



Tendencias de mensajería de plataformas 2025

Conoce las tendencias de comunicación actuales en materia de plataformas de interacciones B2B, halladas en nuestra plataforma.



Para este informe, analizamos las 73 mil millones de interacciones efectuadas entre nuestros clientes de plataformas y sus usuarios finales para descubrir cómo las plataformas están ampliando sus capacidades y ayudando a sus clientes a obtener un retorno de la inversión (ROI) empleando el canal más eficaz para cada caso de uso y evolucionando sus estrategias de IA para pasar a un modelo cohesivo y optimizado.

Creemos que estos hallazgos permitirán que tu plataforma funcione de forma más eficiente, ofreciendo a la vez mayor flexibilidad y comodidad a tus clientes.



Ivan Ostojić
Chief Business Officer en Infobip

En 2024 surgieron dos tendencias importantes que representaron tanto un desafío como una oportunidad para las empresas de plataformas.

La primera fue la adopción generalizada de RCS, ya que Apple comenzó a ofrecer soporte para el canal en sus dispositivos en septiembre. Ya habíamos observado un aumento del 251% en el tráfico de nuestros socios de plataforma en 2023, **pero en 2024 se multiplicó x6.**

Al incorporar RCS a sus servicios, las plataformas pueden **atender una gama más diversa de casos de uso**, a menudo a un menor costo para sus clientes finales. El reto reside en encontrar el canal adecuado para cada caso de uso y cada ubicación. Las empresas de plataformas son las idóneas para ofrecer esta experiencia, y estamos viendo los resultados en los datos de nuestra propia plataforma. En lugar de abandonar un canal por otro, observamos que las plataformas ayudan a sus clientes a diversificar y perfeccionar sus estrategias de comunicación mediante la incorporación de canales digitales junto con **SMS, correo electrónico, voz y chatbots de IA** para acelerar la madurez de su experiencia conversacional del cliente.

La IA también está impulsando la segunda tendencia que se ha consolidado en 2024. Se trata de una rápida evolución en la estrategia de implementación de IA, impulsada en parte por la maduración de la tecnología, pero también por la necesidad de obtener un retorno de la inversión en proyectos de IA. Como resultado, observamos un aumento en el número de marcas que buscan migrar de casos de uso basados en oportunidades puntuales a una **estrategia más coordinada e integral** en toda su organización.

Desde los casos de uso de soporte hasta la identificación proactiva de clientes con probabilidad de abandono, pasando por el uso de IA para la detección de fraudes y la monitorización de anomalías, la IA se está consolidando en las operaciones de las organizaciones a las que prestan servicio los socios de la plataforma.

Crecimiento de RCS en USA 2024

Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic

Apple soporta
RCS en iOS18

Sep 2024

INTRODUCCIÓN

El crecimiento en interacciones conversacionales 2023-2024

INTERACCIONES CONVERSACIONALES



RCS

+579%



Apple Messages for Business

+287%



Messenger

+70%



Kakao

+47%



Video

+37%



WhatsApp

+34%

También ha habido una adopción significativa de nuestra tecnología de voz, chat en vivo y mensajería de aplicaciones móviles.

CANALES TRADICIONALES MANTENIENDO SU CRECIMIENTO

+81%

Email

+23%

SMS

CRECIMIENTO EN SERVICIOS

Centro de contacto en la nube (API)  94%

Centro de contacto  93%

Plataforma de desarrollo de chatbots  89%

Plataforma de interacción con el cliente  26%



Tendencias CPaaS

1. CRECIMIENTO RCS

2. ADOPCIÓN DE LA CX CONVERSACIONAL

3. VIDEO LLAMADAS

CRECIMIENTO RCS

Adopción generalizada de RCS

Durante 2024, observamos una rápida adopción de RCS por parte de las empresas de plataformas, con 7x más plataformas ofreciendo el canal al final del año en comparación con el inicio.

