

Soluciones de Agentes de Voz en el Sector Salud: Primer Contacto 24/7

Introducción

En la era digital, los **agentes virtuales de voz con inteligencia artificial (IA)** se han convertido en aliados estratégicos para atender a clientes y usuarios en todo momento. Estos agentes de voz son sistemas capaces de **entender y responder en lenguaje natural a través de llamadas telefónicas o interfaces de voz**, simulando una conversación humana. Su principal ventaja es la **disponibilidad 24/7**: pueden fungir como un **“primer contacto” siempre activo**, resolviendo dudas o gestiones básicas sin hacer esperar al usuario. Esto resulta especialmente valioso en sectores como la salud, banca, comercio minorista, bienes raíces, turismo o logística, donde las personas esperan **atención inmediata y sin importar la hora** ¹ ². De hecho, según encuestas recientes, el **29% de los consumidores ya espera que haya chatbots o asistentes disponibles las 24 horas, 7 días a la semana**, y una mayoría prefiere obtener respuestas rápidas de un sistema automatizado antes que esperar a un agente humano ³ ⁴.

Los agentes conversacionales de voz representan una **evolución de los call centers tradicionales**. Aprovechan tecnologías de **inteligencia artificial conversacional, reconocimiento de voz y aprendizaje automático** para manejar múltiples interacciones simultáneamente, sin fatiga ni tiempos de espera. Esto significa que un asistente de voz puede **atender a cientos de llamadas a la vez**, brindando una experiencia sin colas ni retrasos. Para las empresas, esta capacidad implica **mejor servicio al cliente, mayor eficiencia operativa y reducción de costos**. No es de extrañar que la adopción de estos agentes esté creciendo aceleradamente a nivel global y regional, como veremos a continuación con datos de mercado y estudios recientes.

Crecimiento y Adopción de los Agentes de Voz (EE. UU. y Latinoamérica)

El **mercado de agentes de voz con IA** está experimentando un crecimiento explosivo. Se proyecta que el mercado global de estas soluciones pase de aproximadamente **2.400 millones de USD en 2024 a 47.500 millones en 2034**, lo que equivale a una tasa compuesta anual de crecimiento del 34,8% ⁵. Norteamérica (liderada por Estados Unidos) domina gran parte de este mercado por ahora, impulsando cerca del 40% de los ingresos ⁶. Este rápido crecimiento refleja la **demanda creciente de interfaces conversacionales y atención automatizada** en diversos sectores (salud, comercio minorista, finanzas, etc.), así como los avances tecnológicos que hacen posible interacciones de voz más naturales.

En cuanto a **adopción por parte de las empresas**, Latinoamérica muestra un dinamismo notable frente a otras regiones. Por ejemplo, en el sector financiero **el 21% de las instituciones en América Latina ya utilizaban asistentes virtuales o chatbots con IA en 2022, comparado con solo un 13% en los EE. UU.**, según un estudio de Frost & Sullivan encargado por Infobip ⁷ ⁸. Esta diferencia indica que muchas empresas latinoamericanas han visto la oportunidad de automatizar la atención al cliente de forma

temprana, posiblemente aprovechando la alta penetración de aplicaciones de mensajería como WhatsApp en la región. No solo en texto: **el uso de asistentes virtuales telefónicos e IVR (respuesta de voz interactiva) en Latinoamérica alcanzaba el 22% en 2022**, superando también a la media global ⁹. De hecho, en países como México y Brasil, canales digitales como WhatsApp ya son utilizados **más que los agentes humanos** para ciertas atenciones bancarias ¹⁰ ¹¹.

Otra señal de esta tendencia es que **cada vez más interacciones con clientes se realizan mediante IA en lugar de humanos**. La misma investigación pronostica que en América Latina en los próximos años alrededor del **26% de las comunicaciones cliente-empresa serán a través de asistentes virtuales automatizados**, versus un 23% que permanecerían con agentes físicos (el resto mediante apps de chat u otros medios) ¹¹. Esto sugiere una transformación hacia un modelo de atención **híbrido** donde los bots resuelven lo rutinario y los humanos intervienen en casos complejos, incrementando la eficiencia sin sacrificar la calidad. Importante destacar: **los agentes humanos no desaparecerán**, pues siguen siendo indispensables para casos de mayor complejidad y para aportar empatía ¹¹. Sin embargo, las empresas están reconociendo que **no incorporar herramientas de IA conversacional podría dejarlas en desventaja competitiva**.

Las inversiones tecnológicas acompañan esta ola de adopción. Gartner estima que **en retail y comercio electrónico la inversión en IA (incluyendo asistentes virtuales) aumentará un 86% hacia fines de 2025**, reflejando la apuesta del sector por la automatización y personalización masiva ¹² ¹³. Asimismo, un informe de Globant (2025) señala que los **tres sectores más impactados por la irrupción de agentes de IA** son *salud, servicios financieros y retail/e-commerce*, donde esta tecnología se está volviendo estructural para las operaciones y la relación con los usuarios ¹⁴ ¹⁵. En el ámbito financiero, las proyecciones indican un salto enorme: el mercado global de agentes de IA en servicios financieros podría pasar de **2.100 millones USD en 2024 a cerca de 80.900 millones en 2034** ¹⁶. Este crecimiento esperado en finanzas (y otros sectores) subraya que **las organizaciones están invirtiendo para automatizar procesos, mejorar la analítica de datos y ofrecer asistencia inteligente en tiempo real**.

En **Estados Unidos**, aunque partió con un porcentaje menor de empresas usando chatbots que Latam, la tendencia también es al alza. La disponibilidad 24/7 y el ahorro de costes están impulsando la adopción de agentes virtuales en múltiples industrias. Encuestas recientes indican que **el 62% de los consumidores prefiere utilizar un chatbot o asistente automatizado a esperar a un agente humano** en una cola de atención ¹⁷. Esto refleja un cambio en la expectativa del cliente promedio en EE. UU.: la **rapidez y conveniencia** a menudo priman sobre hablar con una persona, al menos para consultas simples. Adicionalmente, **el 88% de los usuarios ya conversó con al menos un chatbot en 2023** y la gran mayoría sabe lo que son estas herramientas ³, lo que muestra que la población se está familiarizando con la IA conversacional. Con consumidores más receptivos y beneficios tangibles, tanto América Latina como Estados Unidos avanzan hacia una **mayor implementación de agentes de voz IA en todos los sectores clave**.

A continuación, exploraremos **cómo se aplican estas soluciones 24/7 en sectores específicos** —salud, banca/finanzas, retail/comercio, bienes raíces, turismo y logística— destacando beneficios, casos de uso y datos relevantes que respaldan su impacto.

Impacto de los Agentes de Voz 24/7 en el Sector Salud

El sector salud ilustra bien el valor de tener un **“repcionista virtual” disponible 24 horas al día**. Las necesidades médicas no entienden de horarios: pacientes pueden tener preguntas o requerir asistencia a medianoche, en fines de semana o durante días festivos. Tradicionalmente, fuera del horario de oficina muchas clínicas solo ofrecían contestadores automáticos o líneas de urgencias saturadas. Ahora, con agentes de voz inteligentes, **un paciente puede llamar a las 2 a.m. al consultorio y ser atendido por un asistente virtual capaz de ayudarlo realmente**, ya sea brindando información, agendando una cita o dando orientación básica ¹ ².

