



América opina: mensajería empresarial en palabras de los clientes

- LOS CANALES, MOMENTOS Y MENSAJES CORRECTOS
PARA GANARTE EL CORAZÓN DE LAS PERSONAS

En colaboración con  opinion box

Índice

| | |
|---|----|
| Introducción | 03 |
| RCS Business Messaging — el futuro de la mensajería está aquí | 04 |
| Principales casos de uso | 05 |
| Chatbots — evolucionando a máxima velocidad | 06 |
| Seguridad en el radar | 07 |
| Principales casos de uso | 08 |
| Agentes de IA — enamorando a partir de rapidez y eficacia | 09 |
| Principales preocupaciones y beneficios | 11 |
| Los clientes han hablado | 12 |
| Preferencias por industrias y país | 13 |
| ¿Cómo enamorar a cada país con tus comunicaciones? | 14 |
| Lo que más importa en materia de interacciones online | 15 |
| Conoce el lenguaje de tus clientes | 16 |
| Reflexión final | 17 |
| La ventaja de Infobip | 18 |

Introducción

En un mundo donde cada notificación, cada mensaje y cada interacción digital es una oportunidad para conectar, entender cómo las personas realmente perciben dicha comunicación con tu marca se vuelve vital. No basta con mandar el mensaje correcto; también importa cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué.

Infobip, en colaboración con Opinion Box, se dio a la tarea de indagar en las percepciones de 2,063 personas mayores de 18 años en Brasil, Colombia, México, Argentina y Estados Unidos para escuchar de primera mano sus experiencias y

opiniones sobre la mensajería empresarial en el continente. ¿El objetivo? Desentrañar qué funciona, qué frustra y qué esperan los clientes de este universo conversacional.

Este estudio no solo revela estadísticas: nos entrega voces sin filtro, que nos muestran el lado humano detrás de la tecnología. Porque, al final, detrás de cada chatbot, RCS o agente de IA, hay una persona queriendo ser escuchada.



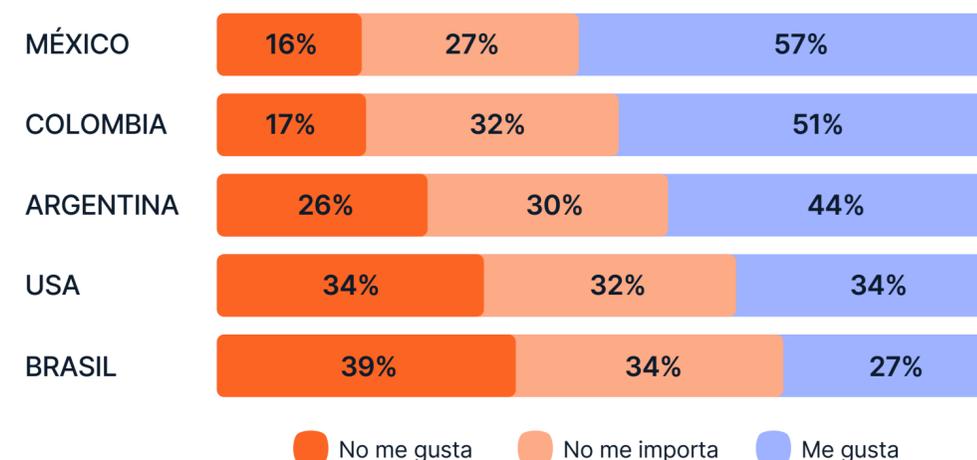
RCS Business Messaging — el futuro de la mensajería está aquí

SMS fue el rey indiscutible durante décadas; sin embargo, los clientes de hoy se enfrentan a su sucesor: RCS Business Messaging. Un canal que trae a la conversación empresarial funciones enriquecidas —botones, imágenes, confirmaciones y mucho más— para que las marcas puedan comunicarse en el lenguaje del cliente actual.

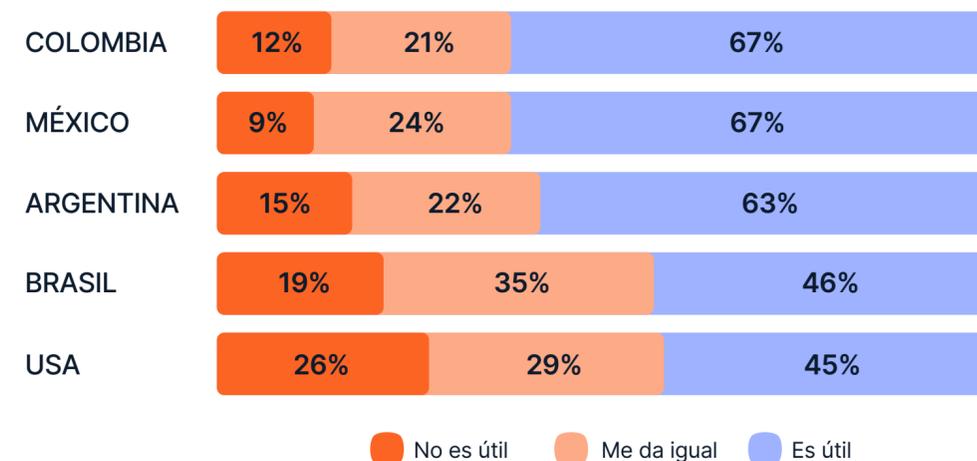
¿La buena noticia? Las personas en América Latina están listas para dar este salto. En Colombia y México, el 66% de los

encuestados muestra disposición para interactuar con marcas que usan RCS, seguido de Argentina con un 64%. Sin embargo, no todos parecen estar en la misma sintonía: en Brasil y Estados Unidos, la adopción es algo más lenta (45% y 43%, respectivamente). Esta diferencia abre una ventana para educar al público sobre los beneficios reales de RCS, de cara al cliente.