El resultado ha sido un aumento de 6x en el tráfico de RCS, y se prevé que esta tendencia exponencial continúe a medida que el canal sea compatible con más operadores en más regiones, incluyendo un impulso significativo en el mercado estadounidense.

7x
Más plataformas ofreciendo el canal

6x
Incremento en el tráfico RCS

LA POPULARIDAD DE RCS ENTRE LAS PLATAFORMAS PUEDE DEBERSE A TRES FACTORES PRINCIPALES

Funcionalidades de la app de mensajería a un precio más bajo

RCS Business Messaging se considera el siguiente paso en la evolución de los SMS. Se utiliza tanto para comunicaciones P2P como A2P y combina el alcance de los SMS a través de operadores móviles con las funciones avanzadas de mensajería que se disfrutaban en aplicaciones como WhatsApp y Messenger, pero **a un menor costo.**

Idoneidad conversacional

Con la tendencia global apuntando hacia un estilo de comunicación B2C más conversacional, las marcas han identificado que RCS es ideal para efectuar la mensajería bidireccional enriquecida en todas las etapas del recorrido del cliente, pero particularmente en la fase de descubrimiento, con la opción de incluir carruseles de imágenes y videos en los mensajes.

Apple ahora es compatible con RCS en iOS

Apple implementó la compatibilidad con RCS con el lanzamiento de iOS 18 en septiembre de 2024. Ahora, como canal nativo en dispositivos Apple y Android, RCS Business Messaging tiene el potencial de igualar el alcance de SMS, junto con las funciones de mensajería avanzadas similares a las de WhatsApp y otros canales OTT.

Apple soporta RCS en iOS18

La combinación más popular es
SMS & RCS

Hola, Juan. ¡Tenemos un fin de semana de ofertas! Usa el código GRACIAS y obtén un 20% off.



Hola, Juan. ¡Tenemos un fin de semana de ofertas! Usa el código GRACIAS y obtén un 20% off

Comprar ahora

CX CONVERSACIONAL

Adopción de la CX conversacional

CRECIMIENTO EN AQUELLAS PLATAFORMAS OFRECIENDO....



RCS

7x



WhatsApp

+51%



Video

+133%



MMS

+75%

En informes anteriores, analizamos el desarrollo de la **experiencia conversacional** y cómo esta tendencia estaba cambiando tanto el estilo de comunicación como la combinación de canales que las marcas utilizan para interactuar con sus clientes. Los canales de mensajería que admiten de forma nativa interacciones bidireccionales que combinan la empatía emocional con tecnología inteligente, como **WhatsApp, Messenger, Viber y RCS**, son cada vez más utilizados y aceptados para la comunicación empresarial.

Adicionalmente, observamos una fuerte demanda de videollamadas por parte de los clientes de nuestra plataforma.



VIDEO

Videollamadas tornándose en la norma

El importante crecimiento de las videollamadas realizadas a través de nuestra plataforma demuestra que las **interacciones cara-a-cara** aún tienen cabida en la comunicación B2C. Poder verse mientras hablan proporciona señales visuales y una profundidad emocional que no se encuentra en las llamadas de solo audio ni en los mensajes de texto.

Esta tendencia se ve impulsada por los avances tecnológicos, que hacen que las videollamadas sean más accesibles y

cómodas que antes. Por ejemplo, si un cliente está chateando por internet con un agente de soporte y llega a un punto en el que le conviene cambiar a video, el agente puede **generar un enlace de llamada a través de WebRTC o de Conversations**, nuestro centro de contacto en la nube, en el que el cliente puede hacer clic para iniciar una videollamada en una ventana del navegador.

La interacción presencial es segura, discreta y facilita una mejor comprensión.