¿Qué pueden resolver estos agentes de voz en salud? Muchas tareas rutinarias y consultas iniciales, por ejemplo:

- **Agendar o modificar citas:** El agente accede al calendario del centro médico para ofrecer citas disponibles, reservar o cancelar citas según solicite el paciente, incluso enviando confirmaciones por SMS o email automáticamente ¹⁸ ¹⁹. Esto disminuye significativamente la carga telefónica sobre el personal administrativo.
- **Responder preguntas frecuentes e informar:** Desde horarios de atención, dirección de la clínica, profesionales disponibles, hasta indicaciones pre y post-operatorias básicas. Por ejemplo, si un paciente pregunta a las 23h “¿Debería preocuparme por este síntoma post-cirugía?”, el asistente (siguiendo guías clínicas preaprobadas) puede proporcionar consejos de cuidado en casa y señalar signos de alarma que requerirían acudir a urgencias ²⁰ ²¹. Esta respuesta inmediata reduce ansiedad en el paciente y evita visitas innecesarias a emergencias.
- **Gestión de recetas y resultados:** Un asistente de voz puede tomar solicitudes de **recarga de medicamentos** (verificando datos básicos y dejando la orden al médico) ²². También puede, tras autenticar la identidad del paciente, **comunicar resultados de análisis de laboratorio normales:** por ejemplo, “Su análisis de sangre fue normal, no requiere acción adicional. ¿Desea que le enviemos una copia del informe por correo?” ²³ ²⁴. Para resultados anómalos, el bot puede ofrecer programar una cita con el médico. Automatizar estas notificaciones acelera la entrega de información al paciente manteniendo la confidencialidad.
- **Recordatorios y seguimiento:** Los agentes de voz pueden realizar llamadas salientes proactivas para recordar al paciente tomar su medicación, seguir indicaciones, o chequear síntomas en seguimiento de una enfermedad crónica. De este modo fomentan la adherencia al tratamiento y la prevención, ampliando el alcance del equipo de salud sin requerir más personal humano.

Los beneficios de estas aplicaciones son notables. **Primero, mejoran el acceso:** cualquier persona, incluso en zonas rurales o de noche, obtiene atención básica inmediata. **Segundo, elevan la satisfacción del paciente**, quien se siente escuchado y apoyado en el momento que lo necesita, en lugar de frustrado por no poder comunicarse. De hecho, **la mayoría de pacientes (incluyendo adultos mayores) se muestran abiertos a interactuar con IA para gestiones médicas rutinarias si eso les brinda un servicio más rápido**, según encuestas internas del sector ²⁵. Un estudio citado por la American Heart Association (AHA) mostró resultados sorprendentes en este sentido: se implementó un programa de agentes de voz para monitorear a pacientes hipertensos mayores en sus casas, y **la satisfacción promedio reportada tras cada llamada superó 9 sobre 10 puntos**, indicando una aceptación muy alta de la interacción con la IA ²⁶.

Pero quizá el **impacto más convincente sea en eficiencia y costos**. En el ensayo de la AHA realizado en Emory Healthcare (EE. UU.), los agentes de voz llamaban a pacientes mayores para registrar su presión

arterial en casa y detectar alertas. Los resultados económicos fueron asombrosos: **el costo por lectura de presión arterial se redujo en un 88,7% comparado con el monitoreo tradicional por personal de enfermería** ²⁷ . En solo 10 semanas, estos asistentes automáticos lograron cerrar 1.939 brechas de control de hipertensión en la población atendida, mejorando indicadores de calidad clínica (las métricas Medicare Advantage HEDIS subieron de 1 a 4 estrellas) ²⁷ ²⁸ . Es decir, **lograron más control a menor costo**. Además, de 2.000 pacientes incluidos, el 85% pudo ser contactado exitosamente por la IA y el 67% completó la llamada proporcionando sus datos, lo cual es un índice de participación bastante alto ²⁹ . Como mencionamos, la satisfacción fue sobresaliente: muchos usuarios ni siquiera percibían una diferencia negativa al tratar con un agente virtual en vez de una persona. Estos hallazgos (presentados en 2025) sugieren que **los agentes de voz pueden transformar la gestión de pacientes crónicos**, permitiendo escalar el seguimiento sin saturar al personal humano.

Cabe señalar que este estudio de la AHA fue observacional (sin grupo de control humano) y aún pendiente de publicación revisada por pares ³⁰ . Sin embargo, ya alienta a que **las guías clínicas comiencen a recomendar el uso de monitoreo remoto apoyado en IA conversacional** para ampliar acceso y personalizar la atención en sistemas de salud bajo presión ³¹ . En suma, en salud los agentes de voz 24/7 actúan como **asistentes clínicos virtuales** que filtran y resuelven necesidades de primer nivel, **reduciendo costos, mejorando la experiencia del paciente y permitiendo que los profesionales humanos se enfoquen en casos complejos o críticos**. En un sector con escasez de médicos/enfermeras en muchas regiones, y con poblaciones crecientes de pacientes crónicos, esta tecnología ofrece un camino para **mantener la calidad y alcance de la atención sin incrementar proporcionalmente los recursos**.

Dos pacientes mayores interactúan con un asistente virtual de salud a través de su smartphone, ilustrando la accesibilidad y satisfacción que estas tecnologías pueden brindar. Estudios clínicos han demostrado que los asistentes de voz en salud pueden lograr altos niveles de participación y mejorar indicadores de calidad a menor costo, particularmente en el seguimiento de pacientes crónicos ²⁷ ²⁶ .

Impacto en Banca y Sector Financiero

En la banca y servicios financieros, los agentes virtuales de voz se han vuelto un componente clave para brindar **atención al cliente y soporte transaccional de manera continua**. Los bancos manejan enormes volúmenes de consultas diarias: desde clientes preguntando por el saldo de su cuenta, pasando por solicitudes de bloqueo de tarjetas, hasta asesoramiento sobre productos financieros. Tradicionalmente, gran parte de esto recae en call centers o sucursales con horarios limitados. Con la IA de voz, **un cliente puede resolver muchas de estas gestiones por teléfono o mediante la app bancaria a cualquier hora, sin esperas**. Por ejemplo, algunos bancos ya ofrecen asistentes de voz que permiten **consultar movimientos, hacer transferencias sencillas, cotizar préstamos o reportar un problema con solo “hablar” con el asistente** en lenguaje natural.

Un beneficio inmediato es la **reducción de tiempos de espera y colas telefónicas**. Si durante horas pico cientos de clientes llaman a un banco, un sistema tradicional colapsa o deja gente en espera larga (recordemos que *el 53% de los clientes abandona si espera más de 10 minutos en la línea* ³²). En cambio, un ejército de agentes virtuales en la nube puede atender simultáneamente a todos. Esto mejora la experiencia del usuario y **evita abandonos o frustraciones**. No sorprende que una encuesta hallara que **el 62% de consumidores prefiere interactuar con un bot antes que esperar por un humano** en servicio al cliente ¹⁷ . Para trámites simples, la voz automatizada es “suficientemente buena” y mucho más rápida.

Además de la velocidad, está la **consistencia y precisión**. Los asistentes virtuales financieros pueden ser entrenados con las últimas normativas y detalles de productos, asegurando que la información que brindan (tasas de interés, requisitos, políticas) sea exacta y uniforme en todas las interacciones. Esto reduce errores humanos o variaciones en la calidad de atención entre distintos operadores. También quedan trazas y registros de cada interacción automáticamente integrados al CRM, lo que facilita auditorías y mejora el conocimiento 360° del cliente.

Otro caso de uso importante es la **detección de fraudes y seguridad**. Algunos bancos integran sistemas de voz que hacen autenticación del cliente mediante biometría de voz o validación de datos de forma conversacional, añadiendo capa de seguridad. Incluso hay pilotos de asistentes de voz internos que monitorean transacciones en tiempo real y **avisan verbalmente a equipos de riesgo si detectan patrones sospechosos**, acelerando la respuesta antifraude.