Reacciones tras recibir RCS



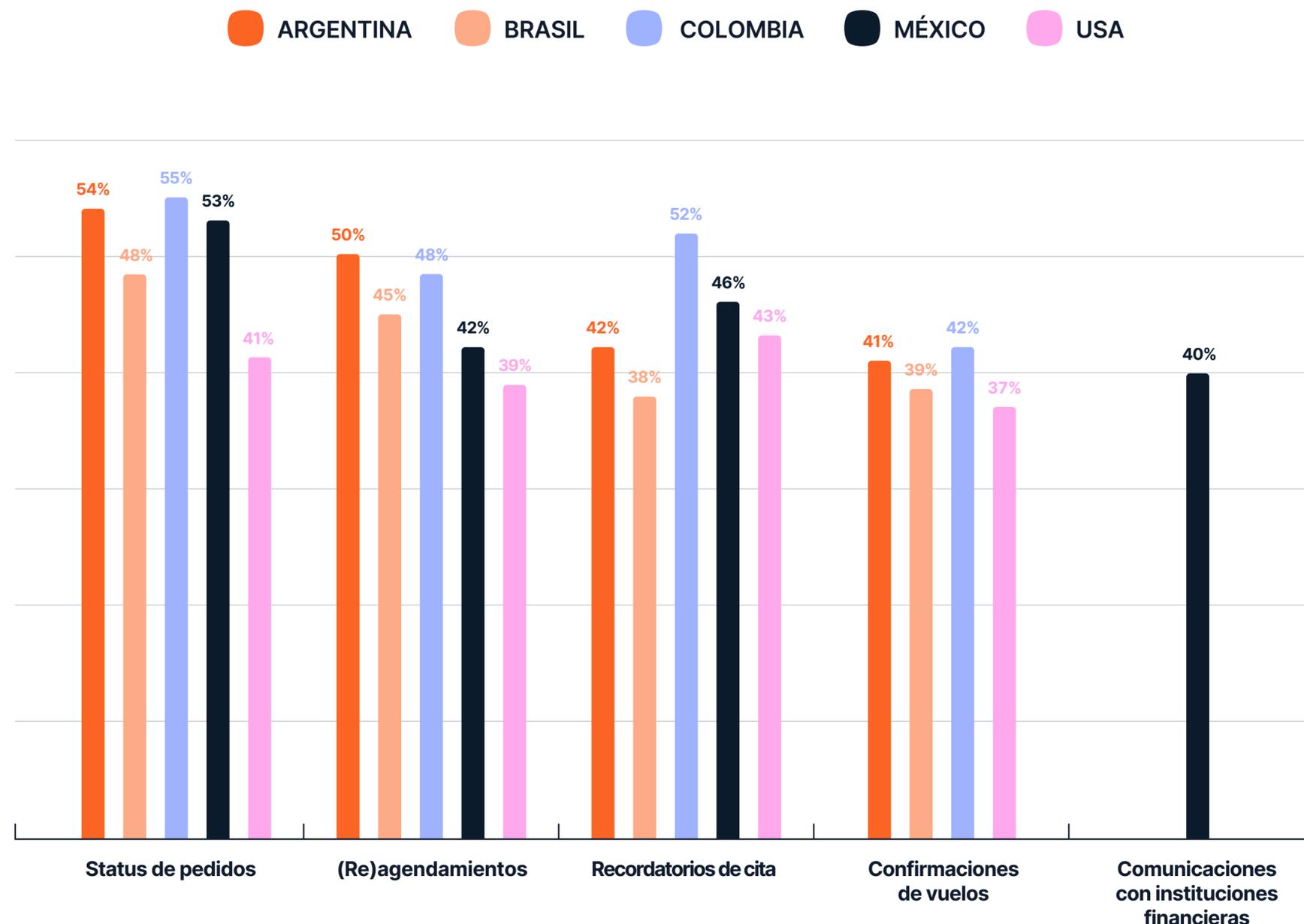
Utilidad de las funcionalidades interactivas en los mensajes RCS de las empresas



Principales casos de uso

Los principales casos de uso de RCS se concentran en lo que más importa a los clientes: status y seguimiento de pedidos, agendamientos y recordatorios de citas—casos prácticos que simplifican la vida de las personas. Sin embargo, una barrera común es la preocupación por la (ciber)seguridad: cerca del 60% en México y Colombia siente cierta incertidumbre al interactuar vía RCS, lo cual no es de extrañarse frente a una tecnología relativamente nueva, especialmente teniendo en cuenta que [Apple habilitó RCS en iOS apenas recientemente](#).

¿La conclusión? RCS no es solo el futuro de la mensajería; es un presente que necesita un poco más de confianza y educación para brillar con fuerza.



Chatbots — evolucionando a máxima velocidad

Cuando hablamos de chatbots, no existe un “talla única”. Desde bots simples de palabras clave hasta sistemas híbridos con procesamiento natural del lenguaje (NPL / PNL), su complejidad y naturalidad en la conversación varía. Infobip aporta con Answers, una plataforma que permite crear bots de manera intuitiva, con un fácil diseño de arrastrar y soltar, acelerando la llegada de experiencias conversacionales más naturales y satisfactorias.

Nuestra encuesta realizada en colaboración con Opinion Box confirma que la mayoría de las personas en América

ya ha tenido algún tipo de contacto con chatbots: en Argentina y Colombia, casi el 90% ha interactuado con ellos, mientras que en Brasil y Estados Unidos esta cifra baja a 71% y 68%, respectivamente.