Industrias en las que las videollamadas crecen

25%

Finanzas

65%

Marketing & Servicios Publicitarios

137%

Transporte y Logística

9x

Tecnología y Software

ESTA ES LA RAZÓN POR LA QUE LAS VIDEOLLAMADAS SE HAN VUELTO PARTE TAN IMPORTANTE DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN OMNISCANAL

1 Comunicación potenciada

Las videollamadas ofrecen una experiencia más atractiva gracias a la posibilidad de ver las expresiones faciales y el lenguaje corporal, lo que añade un matiz emocional a la conversación.

2 Accesibilidad y conveniencia

Las videollamadas están disponibles en diversos dispositivos y plataformas, lo que facilita la conexión con otras personas, independientemente de su ubicación.

3 Expectativas crecientes

En muchos casos de uso, las videollamadas se consideran ahora el estándar, por ejemplo, para citas médicas virtuales, en hostelería y turismo, y en interacciones de ventas de alto valor.

4 Avances tecnológicos

Las mejoras en la calidad de video y audio, la supresión del ruido y las funciones impulsadas por IA han hecho que las videollamadas sean más fiables y fáciles de usar.

Tendencias omnicanales

Las empresas suelen asociarse con proveedores de plataformas para mejorar las tasas de entrega de sus mensajes transaccionales y promocionales a través de múltiples canales de comunicación. Como parte de este proceso, es importante **identificar las combinaciones de canales más efectivas para cada caso** de uso y región.

Incluso con las tasas de entrega típicamente altas que se logran con estos proveedores, usar un canal de respaldo (failover) para el envío mensajes de alta prioridad sigue siendo la mejor práctica. Esta estrategia se ha implementado durante años, pero la combinación de canales ha evolucionado a medida que las opciones digitales más rentables han madurado y se han vuelto más adecuadas para entregar información crítica.

Si bien SMS, el correo electrónico y el canal de voz han sido históricamente las combinaciones más comunes, las tendencias globales ahora muestran una adopción más amplia de otros canales, especialmente de RCS.

Las estadísticas indican que SMS y WhatsApp se han convertido en la combinación más utilizada para la mensajería principal y de respaldo. Sin embargo, este patrón varía según la región, ya que las preferencias locales por las aplicaciones de mensajería a menudo configuran la combinación de canales junto con SMS. Nuestro riguroso análisis de la penetración de canales globales y nuestra experiencia local ayuda a los socios de la plataforma a optimizar su combinación de canales para lograr la mejor relación precio-conversión en cada región.