En términos de **adopción**, ya mencionamos que América Latina superó a EE. UU. en la implantación temprana de chatbots en banca: 1 de cada 5 instituciones financieras latinas usaba asistentes con IA en 2022 ³³. Además, **el 70% de los usuarios de banca minorista han utilizado el mismo chatbot bancario de forma recurrente** ³⁴, lo que indica que los clientes se habitúan y vuelven a usar estas herramientas cuando funcionan bien. El principal caso de uso de los bots bancarios ha sido resolver problemas comunes y ayudar en la gestión de cuentas (consultas de saldo, reset de contraseñas, etc.) ³⁴. Es decir, los bots están cubriendo **el front-line del soporte**, liberando a los ejecutivos humanos para casos más complejos como asesoría financiera personalizada o resolución de reclamos delicados.

Desde la perspectiva de negocio, los **ahorros de costos en centros de contacto** son sustanciales. Mantener un call center 24/7 con personal humano implica rotación de turnos, pago de horas nocturnas y un número de agentes ociosos en horas de baja demanda. En contraste, un agente virtual puede operar toda la noche con un **costo marginal mínimo**. Para dimensionarlo: una plataforma de voz AI como Ada reporta un costo de **aproximadamente \$1 dólar por llamada atendida**, lo que **representa ahorros significativos frente al costo tradicional de una llamada manejada por un agente humano** ³⁵ ³⁶. (En Norteamérica, una llamada de 5 minutos con un representante puede costar en total alrededor de \$5 dólares o más, considerando salario, capacitación, infraestructura, etc., mientras que el costo computacional de la IA es una fracción de eso.) Además, los bots escalan sin necesidad de contratar más personal; si mañana el doble de clientes llaman, el sistema se adapta fácilmente, cosa que no ocurre con equipos humanos limitados.

Un informe de Globant destaca que las instituciones financieras están apostando fuerte por esta automatización inteligente. Con datos de Market.us, proyecta que el **mercado de agentes de IA en finanzas alcanzará ~\$80.900 millones para 2034** ¹⁶, acompañando esfuerzos en análisis de riesgos en tiempo real, asesoría automatizada de inversiones y modernización de sistemas heredados. De hecho, la incorporación de agentes de IA puede **acelerar en un 80% los procesos de migración tecnológica** en bancos (por ejemplo, integrándolos para “envolver” sistemas legacy y permitir interfaces modernas) ³⁷ ³⁸. Las organizaciones financieras que integren estos agentes obtienen **operaciones más ágiles y capacidad de respuesta inmediata al cliente**, algo crítico en un rubro donde la inmediatez y precisión generan confianza.

En resumen, en banca y finanzas los agentes de voz 24/7 aportan: **servicio al cliente siempre disponible**, transacciones básicas automatizadas, mayor seguridad en verificaciones, uniformidad en información y un ahorro en costos operativos que mejora la eficiencia. Este sector maneja información sensible, por lo que la

seguridad y cumplimiento normativo (ej. protección de datos, autenticación robusta) son consideraciones importantes al implementar estas soluciones – pero los proveedores de IA empresarial están abordando estos temas con cifrado de extremo a extremo y protocolos de privacidad. Aquellas entidades que ya adoptaron asistentes virtuales reportan **mejora en la satisfacción de clientes** y optimización de sus recursos humanos. Por el contrario, las que se queden atrás podrían enfrentar **clientes insatisfechos con canales tradicionales lentos y estructuras de costos menos competitivas**.

Impacto en Retail y Comercio

El sector retail (comercio minorista), incluyendo el comercio electrónico, ha sido terreno fértil para la IA conversacional. Aquí los **asistentes de voz** se utilizan sobre todo en **atención al cliente, soporte de ventas y experiencias omnicanal**. Un cliente de e-commerce, por ejemplo, puede querer rastrear su pedido, cambiar un artículo o preguntar sobre disponibilidad de un producto fuera del horario comercial. Los centros de atención convencionales quizás solo operen de 9 a 6, pero un **bot de voz 24/7 puede atender esas solicitudes al instante en cualquier momento**, aumentando la **conveniencia y fidelización** del comprador.

Aplicaciones típicas en retail:

- **Estado de pedidos y devoluciones:** El cliente llama o interactúa por voz con la tienda y puede consultar “¿dónde está mi pedido?”; el agente virtual verifica el número de orden y responde con la fecha estimada de entrega, o asiste en iniciar un proceso de devolución. Dado que *el 71% de los consumidores preferiría usar un chatbot para checar el estado de un pedido* ⁴, este caso de uso es muy bien recibido: libera al cliente de tiempos de espera y le da control inmediato.
- **Información de productos y stock:** En tiendas grandes, recordar cada detalle de cada producto es difícil para operadores humanos. Un asistente de voz, conectado al catálogo, puede responder preguntas como “¿Tienen este modelo de televisión en stock en color negro y cuál es su precio?” con precisión al instante. Incluso puede recomendar productos similares si algo no está disponible. Esta **asistencia en tiempo real durante el proceso de compra** puede marcar la diferencia para cerrar una venta.
- **Soporte en procesos de compra por voz:** Con el auge de dispositivos como Alexa o asistentes en smartphones, algunas empresas permiten que directamente **compres por comando de voz** (“Agregar al carrito...”). Detrás de eso hay agentes conversacionales que entienden la intención del usuario. También en tiendas físicas, kioscos o líneas telefónicas, un comprador puede hacer un pedido verbalmente guiado por la IA.
- **Programas de lealtad y marketing personalizado:** Los agentes virtuales pueden notificar a clientes sobre puntos acumulados, ofertas especiales o cupones disponibles, e incluso *conversar* con ellos para descubrir preferencias. Por ejemplo, vía voz se podría realizar una breve encuesta de satisfacción tras una compra y, según la respuesta, ofrecer un descuento o asistencia adicional, todo automatizado.

Desde el punto de vista empresarial, el retail está aprovechando la IA tanto de cara al cliente como en operaciones internas (gestión de inventarios automatizada, pronósticos de demanda, etc.). Un indicador de la importancia de la IA en retail es el citado aumento de **86% en inversión en IA y analítica de datos en este sector para 2025** ¹² ¹³. Esto incluye asistentes conversacionales que proveen **recomendaciones personalizadas y experiencias de compra más interactivas**. Globant y Google Cloud, por ejemplo, desarrollaron un buscador inteligente que combina visión por computadora con agentes de IA: un usuario

podía mostrar una foto de un producto que le gusta, y el asistente lo ayuda a encontrar artículos similares en la tienda online ³⁹. Esa mezcla de **IA visual + conversacional** genera una experiencia innovadora donde la máquina entiende contextos complejos para facilitar la decisión de compra.

Asimismo, los bots de voz en retail **contribuyen al marketing automatizado**. Pueden, por ejemplo, realizar llamadas salientes segmentadas: un agente virtual llamando a clientes para informarles sobre una nueva tienda o una promoción exclusiva, con un guion dinámico que responde preguntas si el cliente las tiene. Esto se hace a gran escala sin requerir un enorme call center de telemarketing.

Un dato interesante es que **el 69% de los consumidores se declararon satisfechos con su última interacción con un chatbot** de atención ⁴⁰, y **casi 9 de cada 10 han tenido experiencias positivas o neutrales** (no negativas) con chatbots ¹⁷. Esto sugiere que, siempre que el bot esté bien diseñado y entrenado, los clientes de retail aceptan esta modalidad de servicio. Por supuesto, la **clave está en la capacitación del asistente**: debe reconocer la intención del cliente correctamente y manejar incluso consultas fuera de libreto o transferir a humano cuando no tenga respuesta, para no frustrar al usuario.

