

Experiencia de cliente en la era de la IA, una ventaja competitiva



Por Francisco Guzmán, vicepresidente de Claro empresas

En los últimos años el entorno empresarial ha estado marcado por la aceleración tecnológica, la reconversión de industrias enteras y la inteligencia artificial en casi todos los procesos de negocio. Pese a ello, hay una convicción que escucho día a día en empresas de diferentes industrias y que todos deberíamos mantener inalterable: la experiencia de cliente no es una simple métrica, es un pilar estratégico.

Hoy la tecnología nos obliga a operar en mercados altamente competitivos, con clientes más informados, exigentes y conscientes del valor de su tiempo. En ese contexto, ofrecer conectividad, infraestructura y soluciones digitales de alto estándar es solo la base, el desde. El verdadero diferencial radica en cómo acompañamos a nuestros clientes en todo su viaje con nosotros.

En la industria telco, la reconversión es impulsada desde años por la creciente necesidad anticiparnos a lo que nuestros clientes requieran. En Claro empresas, entendimos que cada proyecto comienza mucho antes de la implementación tecnológica. Lo hace con la escucha activa, en la comprensión profunda del negocio del cliente, en el análisis de sus desafíos actuales y futuros. Acompañamos en cada etapa, desde el diagnóstico y diseño, hasta la operación y soporte.

Este enfoque nos permite responder a problemáticas específicas y adelantarnos a escenarios que podrían impactar en la operación. La experiencia de cliente, para nosotros, se construye día a día, en cada interacción, punto de contacto y compromiso cumplido. Implica procesos internos coordinados, equipos camiseteados y una cultura orientada a generar valor real y sostenido.

Hoy esta visión cobra aún más relevancia. Si bien la IA permite optimizar operaciones, disminuir tiempos de respuesta y ofrecer servicios más personalizados, ninguna tecnología reemplaza la confianza, ningún algoritmo sustituye la empatía. Y ningún sistema automatizado puede comprender por completo la complejidad estratégica de una organización sin el acompañamiento humano adecuado.

Por eso, aun cuando la innovación avanza a una velocidad impensada, nuestro propósito sigue claro: poner la tecnología al servicio de las empresas y mejorar la calidad de vida de las personas, aportar a la economía y desarrollo local, con una visión estratégica y sostenible.

Porque la verdadera transformación digital no se mide solo en infraestructura desplegada o soluciones implementadas, se mide en la confianza construida en base a experiencias de servicio extraordinarias.