PRINCIPALES CANALES DE MENSAJERÍA POR PAÍS EN AMÉRICA

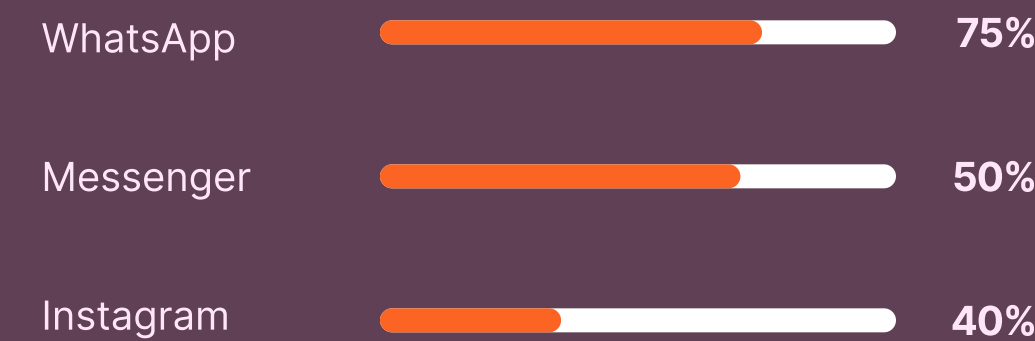
Argentina



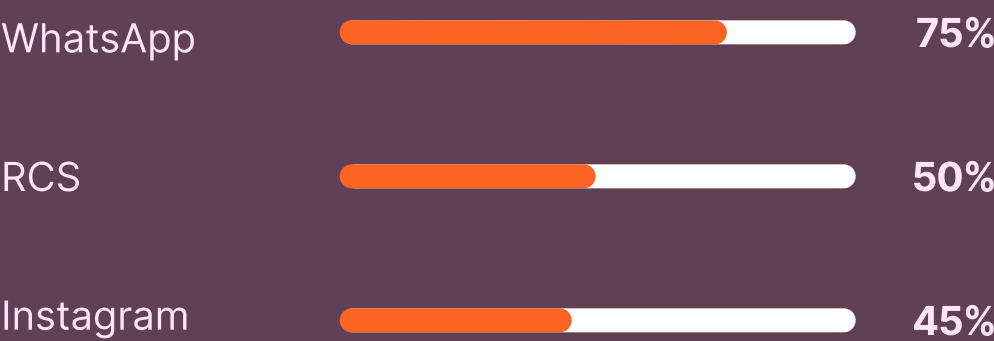
Brasil



Colombia



México



USA





Foco por industrias

FINANZAS

RETAIL & ECOMMERCE

TELCO

FINANZAS

La banca conversacional gana aceptación

A través de nuestro trabajo con nuestros socios del sector financiero y observando el aumento significativo en el **volumen** de canales que brindan comunicación bidireccional, podemos ver claramente que un enfoque más conversacional en la banca se está convirtiendo en la norma.

Los clientes bancarios ahora pueden interactuar con un chatbot seguro para pagar una factura o consultar el saldo de su cuenta. . Gracias a que las aplicaciones

móviles se benefician de la seguridad nativa de los smartphones modernos y del cifrado de extremo a extremo de las aplicaciones de mensajería, estas transacciones son cada vez más seguras.

Como resultado, personas de todas las edades se sienten cada vez más cómodas realizando operaciones bancarias desde sus teléfonos, especialmente cuando pueden usar la cámara para participar en una llamada con un empleado del banco cuando necesitan un toque humano.

12x

Incremento en mensajes RCS

25%

Aumento en las videollamadas para plataformas bancarias y financieras.