Para las empresas de comercio electrónico, escalar el soporte vía IA es un **factor de competitividad**. Un comercio online puede recibir miles de consultas por hora durante eventos como Cyber Monday; solo con agentes de voz/chat automáticos es posible atender ese pico sin contratar temporalmente a cientos de personas. Por otro lado, **los costos se optimizan**: los chatbots bien implementados pueden *ahorrar alrededor de un 30% en costos de atención al cliente* ⁴¹ ⁴² al automatizar tareas repetitivas y reducir el volumen de interacciones que llegan a los agentes humanos. Ese ahorro puede reinvertirse en mejoras de precio, logística u otras áreas que mejoran la propuesta de valor.

En síntesis, en retail y comercio, los agentes de voz 24/7 aportan **servicio ininterrumpido, respuestas rápidas y personalización**, lo que lleva a **clientes más satisfechos y ventas potenciadas**. A la vez, le permiten a la empresa **manejar eficientemente grandes volúmenes** de interacciones manteniendo los costos bajo control. La **no implementación** de estas tecnologías en un entorno donde los competidores sí lo hacen podría traducirse en **pérdida de clientes (por experiencias más lentas o menos personalizadas) y mayores gastos operativos**. Por eso, la mayoría de cadenas y tiendas líderes ya están explorando o han lanzado sus asistentes virtuales en diversos canales (teléfono, web, apps, WhatsApp), integrándolos en su estrategia omnicanal.

Impacto en Bienes Raíces (Inmobiliario)

El sector de **bienes raíces** también se beneficia de agentes virtuales, aunque aquí la interacción con clientes suele ser menos masiva que en retail, cada potencial transacción es de alto valor (venta o alquiler de propiedades). Un **asistente virtual inmobiliario**, sea por chat o voz, puede marcar la diferencia entre ganar o perder un lead, pues en bienes raíces **la velocidad de respuesta y la disponibilidad son cruciales para captar al interesado** antes de que se vaya con otra oferta.

Imaginemos un posible comprador buscando propiedades en su ciudad. Podría entrar al portal inmobiliario a las 10 de la noche y tener preguntas sobre cierta casa o querer agendar una visita. Si no hay nadie disponible, quizás deje la página; pero con un agente de voz/IA, **obtiene respuestas inmediatas a cualquier hora** y puede incluso **programar una visita guiada allí mismo para un día y hora conveniente** ⁴³ ⁴⁴. Esta **atención instantánea 24/7 evita perder posibles compradores por falta de respuesta rápida** ⁴⁵. De hecho, la inmediatez es uno de los mayores beneficios que señalan las inmobiliarias que

adoptan asistentes: responder en segundos a una consulta significa que el cliente se siente atendido y se avanza más rápido en el proceso.

Tareas que manejan los asistentes virtuales inmobiliarios:

- **Responder consultas sobre propiedades:** Información de precio, metros cuadrados, número de habitaciones, ubicación, características destacadas, etc. El agente de IA puede tener toda la base de datos de listados y brindar detalles al instante (“Sí, el departamento tiene 3 recámaras y 2 baños, 120 m², y cuota de mantenimiento de \$100 mensuales”). Incluso puede **enviar por correo o WhatsApp las fichas de propiedad** con fotos si el cliente lo solicita, todo de forma automatizada.
- **Filtrado de clientes potenciales:** Mediante algunas preguntas iniciales (“¿Qué presupuesto aproximado maneja? ¿En qué zona busca? ¿Crédito aprobado o pagando en efectivo?”), el asistente puede **determinar cuán calificado está el lead** y priorizarlo o asignarlo a un agente humano si está listo para cerrar. Esto ahorra tiempo a los agentes inmobiliarios enfocándolos en prospectos de mayor probabilidad ⁴³ ⁴⁶ .
- **Agenda de visitas y reuniones:** Como se mencionó, el bot puede acceder al calendario de los agentes humanos o a la disponibilidad de las propiedades para **programar citas**. “¿Quiere visitar la casa el sábado a las 10am? – Está disponible, le confirmo la cita. Recibirá un recordatorio.” Sin intervención humana, queda la visita agendada y registrada ⁴⁷ .
- **Seguimiento automatizado:** En bienes raíces es común que tras una visita o consulta inicial, haya que dar seguimiento (el cliente quizás estaba comparando opciones). Un asistente puede enviar recordatorios (“Hace 1 semana visitó X propiedad, ¿tiene dudas? Podemos ayudar”) o notificar bajadas de precio de inmuebles de interés, etc. Esta atención persistente mejorada por IA **mantiene al prospecto enganchado** y aumenta la conversión.

Desde luego, **la disponibilidad 24/7** es clave: “A diferencia de un agente humano, un asistente virtual siempre está activo” ⁴⁴ , como señala un artículo especializado. Clientes en diferentes husos horarios o con agendas ocupadas pueden interactuar cuando les convenga, ya sea tarde por la noche o temprano por la mañana, y recibir respuesta. Esto amplía el alcance de la inmobiliaria a públicos que de otra forma quizás no lograrían contactar en el momento justo.

Otro punto importante es la **reducción de costos operativos**: al automatizar tareas repetitivas (coordinar visitas, enviar información, contestar FAQs sobre procesos de compra), **las inmobiliarias ahorran tiempo del staff humano y pueden asignar esos recursos a tareas estratégicas** como negociaciones o captación de nuevos inmuebles ⁴⁸ . Un bot puede atender en paralelo a múltiples interesados iniciales, equivalente a tener varios asistentes administrativos trabajando simultáneamente, pero a una fracción del costo.

No obstante, en bienes raíces la **interacción humana y el toque personal** siguen siendo muy valorados al cerrar un trato (la empatía de un agente experimentado, el conocimiento del barrio, la negociación cara a cara). Los asistentes virtuales no reemplazan eso, **pero se vuelven una herramienta complementaria poderosa**. Preparan el terreno: entregan información precisa, califican al cliente y gestionan lo operativo, para que **cuando interviene el agente humano, la etapa esté madura y bien documentada**.

Varias agencias ya reportan casos de éxito. Por ejemplo, grandes portales inmobiliarios han implementado chatbots para brindar información inmediata de propiedades en alquiler o venta, y **firmas locales en ciudades como Miami o Ciudad de México han creado asistentes personalizados integrados a WhatsApp o web** para atender su catálogo incluso mientras sus corredores duermen ⁴⁹ . Este movimiento

se considera una ventaja competitiva en un mercado donde la **rapidez de respuesta** puede ser la diferencia entre concretar una venta o no. En definitiva, los agentes de voz/IA en bienes raíces ofrecen **atención inmediata y constante, automatización de procesos y personalización mediante análisis de datos**, transformando la experiencia del cliente y permitiendo a las empresas inmobiliarias operar con mayor eficiencia en un entorno cada vez más digital.

Impacto en Turismo y Atención al Viajero

El sector turismo y hotelería se ha volcado en la **atención digital 24/7** para viajeros, y los asistentes virtuales son pieza central de esta transformación. Desde aerolíneas, agencias de viaje en línea, hasta hoteles, todos han implementado chatbots o líneas con respuesta automatizada para atender a clientes que literalmente pueden estar en cualquier huso horario del mundo necesitando ayuda. Un viajero puede tener un problema con su vuelo a las 3 a.m. hora local de la aerolínea; en lugar de esperar horas a que abra el call center, **un asistente virtual de voz le puede proporcionar soluciones inmediatas o información crítica**.