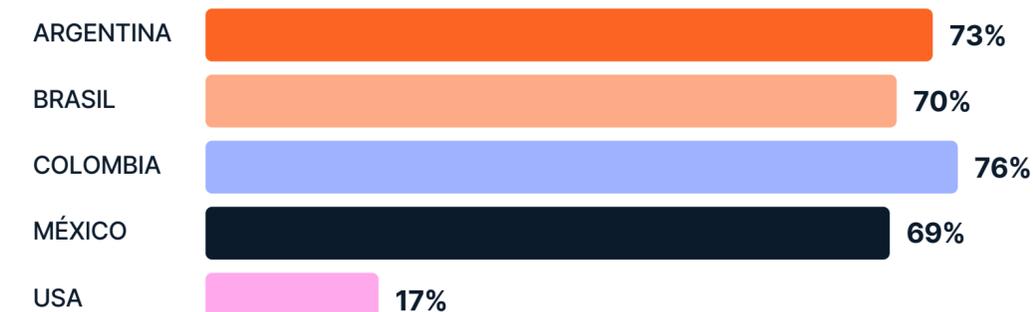
Para las personas, los usos más convenientes de los chatbots son la **respuesta a preguntas sobre productos y servicios, soporte técnico y gestión de quejas y reclamos**— todo vía sus canales favoritos como lo es WhatsApp Business Platform para LATAM y los sitios web de las marcas para EE.UU.

Personalización ante todo

Más del 75% de los latinos prefieren interactuar con chatbots que recuerden su nombre o adapten el tono conversacional según su perfil de usuario. Solo un pequeño porcentaje se opone a esto, lo que confirma que la personalización es el ingrediente secreto para mantener viva la conversación B2C actual.

Canales preferidos para interactuar con bots

WhatsApp



Sitio web de la empresa



Seguridad en el radar

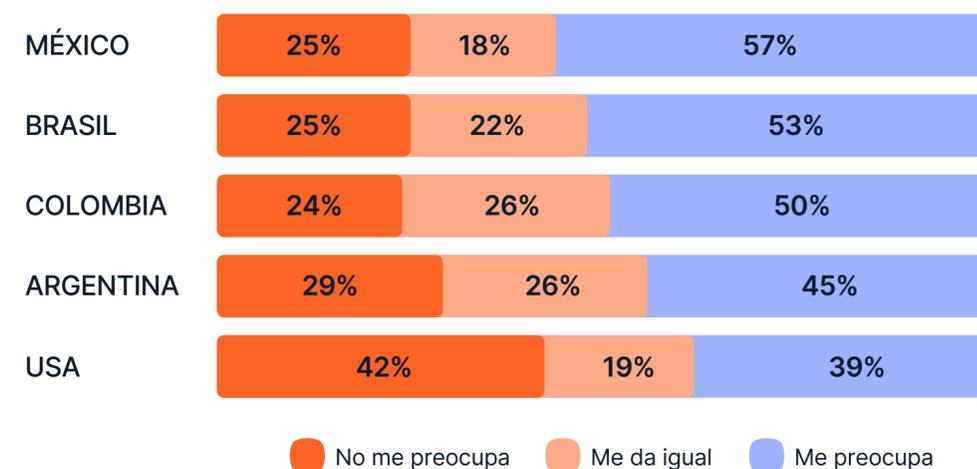
A pesar de la evolución en materia de ciberseguridad, la confianza sigue siendo un reto. El 44% de los usuarios en Brasil y solo el 42% en EE.UU. confían plenamente en la información que reciben de bots. La preocupación por la seguridad ronda el 50% en varios países, reflejando un miedo latente que las marcas deben abordar con transparencia.

Sin embargo, los grados de satisfacción que experimentan los clientes americanos al interactuar con bots pareciera ser bastante positiva a gran escala.

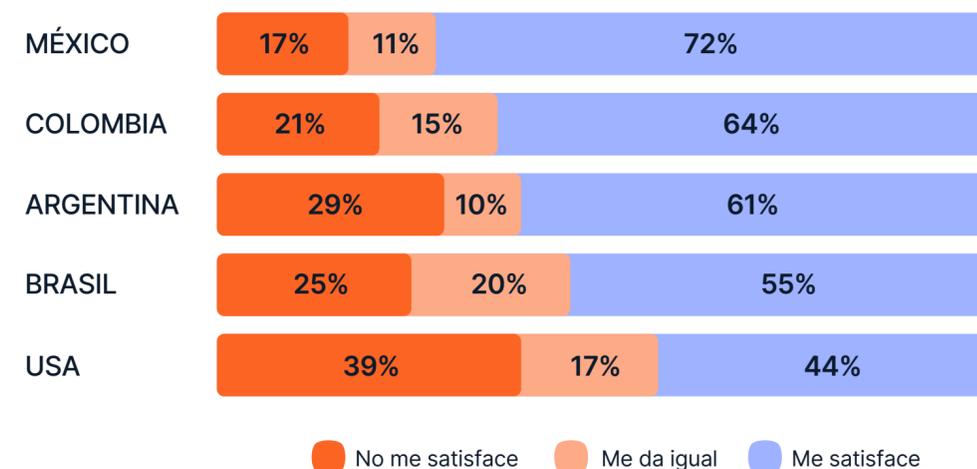
50%

de los usuarios percibe riesgos en su seguridad, lo que obliga a las marcas a ser más transparentes.

Preocupaciones en torno a la seguridad



Satisfacción al interactuar con chatbots



Principales casos de uso

A grandes rasgos, los casos de uso preferidos de las personas en el continente para interactuar con bots son:

- Respuestas acerca de productos y/o servicios
- Soporte técnico
- Quejas y reclamos
- Status y seguimiento de pedidos