IA y adopción de canales

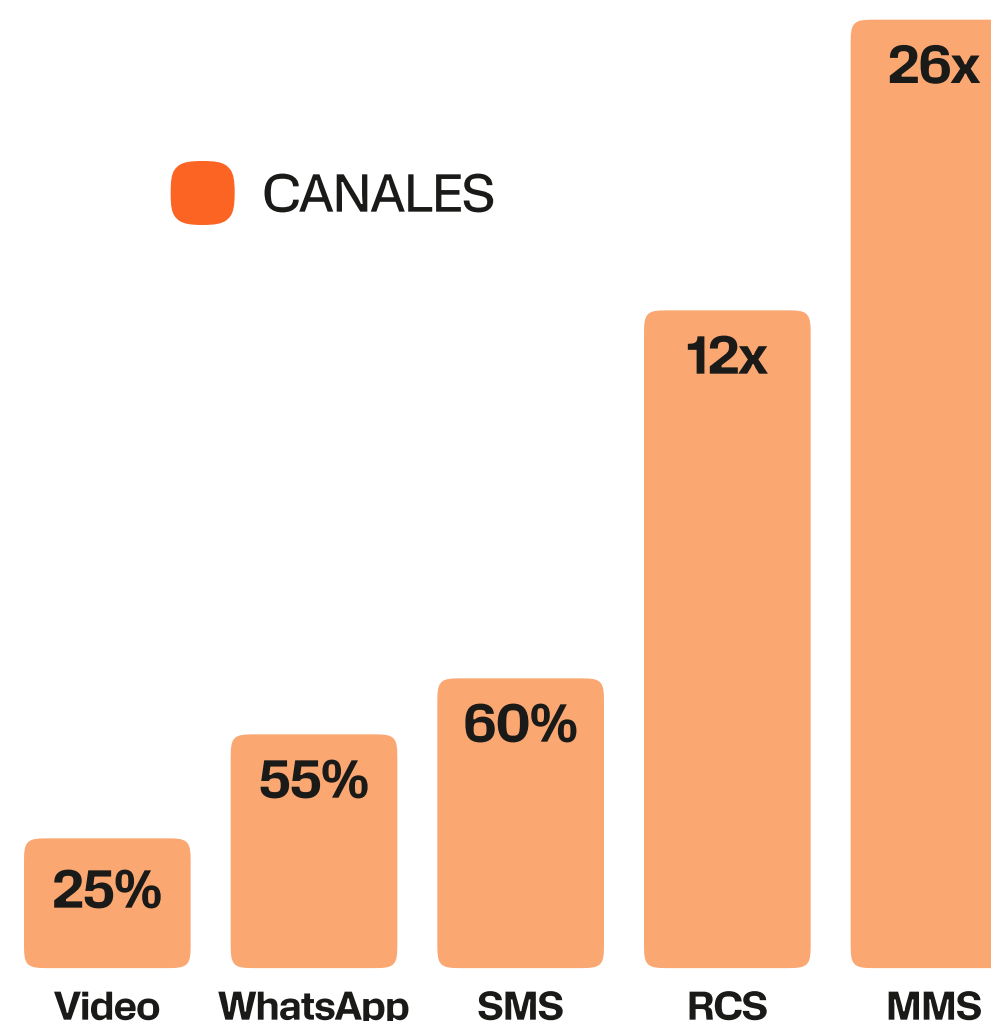
45%

Incremento en interacciones vía chatbots en nuestra plataforma

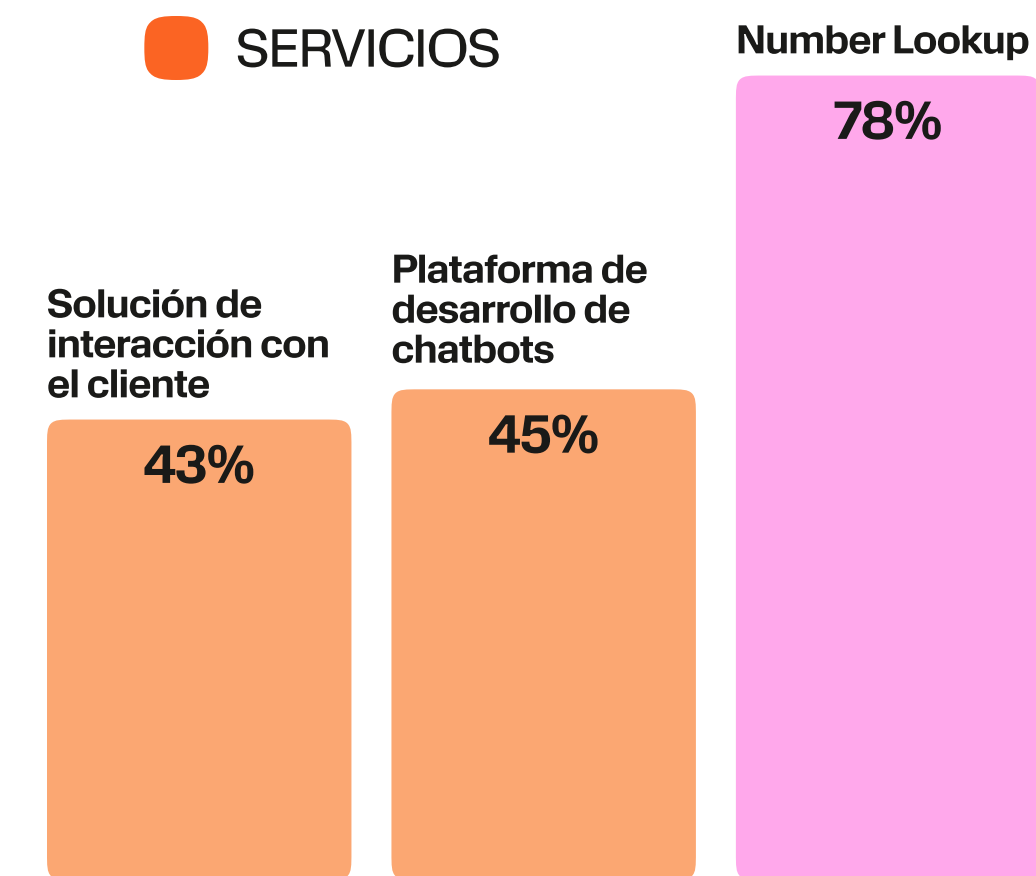
Observamos que los bancos e instituciones financieras están logrando avances significativos en la adopción de aplicaciones de chat para la comunicación con sus clientes y aprovechando la IA para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia de sus flujos de trabajo.