Un ejemplo destacado en Latinoamérica es *SOFÍA*, la asistente virtual de la agencia Despegar. Lanzada en 2024, **SOFÍA está disponible 24/7** y acompaña al usuario durante **todas las etapas de planificación de un viaje**, desde la inspiración inicial (“¿A dónde podría viajar en mis vacaciones en agosto?”) hasta la gestión post-venta (check-in de vuelos, seguimiento de reservas, resolución de dudas durante el viaje) ⁵⁰ ⁵¹. Los viajeros pueden interactuar con ella **por voz o texto**, en lenguaje natural, y obtener recomendaciones personalizadas de destinos, comparar vuelos y hoteles, hacer reservas, etc., todo **sin cambiar de plataforma y sin agentes humanos, salvo que ellos lo soliciten** ⁵² ⁵³. En caso necesario, el sistema permite *escalar a un representante humano* (por ejemplo, si ocurre un imprevisto serio), manteniendo así un enfoque híbrido ⁵³. La adopción ha sido rápida: en 2025 se estaban iniciando **más de 300.000 conversaciones mensuales con SOFÍA**, más del 80% vía dispositivos móviles ⁵⁴ ⁵⁵, lo que demuestra la gran demanda de asistencia virtual en turismo digital.

¿Qué tipos de consultas resuelve un agente virtual turístico? Prácticamente de todo: búsqueda de vuelos y hoteles según criterios, cotizaciones, **modificaciones o cancelaciones de reservas**, información sobre políticas de equipaje, restricciones de viaje, estado de un vuelo en tiempo real, check-in automatizado, recomendaciones de atracciones en el destino, asistencia con alquiler de autos, etc. Por ejemplo, aerolíneas como KLM, Lufthansa o Iberia han implementado asistentes (vía chat y voz) que permiten desde **recibir tarjetas de embarque en el móvil, hasta conocer opciones en caso de vuelo demorado**. Algunas compañías han integrado sus bots en WhatsApp o Facebook Messenger, pero muchas también ofrecen la **opción de atención telefónica automatizada**: el cliente llama al número de servicio y una voz IVR inteligente entiende frases completas (“Quiero cambiar mi vuelo del 5 de junio al 7 de junio”) y realiza la acción o guía al usuario. Todo esto reduce la necesidad de personal de atención, especialmente fuera de horario.

En hoteles, se usan asistentes virtuales para **atención a huéspedes**: un huésped puede, hablando con un altavoz inteligente en la habitación o por el app del hotel, pedir room service, solicitar toallas adicionales, hacer preguntas sobre instalaciones, horarios, recomendaciones locales, etc., sin tener que llamar a recepción. La respuesta suele ser instantánea y correcta porque el bot tiene un guion para esas solicitudes frecuentes. Esto **mejora la experiencia del huésped** y libera al staff hotelero para labores más personalizadas.

Otra área es la **venta cruzada y promociones**: Las agencias o empresas de turismo usan asistentes para sugerir upgrades (“¿Desea añadir un seguro de viaje?”), ofrecer tours locales en destino, o notificar bajadas de precio de paquetes vacacionales de interés del usuario, incrementando así ingresos de forma automatizada.

El **valor 24/7** es particularmente importante en turismo porque los viajes ocurren en tiempo real y los problemas no esperan. Un viajero varado de madrugada por una conexión perdida agradecerá que un asistente automático le pueda **reprogramar en el siguiente vuelo disponible** o al menos darle instrucciones, en lugar de tener que esperar a que abra una oficina. Este tipo de asistencia **mejora la percepción de seguridad y confianza** del cliente con la marca, porque siente “me cuidan en cualquier momento”.

Por supuesto, al igual que en sectores previos, esto se traduce en **ahorros de costos**. Las aerolíneas y agencias reciben incontables llamadas por cambios o consultas simples; automatizar gran parte de ellas reduce costos de call center, que en aerolíneas pueden ser significativos. Hay estudios que demuestran que resolver incidencias vía chatbot/voz puede costar apenas 10-20% de lo que costaría con agentes humanos, considerando volumen y escala (por ejemplo, en telecomunicaciones y retail una interacción con agente humano cuesta entre \$6 y \$14 dólares ⁵⁶, mientras una automatizada suele costar menos de \$1). En turismo, aunque los números varían, la lógica es similar: **procesos automatizados = menor costo por interacción, mayor capacidad sin sumar plantilla**.

Finalmente, no implementar asistentes virtuales en turismo conlleva riesgos claros: **clientes insatisfechos si no obtienen ayuda inmediata** (imaginemos perder un cliente porque no pudo cancelar a tiempo una reserva de hotel por falta de atención nocturna), **sobrecarga de personal humano** en horarios pico (colas telefónicas en la mañana porque de noche nadie atendió), y quedar atrás frente a competidores más tecnológicos que ofrecen experiencias más fluidas. El viajero moderno está acostumbrado a la inmediatez; empresas como Despegar destacan que esta **“experiencia autoasistida” empodera a los usuarios** para autogestionar su viaje cuando quieran, y si una empresa no brinda esa facilidad, el viajero podría preferir otra que sí lo haga ⁵³ ⁵⁷.

En conclusión, en el rubro turismo los agentes de voz IA operando 24/7 generan **asistencias más ágiles, mayor satisfacción del cliente, y operaciones más rentables** para las compañías. Son un componente ya indispensable del “turismo digital” que continuará evolucionando con funciones cada vez más avanzadas (incluso guías virtuales durante el viaje, recomendaciones contextuales vía voz según tu ubicación, etc.).

Impacto en Logística y Cadena de Suministro

En el sector logístico, que abarca transporte de mercancías, envíos de paquetería y gestión de cadenas de suministro, la información en tiempo real es fundamental. Los clientes (empresas o personas) quieren saber **dónde están sus envíos, si habrá retrasos, o coordinar entregas**, a cualquier hora. Internamente, las compañías logísticas manejan complejas operaciones 24/7 con camiones en ruta, almacenes operando, y necesitan comunicación constante. Aquí, los agentes virtuales –tanto de texto como voz– se han introducido para **agilizar la comunicación y monitoreo** en toda la cadena.

Un **caso de uso clave** es el **rastreo de envíos automatizado**. Muchas empresas han desplegado asistentes (en webs o líneas telefónicas) donde el cliente ingresa o dice su número de guía y el sistema de IA le informa inmediatamente del estatus: “Tu paquete salió del centro de distribución X y está en camino,

llegada estimada mañana 15:00". Incluso, si hay un retraso, el asistente puede proactivamente notificar: "Su envío ha sufrido una demora por clima, llegará 1 día después de lo previsto" y ofrecer disculpas o soluciones. Esto reduce la cantidad de llamadas que antes atendían agentes humanos dando esa misma información tracking. UPS, DHL, FedEx, por ejemplo, tienen **asistentes virtuales en sus portales y líneas de ayuda para rastreo** que funcionan 24h y contestan miles de consultas simultáneamente, manteniendo informados a los clientes al instante ⁵⁸ ⁵⁹ .

Otro uso es en **coordinación de entregas y logística inversa**. Un asistente de voz puede llamar al destinatario de un paquete para agendar la entrega (ej. confirmar si habrá alguien en domicilio o si prefiere recoger en sucursal) de forma automatizada. O puede atender cuando un cliente llama para reprogramar una entrega, siguiendo reglas definidas. Para devoluciones, similar: guiar al cliente sobre cómo devolver un producto y generar la etiqueta de envío, etc., todo mediante instrucciones por voz. Esto **agiliza procesos que antes podían requerir varios correos o esperas telefónicas**.