Dos principales casos de uso preferidos

Respuestas acerca de productos y/o servicios



Soporte técnico



Agentes de IA — enamorando a partir de rapidez y eficacia

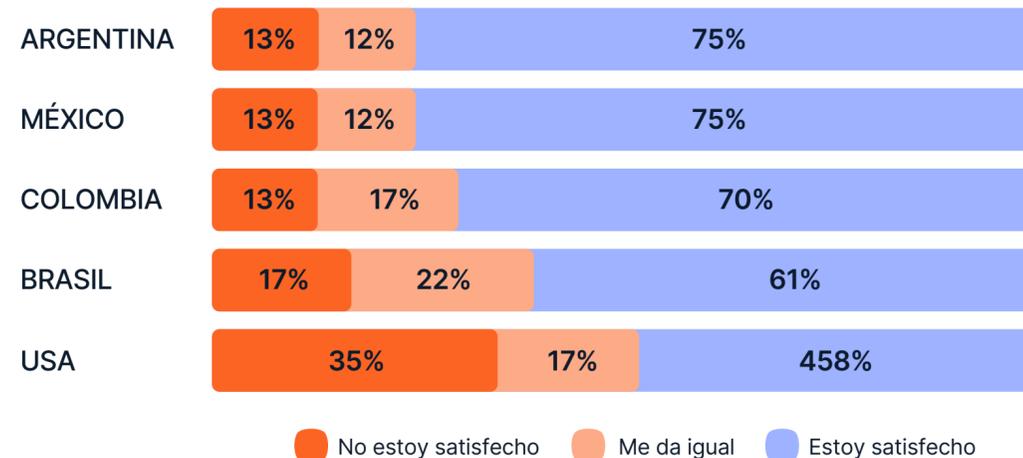
La inteligencia artificial lleva la automatización a otro nivel. A partir del presente informe, pudimos descubrir que un impresionante 83% de los colombianos y un 76% de los argentinos han interactuado con agentes de IA. A pesar de que la satisfacción es alta —con Argentina y México alcanzando un 75%— la confianza está por debajo, con México liderando en confianza con tan solo un 54%.

Lo que más valoran las personas es la rapidez de respuesta —algo en lo que la IA destaca— pero no todo es velocidad. Las preocupaciones por privacidad, falta de toque humano y la capacidad para entender emociones humanas son recurrentes entre las personas en América.

Rapidez de las respuestas—principal beneficio de interactuar con agentes de IA para las personas



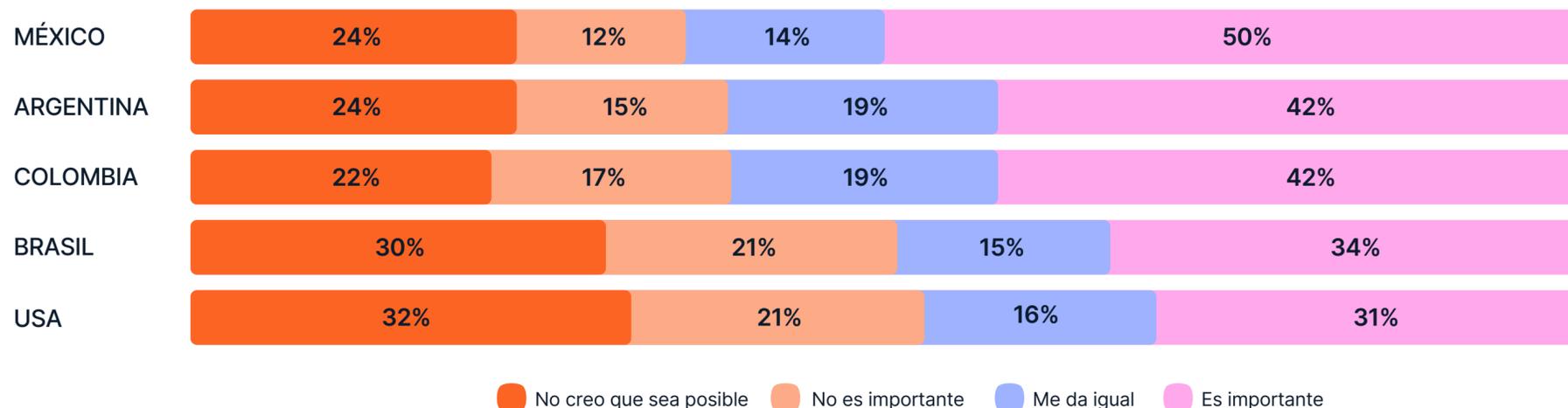
Satisfacción interactuando con agentes de IA



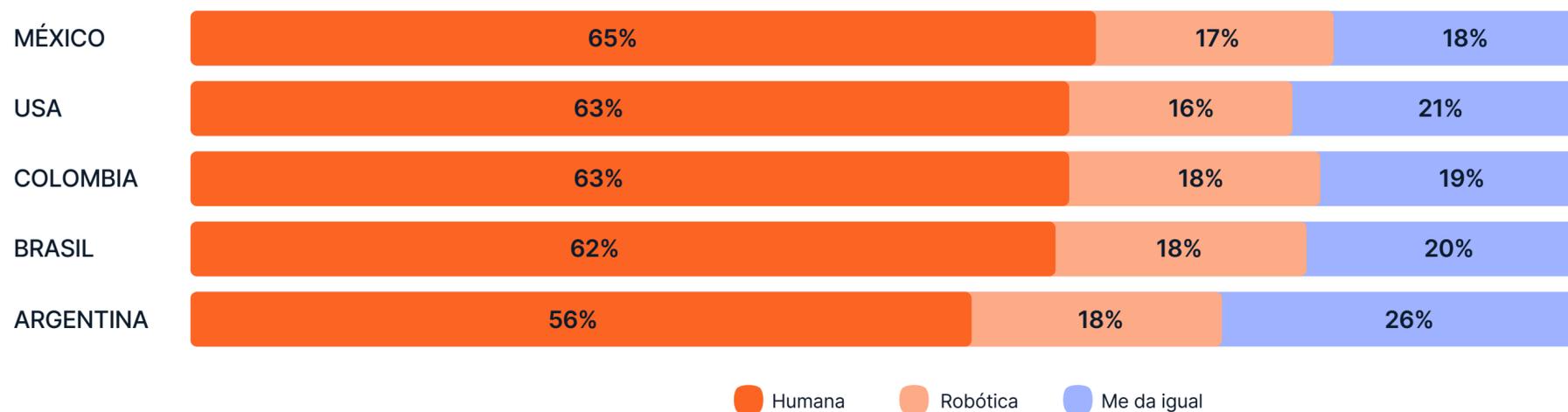
No es casualidad que en México, Argentina y Colombia, más del 40% insista en que los agentes de IA deben interpretar emociones humanas como la rabia o el enojo para responder mejor y de forma más contextualizada.

