientos de VOC que no solo transformarán las operaciones de soporte en activos estratégicos, sino que también informarán la estrategia empresarial en general.

A medida que el paisaje de la experiencia del cliente continúa evolucionando, la ventaja competitiva pertenece cada vez más a las organizaciones que integren con éxito las capacidades de IA con el juicio humano, combinando la eficiencia tecnológica con la comprensión empática del cliente. El futuro del soporte y servicio al cliente no radica solo en la automatización, sino en la colaboración entre los sistemas de IA y los agentes humanos capacitados que trabajan dentro de marcos operativos centrados en el cliente.

6. Referencias

1. ContactBabel (2022) **The Uk Customer Experience Decision-Maker's Guide 2022-23** [PDF]. Sabio Group. <https://go.sabiogroup.com/rs/710-JZD-844/images/uk-whitepaper-contact-babel-cx-decision-makers-guide-2022-2023.pdf>
2. Das, A. C., Phalin, G., Patidar, I. L., Gomes, M., Sawhney, R., & Thomas, R. (2023). **The next frontier of customer engagement: AI-enabled customer service**. McKinsey's Operations Practice.
3. Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2019). **Artificial Intelligence in FinTech: understanding robo-advisors adoption among customers**. *Industrial Management & Data Systems*, 119(7), 1411-1430.
4. **The age of Generative AI: Unveiling the next frontier of digital procurement**. McKinsey's Operations Practice. <https://mckinseytalksoperations.com/app/uploads/2023/09/The-age-of-gen-AI-Unveiling-the-next-frontier-of-digital-procurement-McKinsey-Talks-Operations.pdf>
5. Yee, L., Chui, M., Roberts, R., & Xu, S. (2024). **Why agents are the next frontier of generative AI**. McKinsey Digital Practice.
6. Bock, D. E., Wolter, J. S., & Ferrell, O. C. (2020). **Artificial intelligence: disrupting what we know about services**. *Journal of Services Marketing*, 34(3), 317-334.
7. Singh, R. (2022). **How Conversational AI is revolutionizing CX across sectors**. Haptik. <https://www.haptik.ai/blog/conversational-ai-in-apac>.
8. Chatterjee, S., Chaudhuri, R., & Vrontis, D. (2022). **AI and digitalization in relationship management: Impact of adopting AI-embedded CRM system**. *Journal of Business Research*, 150, 437-450.
9. The PERMA model is a psychological framework developed by Martin Seligman
10. The **Admiration Equation** and the 12 Utilities are concepts within Customer Experience (CX) developed by Tony Bodoh International
11. The term "micro-moments" in the context of Customer Experience (CX) and marketing was **coined by Google**