En operaciones internas de logística, se están usando asistentes inteligentes que ayudan a los gestores a **anticipar retrasos** y reorganizar rutas. Por ejemplo, sistemas de IA analizan datos de tráfico, clima y desempeño de rutas, y un asistente virtual puede alertar al gerente logístico a cualquier hora: "El camión XYZ va con 2 horas de retraso por un accidente en la autopista. Recomiendo reasignar las entregas críticas al camión ABC" ⁶⁰ . De esta manera, la toma de decisiones es más rápida y proactiva. Incluso se habla de asistentes a los choferes: dispositivos de voz que los conductores de flota pueden consultar mientras manejan para recibir instrucciones ("¿Cuál es mi próxima parada?") o reportar incidentes sin tener que teclear nada.

En almacenes, asistentes de voz combinados con dispositivos portátiles permiten a los operarios consultar inventario o registrar movimientos con manos libres, incrementando eficiencia (esto entra más en **voz para logística interna**, pero muestra el amplio potencial).

Los **beneficios para logística** incluyen: - **Respuesta inmediata a clientes**: no dejar esperando a quien necesita información sobre su envío, lo que mejora la satisfacción y reduce reclamos. - **Menor carga de trabajo en call centers logísticos**: automatizar rastreos, cotizaciones de fletes simples, FAQs ("¿a qué países envían?", "¿cuánto cuesta enviar X kg a tal lugar?") libera a los representantes humanos para negociaciones B2B o casos más complejos. - **Operaciones 24/7 sin interrupciones**: la logística es continua, y tener sistemas de IA vigilando y comunicando en todo momento ayuda a **detectar problemas temprano** y actuar, en lugar de esperar al turno matutino para enterarse de un inconveniente nocturno. - **Optimización de rutas y recursos**: Asistentes con analítica predictiva pueden sugerir mejoras en la asignación de transportes, evitando camiones semivacíos o rutas poco eficientes, lo que reduce costos de combustible y tiempos ⁶⁰ .

Si bien es un campo quizás menos visible que otros de cara al consumidor, la **logística apoyada en IA conversacional** se traduce en **mayor confiabilidad y transparencia** en la cadena de suministro. Empresas que han implementado estos asistentes reportan que los clientes aprecian mucho la posibilidad de autogestionar y obtener información inmediata sobre sus envíos. Por otro lado, internamente se experimenta una **reducción de errores y tiempos muertos**, pues la IA puede monitorear múltiples puntos simultáneamente y alertar o actuar sin descanso.

No adoptar estas soluciones en logística puede implicar **quedarse con procesos más lentos y opacos**. Por ejemplo, si un competidor permite que los clientes reorganicen entregas por voz en minutos y nuestra

empresa aún requiere que esperen al día siguiente para hablar con un agente, probablemente los clientes frecuentes migren al servicio más ágil. Asimismo, no usar IA significa perder la oportunidad de optimizar rutas mediante la enorme cantidad de datos que se generan en las operaciones.

En resumen, la logística habilitada con agentes virtuales 24/7 logra **información en tiempo real, mejor servicio al cliente, y cadenas de suministro más eficientes**. Dado que los retrasos y errores logísticos suelen costar mucho dinero, cualquier mejora en anticipación y comunicación gracias a la IA tiene un impacto tangible en reducir costos operativos y penalizaciones, además de mantener contentos a los clientes con entregas más confiables.

Comparativa de Costes: Agentes Humanos vs Agentes de Voz IA

Uno de los aspectos más analizados por las empresas a la hora de decidir implementar agentes de voz con IA es el **retorno de la inversión (ROI)** y cómo se comparan los costes frente a continuar con **agentes humanos tradicionales**. Si bien la **experiencia del cliente** y la **disponibilidad 24/7** son motivos de peso, el factor económico suele terminar de inclinar la balanza a favor de la automatización.

Costos de agentes humanos: Incluir a personas en un call center implica gastos fijos significativos: salarios, prestaciones, capacitación constante, supervisión, espacio físico o equipamiento, más costos variables como horas extras en picos de demanda. Distintas fuentes de la industria indican que en mercados desarrollados, **una llamada atendida por un agente humano puede costar en promedio del orden de \$5-\$12 dólares** dependiendo de la duración y complejidad ⁶¹ ⁶². Por ejemplo, suponiendo una duración promedio de 5 minutos por llamada y un costo de alrededor de \$1 dólar por minuto (que incluye sueldo más costos asociados), tenemos unos \$5 por interacción ⁶¹. Incluso en canales más baratos como chat en vivo, se estima \$6-\$8 por sesión de chat con humano ⁵⁶. Además, los humanos **no escalan fácilmente**: para atender el doble de llamadas se necesita casi el doble de personal, con problemas de contratación y entrenamiento. También existen **horas ociosas** pagadas (cuando la demanda baja, los agentes siguen ahí).

Costos de agentes de voz IA: Por otro lado, los costos de una interacción automatizada son muchos menores *en escala*. Una vez desarrollado el asistente (lo que sí conlleva un **costo inicial de implementación e integración**), cada conversación tiene un costo marginal muy bajo: principalmente computación en la nube y licencias de software. Empresas proveedoras de plataformas de voz AI cobran típicamente por uso. Por ejemplo, Dialogflow (de Google) para IVR con procesamiento de lenguaje natural costaba alrededor de **\$0,06 USD por minuto de conversación** ⁶³, y soluciones más avanzadas con IA generativa pueden rondar los **\$0,12 USD por minuto** ⁶⁴ ⁶⁵. Esto significa que una llamada de 5 minutos con un bot puede costar del orden de \$0,60 a \$0,80 centavos en términos de uso de plataforma, muy por debajo de los \$5 de la llamada humana equivalente. En la práctica, algunas soluciones comerciales mencionan costes de **~\$1 por llamada automatizada** (independiente de duración), como vimos en el caso de Ada ³⁵ ³⁶. En cualquier caso, es aproximadamente **una quinta parte o menos del costo de un agente humano** para tareas similares. Y lo crucial: **10 bots pueden atender 100 llamadas concurrentes sin costo linealmente creciente**, mientras 10 agentes humanos solo pueden atender 10 llamadas a la vez.

Dicho esto, es importante considerar **costos de implementación y mantenimiento**. Un informe de estrategia de IA señala que desarrollar un buen sistema IVR/NLU puede costar unos \$250k USD iniciales, y uno de voz con IA generativa quizá \$150k, más gastos anuales de mejora continua ⁶⁶ ⁶⁷. Estas inversiones se amortizan con volúmenes altos de contactos. Se estima que, aproximadamente, una

empresa que maneje más de **50.000 contactos al año** para un caso de uso dado, ya empieza a ver **más rentable la solución de voz AI que seguir solo con humanos** ⁶⁸ ⁶⁹, debido al costo por contacto mucho menor al escalar. Para volúmenes bajos, quizás mantener humanos es más sencillo, pero casi todas las medianas y grandes empresas exceden ese umbral de contactos fácilmente.

Además de la comparación directa de costo por interacción, hay **beneficios económicos indirectos** de la IA: un chatbot/voicebot bien diseñado **puede manejar hasta 70-80% de las consultas rutinarias de principio a fin** ⁴¹ ⁴², lo que reduce drásticamente la necesidad de personal para esas consultas. Los agentes humanos entonces pueden dedicarse a vender más (up-selling, cross-selling) o resolver problemas complejos, que generan más valor. También se ahorran costos asociados a errores humanos o inconsistencias, ya que la IA seguirá el procedimiento correcto cada vez. Un ejemplo: **las empresas reportan ahorros cercanos al 30% en costes de atención al cliente tras implementar chatbots** ⁴¹, sumando ahorro de personal y eficiencia de procesos.