Además, los usos favoritos de la IA reflejan tendencias del mercado: agendar citas, enviar mensajes o emails, y gestionar listas de compras — con un auge particular en Argentina y Brasil donde el comercio minorista ha crecido notablemente en la última década.

Importancia de que los agentes de IA comprendan sus emociones



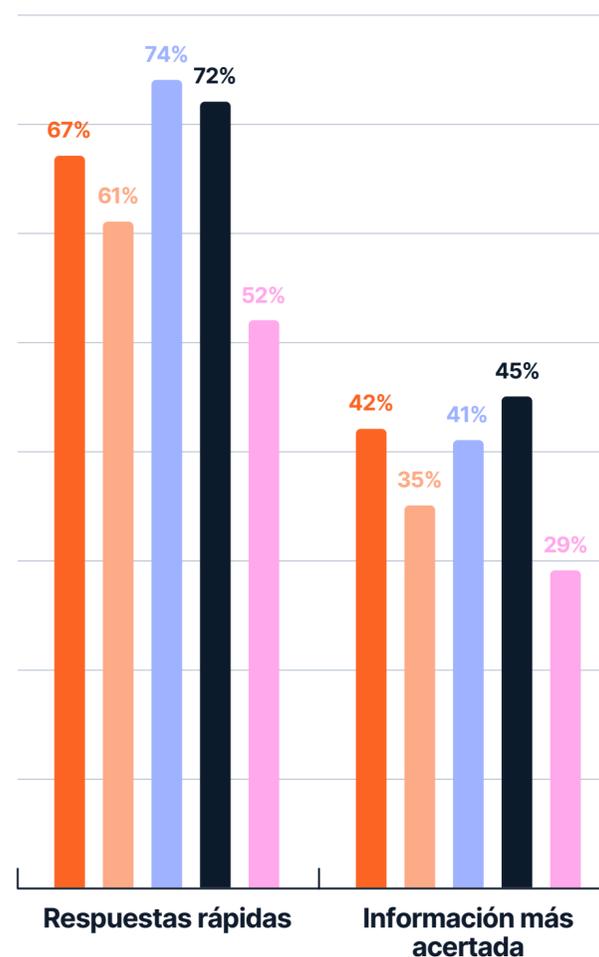
Personalidades preferidas por las personas para los Agentes de IA



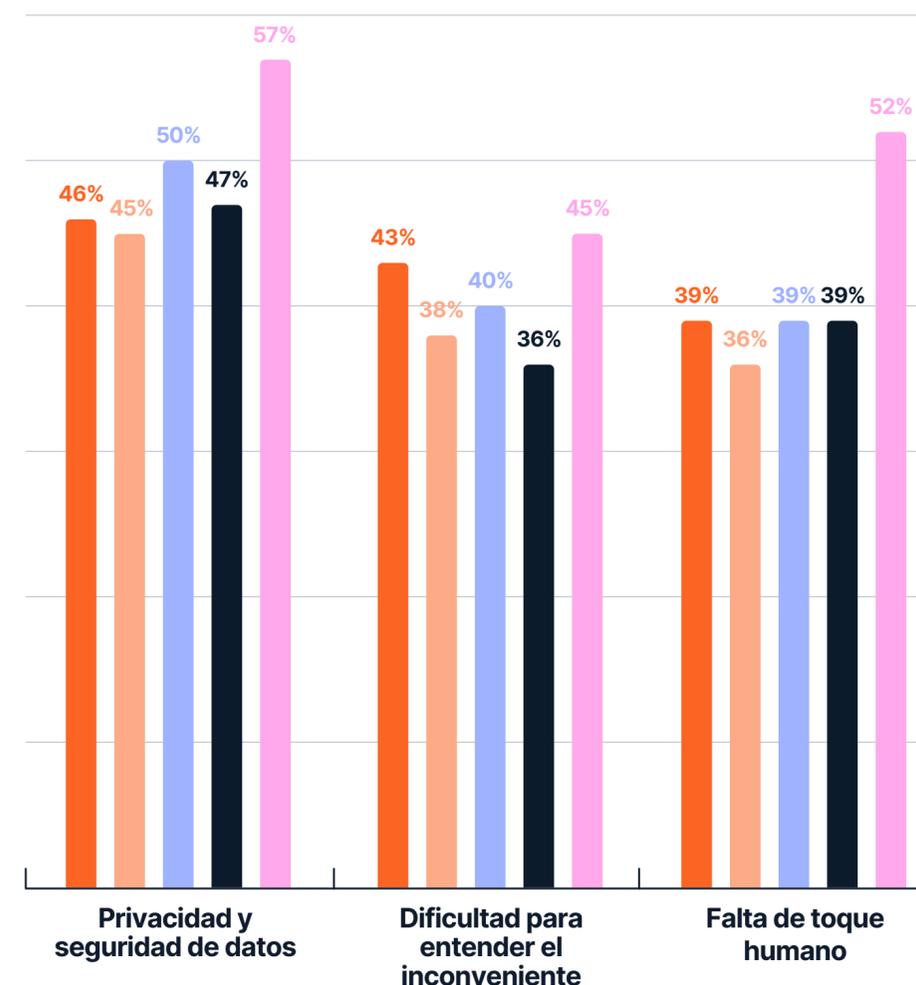
Principales preocupaciones y beneficios

Las personas se sienten satisfechas, sí; sin embargo, aún parece haber un gran camino por recorrer para ganarse sus corazones del todo. Los datos no mienten y aquí te los traemos:

Principales beneficios experimentados



Principales preocupaciones o fricciones



Los clientes han hablado

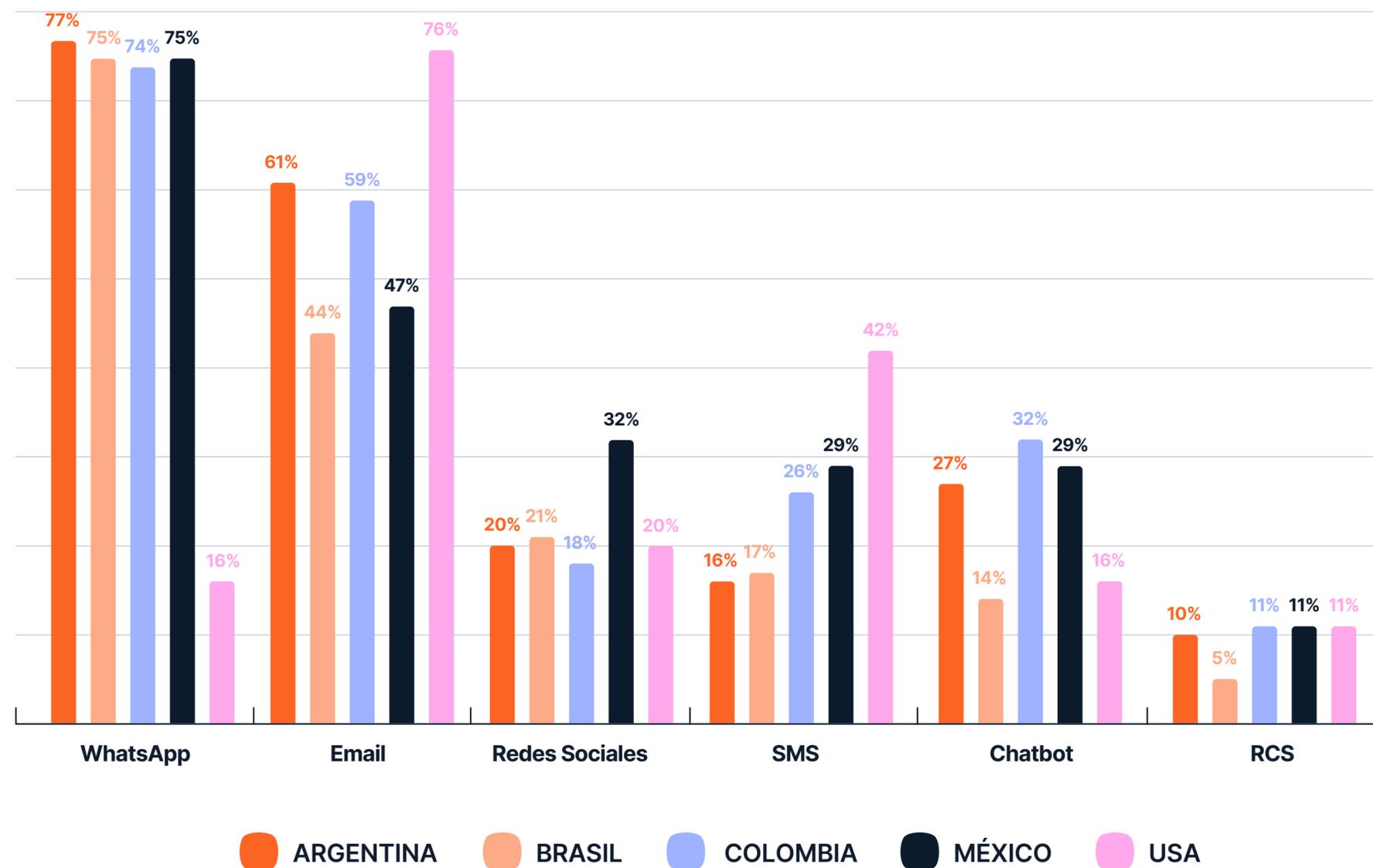
Como empresa, siempre es importante preguntarnos cómo prefieren ser contactadas las personas. Entender cuál es el momento correcto, el mensaje indicado y el canal adecuado para interactuar con clientes es un refinado arte que debemos aprender a dominar si queremos que nuestra marca vaya en dirección al éxito.

Preferencias de canales

Sin duda, los clientes latinoamericanos muestran una inmensa preferencia por un canal que ya se ha robado sus corazones y con el que ya se encuentran muy familiarizados: WhatsApp. En el caso de Norte América, la preferencia tiende hacia el uso del Correo Electrónico y SMS.

Entender estas particularidades regionales, le permitirá a multinacionales adaptar sus estrategias comunicativas a cada país para así dar justo en el blanco.

Canales preferidos por los clientes



Preferencias por industrias y país

No es lo mismo enviarle a un cliente una notificación de una alerta de seguridad de su cuenta bancaria que un recordatorio de la compra de unos zapatos. ¿Estamos de acuerdo? Por ello, la preferencia de canal varía según el caso de uso y la industria dentro de la que tu marca se desempeñe.

Argentina



A gran escala, los clientes argentinos parecieran preferir el uso del Correo para **comunicaciones bancarias y de marketing**. Por su lado, WhatsApp es el claro favorito para **comunicaciones con marcas hospitalarias, minoristas y de telecomunicaciones**.

Colombia



De forma muy similar a Argentina, los colombianos también prefieren ser contactados vía Correo o WhatsApp dependiendo del segmento o industria. En el caso de las **comunicaciones bancarias o con Telcos**, su preferencia apunta al Correo. Finalmente, WhatsApp pareciera mandar la parada en materia de **Hotelería y Turismo, Marketing y Comercio Minorista**.

México



Una vez más, a grandes rasgos, los radares de los mexicanos están bien puestos en WhatsApp y el Correo Electrónico. ¿Su preferencia específica?: WhatsApp para comunicarse con **Telcos, Entidades Sanitarias, Transportadoras y Comercios Minoristas**; Correo para **comunicarse con entidades bancarias**.