También observamos una tendencia en los bancos a adoptar los canales de mensajería digital más populares en su región para que los clientes puedan comunicarse a través de los canales con los que se sienten más cómodos. Esto ha generado un aumento del **55% en los mensajes de WhatsApp**.

CANALES



SERVICIOS



RETAIL & ECOMMERCE

RETAIL & ECOMMERCE

Retail Conversacional

El comercio minorista conversacional está creciendo rápidamente. Las plataformas minoristas utilizan chatbots y asistentes de voz para que las compras sean más rápidas, sencillas y personalizadas. Los clientes pueden incluso completar una transacción, de principio a fin, sin salir de la ventana de chat de su teléfono.



Temporadas de rebajas online y globales

En nuestro análisis de las interacciones de los mensajes de la temporada de rebajas de 2024, identificamos dos tendencias significativas que están cobrando fuerza.

En primer lugar, las marcas con operaciones tanto físicas como online priorizan cada vez más las ventas digitales, optimizando la eficiencia de la cadena de suministro y mitigando la saturación de tiendas físicas y las interrupciones operativas.

Los consumidores, a su vez, parecen estar más que dispuestos a obtener descuentos desde la comodidad de sus hogares. Además, las tendencias del comercio minorista están evolucionando tanto en los mercados del Este como del Oeste. Conceptos promocionales como el Black Friday y el Cyber Monday, originados en Estados Unidos, están cobrando impulso en Asia-Pacífico y otras regiones del Este, y los minoristas locales están adaptando estos eventos a las preferencias regionales.

Al mismo tiempo, las principales plataformas de comercio online del Este, como Temu, están ampliando su presencia en los mercados occidentales, introduciendo estrategias como incentivos de compra basados en aplicaciones y gamificación, que han prevalecido desde hace tiempo en el comercio del Este. CPaaS brinda a las marcas la flexibilidad de utilizar las tácticas que mejor funcionan para cada mercado y sector industrial.

Moda rápida, servicio rápido

Las plataformas minoristas especializadas en moda y accesorios son pioneras en el diseño de experiencias del cliente que satisfacen la necesidad de velocidad de las generaciones más jóvenes.

1

Simplificando y agilizando la búsqueda de los productos que buscan

2

Usando datos para crear sugerencias personalizadas y ofrecer alternativas

3

Garantizando que el proceso de compra sea lo más rápido y fluido posible

4

La entrega al día siguiente o incluso el mismo día se está convirtiendo en la norma, con notificaciones ultra precisas para mantener informados a los compradores

46%

Voice

88%

Messenger

91%

Email

122%

RCS



Telcos convertidas en facilitadores tecnológicos

Las telcos ya no son solo proveedores de conectividad; están evolucionando hacia facilitadores CPaaS y SaaS, ofreciendo APIs de mensajería, autenticación, soluciones de seguridad y modelos avanzados de monetización. Cada vez escuchamos más la frase **"de telcos a techcos"**, y es cierto.