Otro factor es la **eliminación de tiempos muertos**: un agente virtual **no cobra salario en las horas de menor llamada**, simplemente permanece disponible sin costo significativo. En cambio, un equipo humano nocturno debe pagarse aunque reciba pocas llamadas. La IA permite **dimensionar el servicio exactamente según la demanda en cada instante**, mejorando la productividad del gasto.

Por supuesto, **la calidad de atención** debe mantenerse. Un riesgo de enfocarse solo en costos es implementar sistemas deficientes que no resuelven al cliente y terminan transfiriendo todo a humanos o frustrando usuarios (lo que sería contraproducente y caro en términos de pérdida de clientes). Sin embargo, con las últimas generaciones de IA (modelos de lenguaje grandes), la capacidad de entendimiento y resolución de los bots ha aumentado muchísimo, acercándose más al desempeño de un humano promedio en muchas tareas simples. Según un análisis de Waterfield Tech, **los bots de voz con IA generativa bien entrenados podrían alcanzar tasas de resolución exitosas de ~90%** en las tareas para las que fueron diseñados ⁷⁰ ⁷¹, superando por mucho a los IVR antiguos. Esto asegura que la mayoría de los contactos ni siquiera necesiten escalamiento a humano, concretando así el ahorro de costes previsto.

En resumen, **los agentes de voz IA ofrecen una atención altamente escalable a un costo unitario muy inferior** al humano, tras una inversión inicial que se recupera rápidamente con volumen. Para empresas en sectores como banca, telecom, retail con millones de interacciones al año, la diferencia de millones de dólares en ahorro anual es un argumento poderoso. Incluso para compañías más pequeñas, la **posibilidad de operar 24/7 sin incurrir en costos de personal en turno nocturno** ya es una ventaja financiera y de servicio. Por todo esto, cada vez más directivos ven la automatización con chatbots/voicebots como **prioridad estratégica**: un sondeo muestra que **30% de los ejecutivos de soporte C-level ubican la implementación de soporte automatizado con chatbots como una de sus principales prioridades para 2024** ⁴¹ ⁴².

Riesgos de No Implementar (Quedarse Atrás)

Después de revisar los beneficios en múltiples industrias, surge la pregunta inversa: *¿qué pasa si una empresa decide no subirse al tren de los agentes virtuales de voz?* No implementar esta tecnología en el mediano plazo puede conllevar varios riesgos:

- **Pérdida de Competitividad:** La evidencia apunta a que la IA conversacional se está volviendo una **infraestructura esencial** en las operaciones modernas. Un informe de Globant enfatiza que la

adopción transversal de agentes de IA será **determinante para mantener la competitividad en mercados complejos** ⁷². Las empresas que integren estas tecnologías estarán en mejor posición para manejar la complejidad operativa, anticiparse a cambios y responder a demandas de clientes ⁷³. Por el contrario, quien no lo haga podría verse **superado por competidores más ágiles y eficientes**. En sectores saturados, brindar atención más lenta o limitada podría hacer que los clientes migren a quien les ofrezca respuestas inmediatas y servicio omnicanal inteligente.

- **Cientes Insatisfechos y Menor Retención:** Hoy día el cliente valora su tiempo más que nunca. No contar con atención 24/7 implica forzosamente que habrá momentos en que tus clientes encuentren “la puerta cerrada” o esperas prolongadas. Eso deriva en frustración. Estudios muestran que **el 53% de los consumidores abandona una interacción si espera más de 10 minutos** ³², y muchos incluso antes. En la economía digital, la paciencia es corta; si tu empresa no responde rápido, probablemente el cliente busque soluciones alternativas (un competidor, una queja pública, etc.). Además, las nuevas generaciones están acostumbradas a la inmediatez: recordemos que **más de 2/3 de los usuarios indican estar satisfechos con chatbots** y valoran su rapidez ⁴ ⁴⁰. No ofrecer esa posibilidad puede percibirse como un **servicio anticuado**. En Latam, **85% de las empresas consideran esencial mejorar la experiencia de comunicación con clientes para la retención** ⁷⁴; no usar herramientas modernas en esa mejora puede costar lealtad de clientes.
- **Costos Operativos Elevados y Falta de Escalabilidad:** Si tus competidores automatizan y reducen sus costos de atención en ~30% ⁴¹, podrán reinvertir ese ahorro en mejores precios, marketing u otras mejoras. Quedarse con estructuras 100% humanas puede significar **gastos operativos más altos** que erosionen tu margen de utilidad o te fuercen a cobrar más por productos/servicios. Asimismo, en escenarios de crecimiento de demanda, la IA permite escalar sin fricción, mientras que escalar con humanos es lento y caro (reclutar, entrenar). Una empresa que no implemente IA quizás no pueda **crecer su base de clientes o su volumen de transacciones** al mismo ritmo que otra que sí, por limitaciones operativas.
- **Exceso de Carga en el Personal y Burnout:** Relacionado con lo anterior, si no hay asistentes virtuales para absorber tareas repetitivas, todo recae en el personal existente. Esto puede llevar a **sobrecarga de trabajo**, errores por fatiga, e insatisfacción incluso de los empleados. Los agentes humanos podrían verse continuamente saturados con consultas triviales, impidiéndoles dedicar tiempo de calidad a problemas complejos o a clientes VIP que requieran mayor atención. Con el tiempo, aumenta el riesgo de desgaste profesional y rotación de personal, lo que a su vez genera más costos (nuevas contrataciones, capacitación).
- **Perder el Tren de la Innovación:** La IA en atención al cliente es solo una pieza de la transformación digital, pero una muy visible para el usuario final. No implementarla puede ser síntoma de una empresa que se resiste al cambio, y esto puede tener repercusiones en reputación de marca. En contraste, adoptar soluciones modernas envía el mensaje de que la empresa es innovadora y se preocupa por brindar la mejor experiencia. Clientes e inversores podrían percibir negativamente a compañías que *no evolucionan* en este aspecto clave. Además, **mientras más tarde se implemente, más difícil puede ser la curva de aprendizaje** e integración, porque los competidores ya habrán iterado y optimizado sus sistemas con datos reales, obteniendo ventaja en know-how.
- **Oportunidades de Ingreso Perdidas:** Algunos de los ejemplos mencionados (ventas en retail, cross-selling en turismo, calificación de leads en real estate) demuestran que los asistentes de voz no solo ahorran costos, sino que **pueden generar ingresos adicionales** al capturar oportunidades las 24 horas. Si no se tiene un agente 24/7, es probable que fuera del horario comercial se estén dejando pasar prospectos o ventas que pudieron concretarse. Un cliente que no pudo resolver una compra a

las 11pm quizá ya no vuelva al carrito a las 9am siguiente. Esas ventas caídas son dinero que recoge quien sí tenga su “tienda abierta” toda la noche mediante la automatización.

En resumen, **no implementar agentes virtuales de voz allí donde son viables implica arriesgarse a prestar un servicio más lento, más costoso y menos satisfactorio**. En un entorno empresarial cada vez más competitivo y digital, esa decisión conservadora puede traducirse en **pérdida de cuota de mercado y deterioro financiero** frente a quienes sí aprovechan la tecnología. Obviamente cada empresa debe analizar su caso particular (no todas las interacciones son automatizables ni todos los públicos lo adoptan al mismo ritmo), pero la tendencia general del mercado es clara: la **IA conversacional llegó para mejorar la eficiencia y experiencia en múltiples sectores**, y quedarse fuera de esa ola no es una opción recomendable para cualquier organización que busque crecer y mantenerse relevante en los próximos años.