Brasil



Los clientes brasileños muestran una preferencia contundente hacia WhatsApp, **indistintamente del caso de uso y/o industria** con la que se estén comunicando. Lo anterior representa un contraste significativo con USA donde la adopción de dicho canal conversacional no es tan masiva.

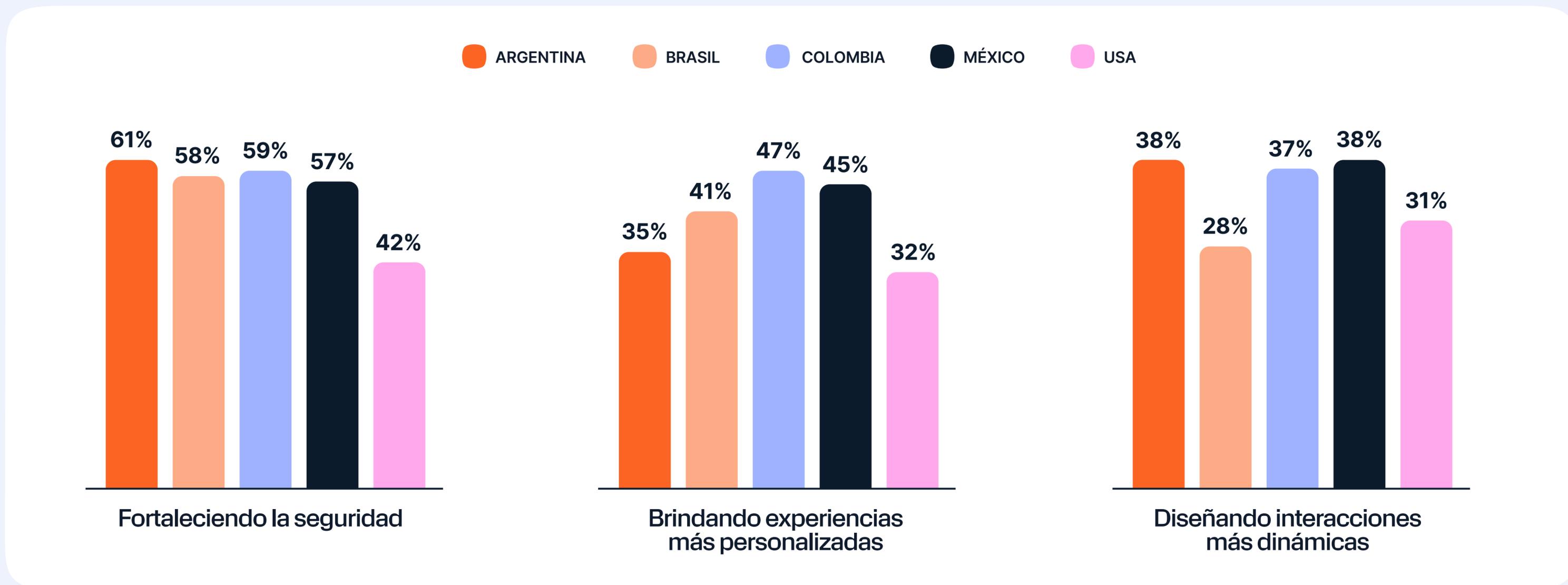
USA



A diferencia de los países latinoamericanos previamente descritos, los clientes estadounidenses prefieren que el consolidado de sus comunicaciones suceda principalmente vía Correo Electrónico, **indistintamente de la industria o caso de uso particular**.

¿Cómo enamorar a cada país con tus comunicaciones?

Conocer y entender a tu cliente es la mejor manera de enamorarlo y de garantizar su fidelidad a largo plazo. Por ello, preguntamos a las personas de qué manera las marcas podrían mejorar sus comunicaciones con ellos y la respuesta fue clara:



Lo que más importa en materia de interacciones online

Sabemos que los clientes de hoy son cada vez más exigentes en todo sentido. Sin embargo, al preguntarle a las personas cuál es para ellos el aspecto más importante de todos en materia de interacciones en línea con las marcas la respuesta fue unánime: Actualizaciones en tiempo real.

A la lista se le suma el grado de personalización de las comunicaciones y los elementos interactivos incorporados a las interacciones.