APIs de red

Observamos que las telcos comienzan a aprovechar uno de sus activos más potentes: las APIs de red. Estas pueden respaldar una variedad de casos de uso generadores de ingresos, desde la autenticación hasta la verificación de números y la verificación de ubicación.

Una de las áreas de expansión más interesantes para las APIs de red es la integración con RCS para permitir la verificación silenciosa de usuarios o la verificación de intercambio de SIM, utilizando RCS como una capa de seguridad adicional.

Adopción de mensajería enriquecida

La transición hacia la mensajería enriquecida e interactiva se está acelerando ahora que RCS está disponible en iOS y que las empresas invirtiendo en interacciones verificadas y personalizadas con los clientes.

Esta tendencia ofrece a las empresas de telecomunicaciones una oportunidad generacional para diversificar su oferta y abrir nuevas y extensas oportunidades de generación de ingresos.

Como canal nativo de las telecomunicaciones, al apoyar RCS, las empresas de telecomunicaciones pueden optimizar su propia mensajería y vender a sus clientes empresariales.

CRECIMIENTO EN LOS CANALES TRADICIONALES



PANORAMA PARA LAS PLATAFORMAS

2025 y más allá



Como hemos visto, 2024 fue un año dinámico para las empresas de plataformas, pero ya en 2025 hemos estado siguiendo nuevas tendencias y trabajando con analistas para identificar cómo evolucionará el panorama CPaaS a medida que surjan nuevas tecnologías que permitan la unificación de la mensajería, la automatización y la asistencia basada en IA en una única plataforma.

He aquí un resumen de las tendencias de la industria CPaaS que prevemos se generalicen este año y en adelante.

Crecimiento acelerado de RCS

Como hemos visto, se ha **multiplicado x7** el número de marcas que incorporan RCS a sus estrategias de mensajería omnicanal para aprovechar su idoneidad para efectuar interacciones conversacionales bidireccionales. Observamos que esta tendencia está cobrando impulso y prevemos que la combinación de RCS con SMS, voz, correo electrónico y aplicaciones de mensajería como WhatsApp, que ya cuentan con un conjunto consolidado de funciones empresariales, se convertirá en la norma.

Las empresas en regiones con un soporte limitado de operadores para RCS presionarán para una adopción acelerada, lo que tendrá un impacto en los volúmenes a nivel mundial durante 2025 y años posteriores.

En 2025 también se observará un aumento en el uso de **IA con RCS**. A diferencia de SMS, los chatbots distribuidos a través de RCS pueden incluir funciones interactivas como flujos de conversación estructurados, imágenes y carruseles, GIFs, sugerencias de respuestas y acciones, y la opción de transferir la respuesta a un agente humano cuando sea necesario.

La integración con plataformas como **Vertex AI de Google** proporciona a estos chatbots la capacidad de acceder a análisis en tiempo real y operaciones de minería de datos que permitirán a los usuarios verificados acceder a información detallada con solo enviar un mensaje RCS.

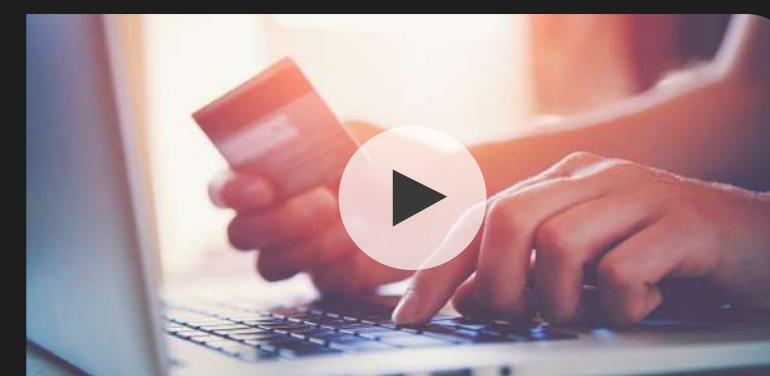
CONVERSACIONES EDUCATIVAS

← Banco Global



¿Tienes videos educativos donde pueda ver cómo usar mi mBanking?