Conclusión

Las soluciones de agentes de voz impulsados por IA representan un **cambio de paradigma en la forma en que las empresas se relacionan con sus clientes y gestionan sus operaciones de servicio**. A lo largo de esta investigación hemos visto que en sectores tan diversos como la salud, la banca, el retail, los bienes raíces, el turismo o la logística, estos asistentes virtuales 24/7 están **aportando valor real**: brindan **atención inmediata en cualquier momento**, mejoran la satisfacción de usuarios, **automatizan tareas rutinarias** liberando recursos humanos, y todo ello **con costes por interacción muy inferiores** a los modelos tradicionales. No se trata de una moda pasajera, sino de una evolución tecnológica respaldada por importantes estudios y resultados tangibles. Por ejemplo, **estudios clínicos avalados por la American Heart Association demostraron ahorros cercanos al 90%** en ciertas atenciones de salud con agentes de voz ²⁷, mientras que **investigaciones de mercado proyectan crecimientos anuales de doble dígito** en la adopción de estas IA en industrias clave ^{75 76}.

La adopción de agentes de voz no solo mejora indicadores operativos y financieros, sino que se alinea con las **expectativas modernas de los consumidores** de inmediatez y disponibilidad. Empresas en Latinoamérica y Estados Unidos ya están comprobando los beneficios, y en algunos casos la región latina incluso lidera en la implementación de chatbots y asistentes inteligentes ⁷, mostrando cómo esta tecnología puede ser un factor de diferenciación competitiva.

Por otro lado, ignorar esta tendencia conlleva riesgos significativos: **quedarse rezagado, con mayores costos y menor agilidad**, en un mundo donde eficiencia y experiencia de cliente son determinantes. Como señaló el CTO de Globant, la IA agéntica está inaugurando una era de “creatividad, velocidad y precisión sin precedentes”, y quienes la incorporen transversalmente estarán mejor posicionados para competir ⁷².

En conclusión, **la implementación de agentes de voz 24/7 con IA no es solo una cuestión tecnológica, sino estratégica**. Las organizaciones deben evaluarla como una inversión en **innovación, servicio superior y optimización**. Con un diseño adecuado –que tenga en cuenta la seguridad, la privacidad y una transición suave al factor humano cuando sea necesario–, estos asistentes pueden convertirse en **socios incansables** que trabajen día y noche por el negocio, cautivando a los clientes con respuestas rápidas y personalizadas, y ayudando a los líderes a tomar decisiones informadas para escalar sus operaciones. La evidencia hasta ahora sugiere que los beneficios superan con creces los desafíos, por lo que la pregunta para las empresas no es “¿debo implementar un agente de voz IA?”, sino más bien “¿cuándo y cómo lo

implemento para maximizar su potencial en mi organización?”. Los que actúen pronto en responderla, probablemente cosecharán las mayores ventajas en esta nueva era de la interacción asistida por IA.

Fuentes y Estudios Citados: Las afirmaciones y datos presentados en esta investigación provienen de una variedad de **estudios de mercado, encuestas y casos documentados**. Se han referenciado informes de consultoras (p. ej. Frost & Sullivan vía Infobip, Gartner vía Globant), artículos especializados y notas de prensa de 2025, así como publicaciones de organizaciones reconocidas como la **American Heart Association**, entre otros. Cada dato clave está respaldado por su fuente en los enlaces adjuntos ⁷ ²⁷ ⁷⁶, para facilitar la consulta y verificación. En conjunto, estas fuentes pintan un panorama convincente del impacto y la necesidad de los agentes de voz IA 24/7 en el mundo empresarial actual.

¹ ² ¹⁸ ¹⁹ ²⁰ ²¹ ²² ²³ ²⁴ ²⁵ **Agentes de Voz de IA en la Atención Médica – Una Guía para la Comunicación con Pacientes 24/7 | Inquire Health**

<https://www.inquire.health/es/blog/agentes-de-voz-de-ia-en-la-atencion-medica-una-guia-para-la-comunicacion-con-pacientes-24-7>

³ ⁴ ¹⁷ ³² ³⁴ ⁴⁰ ⁴¹ ⁴² **Estadísticas clave de Chatbot para 2025: Percepciones, crecimiento del mercado y tendencias**

<https://botpress.com/es/blog/key-chatbot-statistics>

⁵ ⁶ **Mercado de agentes de inteligencia artificial de voz un enorme crecimiento de 47.500 mn**

<https://scoop.market.us/noticias-del-mercado-de-agentes-de-inteligencia-artificial-de-voz/>

⁷ ⁸ ⁹ ¹⁰ ¹¹ ³³ ⁷⁴ **Latinoamérica supera a EE.UU. en adopción de asistentes virtuales y chatbots en bancos y Fintechs - Revista Summa**

<https://revistasumma.com/latinoamerica-supera-a-ee-uu-en-adopcion-de-asistentes-virtuales-y-chatbots-en-bancos-y-fintechs/>

¹² ¹³ ¹⁴ ¹⁵ ¹⁶ ³⁷ ³⁸ ³⁹ ⁷² ⁷³ ⁷⁵ ⁷⁶ **Los agentes de IA impulsan cambios en salud, finanzas y comercio**

<https://www.laecuaciondigital.com/tecnologias/inteligencia-artificial/los-agentes-de-ia-impulsan-cambios-en-salud-finanzas-y-comercio/>

²⁶ ²⁷ ²⁸ ²⁹ ³⁰ ³¹ **Asistentes de voz con IA: una nueva era en el control de la presión arterial**

<https://es.gizmodo.com/asistentes-de-voz-con-ia-una-nueva-era-en-el-control-de-la-presion-arterial-2000191304>

³⁵ ³⁶ **Top 6 Agentes de IA de Voz Comparados: Guía 2025 | expertise.ai**

<https://www.expertise.ai/es/blog/top-6-voice-ai-agents-compared-2025-guide>

⁴³ ⁴⁴ ⁴⁵ ⁴⁶ ⁴⁷ ⁴⁸ ⁴⁹ **Asistentes Virtuales Impulsados por IA en el Sector Inmobiliario**

<https://claudialinares.com/asistentes-virtuales-impulsados-por-ia-en-el-sector-inmobiliario-transformando-la-experiencia-del-cliente/>

⁵⁰ ⁵¹ ⁵² ⁵³ ⁵⁴ ⁵⁵ ⁵⁷ **SOFIA, la asistente de viajes virtual de Despegar, ayuda en la planificación de las vacaciones - Techla Media**

<https://techla.pro/2025/07/21/sofia-la-asistente-de-viajes-virtual-de-despegar-ayuda-en-la-planificacion-de-las-vacaciones/>

⁵⁶ **How AI and RAG Chatbots Cut Customer Service Costs by Millions**

<https://www.nexgencloud.com/blog/case-studies/how-ai-and-rag-chatbots-cut-customer-service-costs-by-millions>

⁵⁸ **Automatización logística a través de asistentes virtuales - EasyCargo**

<https://www.easycargo3d.com/es/blog/asistentes-virtuales-en-logistica-impulsando-el-ahorro-de-costos-y-la-eficiencia/>

⁵⁹ Ayuda de rastreo | UPS - Estados Unidos

<https://es-us.ups.com/us/es/support/tracking-support>

⁶⁰ Mejores herramientas de asistente virtual para empresas de logística

<https://virtualworkforce.ai/es/mejores-herramientas-asistente-virtual-empresas-logistica/>

⁶¹ ⁶² ⁶³ ⁶⁴ ⁶⁵ ⁶⁶ ⁶⁷ ⁶⁸ ⁶⁹ ⁷⁰ ⁷¹ Comparing the Cost of Generative AI vs. IVR vs. Human Agents -

Waterfield Tech

<https://waterfieldtech.com/insights/the-cost-of-generative-ai-vs-ivr-vs-human/>