Actualizaciones en tiempo real



Grado de personalización de las comunicaciones



Elementos interactivos incorporados a las interacciones

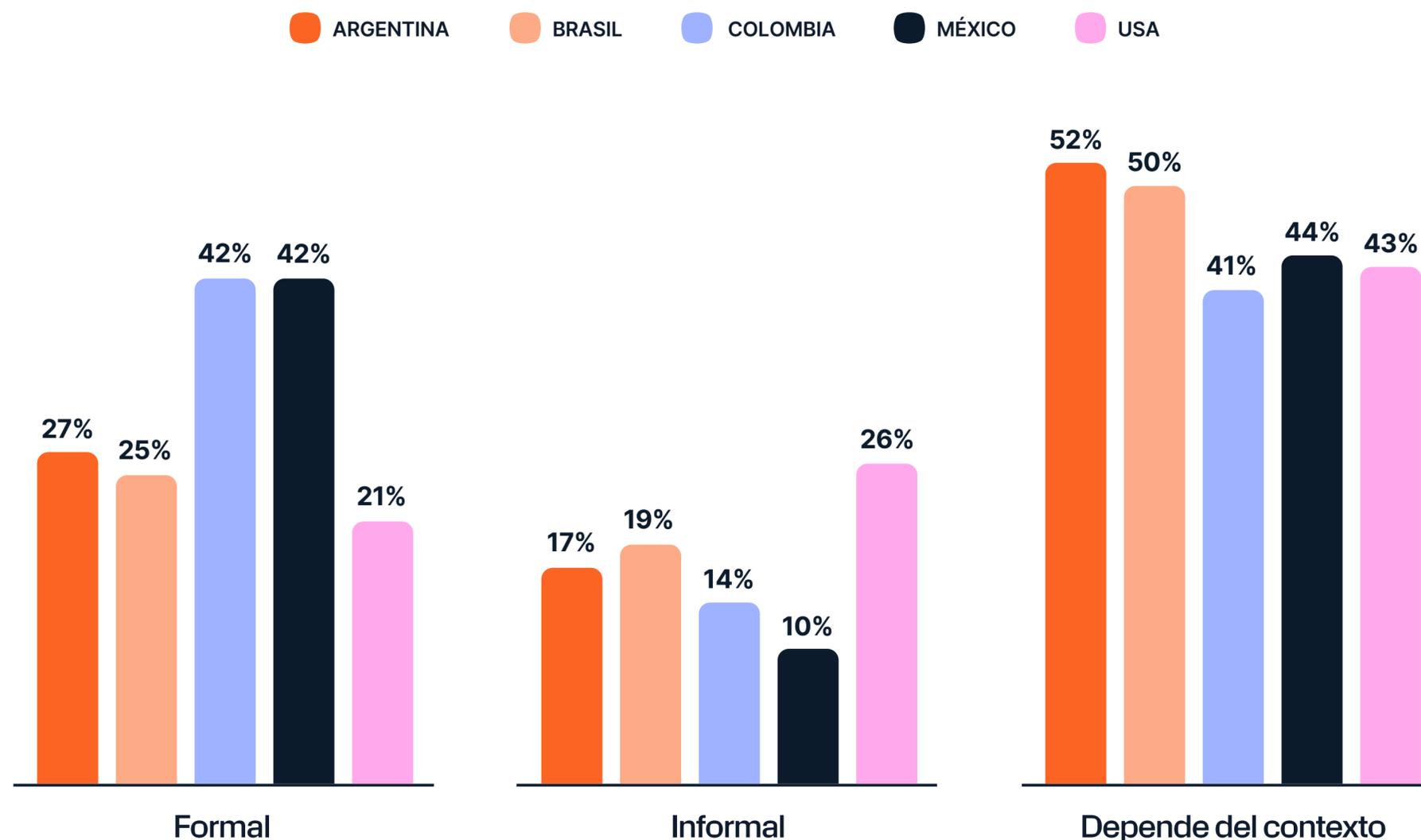


Conoce el lenguaje de tus clientes

Como verás, el contexto lo es todo. No es lo mismo hablar con un cliente para ofrecerle un descuento que interactuar con este mismo cliente para atender una queja o reclamo. Saber crear flujos conversacionales que se adapten a tu industria, tu marca, el perfil del cliente y la situación por la que está atravesando es la magia detrás de una CX sólida.

¿Cómo prefieren tus clientes que les hables?
 ¿Prefieren que seas formal o informal? Si bien la respuesta a esta pregunta variará dependiendo de la industria y del tipo de marca, pareciera que las comunicaciones con tono más formal continúan siendo predominantes para los clientes dentro del universo de la mensajería empresarial.

Preferencia de tono



Reflexión final

Este panorama nos revela que la mensajería empresarial está en plena transformación, con clientes que exigen no solo eficiencia tecnológica, sino experiencias auténticas, seguras y personalizadas.

Ya no se trata solo de automatizar, escalar o responder rápido. Se trata de leer el contexto, respetar las emociones, adaptar el tono y, sobre todo, entender a quién tienes al otro lado del chat.

En cada país, en cada industria y en cada momento, las reglas del juego cambian. Lo

que en Brasil funciona con WhatsApp, en EE.UU. requiere correo. Lo que en Colombia se dice con emojis, en Argentina se espera con un tono más formal. Y lo que hoy puede resolverse con un bot, mañana puede necesitar de un agente humano que entienda la frustración de tus clientes.

Las personas hablaron. Ahora es el turno de las marcas de escuchar, ajustar, y volver a hablar. Porque, al final del día, la mejor estrategia de mensajería es aquella que logra algo simple y poderoso a la vez: ser humana.



La ventaja de Infobip

Alcance global, presencia local

- ✓ +9700 conexiones, de las cuales +800 son conexiones directas con operadores
- ✓ Conexión con más de 7 mil millones de personas
- ✓ Una sólida base de clientes
- ✓ +75 oficinas en 6 continentes 28 conexiones de red exclusivas

Nuestra presencia local nos permite reaccionar más rápidamente y tener interacciones diarias con nuestros clientes, brindando soluciones en sintonía con sus necesidades y requisitos locales y basadas en mejores prácticas globales.

Soluciones escalables, rápidas y flexibles

- ✓ Las mejores tasas de entrega del mercado
- ✓ Máxima velocidad y confianza
- ✓ Baja latencia
- ✓ Plataforma desarrollada in-house

Nuestras soluciones están diseñadas para adaptarse a un mercado en constante cambio y a las tendencias de comunicación a velocidades y niveles de precisión y personalización que solo una solución interna puede ofrecer.

Experiencias del cliente inolvidables

- ✓ Experiencia técnica
- ✓ Consultoría de soluciones
- ✓ Gestión de la satisfacción del cliente
- ✓ Soporte y monitoreo 24/7

Te ayudaremos a ponerte en marcha en un dos por tres, ya sea asistiéndote con integraciones o realizando consultoría en materia de soluciones y/o mejores prácticas para la mensajería.

Infraestructura propia

- ✓ Servicios disponibles localmente
- ✓ Adhesión a regulaciones locales
- ✓ 40 centros de datos mundialmente

Nuestra infraestructura mundial es escalable fácilmente de forma horizontal, ya que aprovecha el modelo de nube híbrida para nunca quedarse sin recursos. Nuestro motor de cumplimiento global incorporado se actualiza constantemente con las últimas regulaciones y requisitos del operador del país.

¿Quieres comunicarte con tus clientes de forma más eficaz?

Infobip te ayuda a elegir los canales, momentos y mensajes correctos para ganarte el corazón de las personas.

[Contáctanos](#)

www.infobip.com/es