Claro, Juan. Aquí encuentras una lista de videos explicando nuestras funcionalidades.



mBanking

Explora funcionalidades de mBanking

Esta es otra selección de videos que podrían interesarte.



Plataformas ayudando a sus clientes a progresar en la madurez de la IA

Muchas empresas han invertido en proyectos de IA, pero muchas aún **no han obtenido un retorno de la inversión**. Esto se debe a una combinación de factores: en primer lugar, han adoptado un enfoque disperso e incorporado la IA en diversos flujos de trabajo y puntos de contacto con el cliente, sin analizar con suficiente detenimiento dónde aportaría valor real.

Incluso las marcas que han llevado a cabo proyectos piloto con éxito se han estancado a la hora de escalarlos a nivel empresarial. La **complejidad** de incorporar infraestructura de IA a los sistemas existentes, los niveles de colaboración interdepartamental necesarios y los desafíos de proteger los datos utilizados en el aprendizaje automático a nivel empresarial han provocado que estos proyectos se estanquen.

Todos los proyectos de IA exitosos que hemos visto han seguido un camino similar. Se identifica un único caso de uso que equilibra la simplicidad con beneficios tangibles para el negocio. Una vez probado el concepto, se pone en producción y se integra en la organización. La plantilla exitosa puede aplicarse a otros casos de uso más complejos.

Aquí es donde los proveedores de plataformas pueden desempeñar un papel fundamental, proporcionando la infraestructura y la tecnología necesarias para respaldar implementaciones de **IA cohesivas y seguras** en múltiples canales y casos de uso.

Por eso, hemos desarrollado nuestra **Plataforma de Orquestación de Experiencias Conversacionales (CXOP)**, que utiliza agentes de IA para ayudar a las marcas a ir más allá de los flujos de trabajo estáticos y basados en reglas para ofrecer conversaciones dinámicas y orientadas a objetivos en los casos de uso de marketing, ventas y soporte.

Los casos de uso donde la IA con agentes puede ofrecer un sólido retorno de la inversión (ROI) son prácticamente ilimitados. Imagina agentes impulsados por IA que no solo puedan responder consultas complejas, sino también gestionar transacciones e interactuar conversacionalmente para recomendar soluciones y productos basados en grandes cantidades de datos propios y de primera mano.

CON CXOP LAS EMPRESAS PUEDEN

1

Ofrecer interacciones de IA empáticas y orientadas a objetivos en todos los canales

2

Reducir drásticamente los tiempos de respuesta y los costos de servicio mediante la automatización

3

Aumentar la conversión de clientes potenciales y el rendimiento de las campañas con personalización en tiempo real

4

Apoyar a equipos híbridos con intervención humana en casos complejos

5

Hacer lanzamientos rápidamente con opciones de implementación sin código o con código fuente

6

Reducir los costos de adquisición de clientes

CONCLUSIÓN

Con el lanzamiento de CXOP, nos entusiasma trabajar con los clientes de nuestra plataforma para ayudarlos a impulsar su CX hacia el futuro y fidelizarlos mediante la empatía y la comprensión.

La ventaja de infobip

[CONTACT US](#)

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.

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.

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.

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.



RCS Business Messaging Established Leader 2024
AIT Prevention Established Leader 2024
CPaaS Established Leader 2024



Gartner® Magic Quadrant™
for CPaaS 2025
Infobip is named a Leader



Infobip named to Fast Company's
Annual List of the World's
Most Innovative Companies of 2024



Metrigy CPaaS MetriRank
Infobip named as a top
CPaaS provider 2023, 2024 z



IDC MarketScape
CPaaS Leader 2021, 2023, 2025



Omdia Universe
CPaaS Leader 2022, 2023



One communication platform.
Billions of conversations.