manivox.ai

FORMACIÓN DE PARTNERS

Academia de Partners

Todo lo necesario para entender, explicar y vender los agentes de voz de Manivox.

Versión del 30 de octubre de 2026

Índice

PARTE A · SENTIRLO

00 Primero, escuchar

01 El problema del teléfono que nadie resolvió

02 Qué ha cambiado: del menú a la conversación

PARTE B · ENTENDERLO

03 Anatomía de una llamada

04 Lo que sabe hacer, y lo que no debe hacer

PARTE C · IMAGINARLO

05 Un día con un agente

06 Biblioteca de casos de uso

PARTE D · VENDERLO

07 Por qué Manivox

08 Confianza: las preguntas que hace cada cliente

09 Su contrato y sus obligaciones

10 De la primera reunión al contrato firmado

PARTE E · MOSTRARLO

11 Recorrido por la plataforma

12 Cree su primera demo

Primero, escuchar

OBJETIVO

Ha tenido una conversación telefónica natural con un agente de IA antes de leer nada sobre él.

Antes de cualquier explicación, llame usted mismo a un agente. La demo de manivox.ai dura dos minutos: elija una voz y un idioma, escriba su nombre y pida una cita. Mantenga la pantalla abierta: cada paso que da el agente aparece en el momento en que lo da.

Llame a la demo

1. Abra manivox.ai e inicie la demo interactiva.
2. Elija una voz y, después, francés, inglés o español.
3. Introduzca sus datos: el agente le saludará por su nombre.
4. Llame al número que aparece y pida una cita.

PARA EL PRESENTADOR

Todavía no explique la tecnología. Deje que hable primero la llamada.

PARA FORMADORES

El acceso a la demo dura un tiempo limitado, así que pida a todos que se registren durante la sesión, no el día antes. Después de la llamada, haga una sola pregunta: ¿cuál de sus clientes pierde llamadas como esta?

ANTE EL CLIENTE

Si el cliente no tiene un teléfono a mano, llame a la demo desde el suyo, con el altavoz puesto. Después de la llamada, haga una sola pregunta: ¿cuántas llamadas como esta pierde su empresa?

¿Qué ha notado?

- Contestó enseguida y le saludó por su nombre.
- Podía interrumpirle, y se detenía a escuchar.
- Le dijo que era una IA, y aun así resultó natural.
- Hizo algo: la cita apareció confirmada en su pantalla.

PARA EL PRESENTADOR

Deje que la gente responda antes de mostrar esta lista. El último punto es el que más importa: el agente no se limitó a hablar, hizo la tarea.

El problema del teléfono que nadie resolvió

OBJETIVO

Sabe describir el coste de las llamadas sin respuesta con las palabras de su cliente.

Las pequeñas empresas siguen funcionando por teléfono. Suena mientras el equipo atiende a un cliente, a la hora de comer o después del cierre. El buzón de voz, la música de espera y los menús de «pulse 1» hacen que el cliente se vaya, y la empresa rara vez sabe cuántas llamadas ha perdido.

Adónde van hoy las llamadas

- En horas punta: suena el teléfono y no hay nadie libre para contestar.
- A la hora de comer y fuera de horario: no contesta nadie.
- Buzón de voz: quien llama tiene que esperar a que le devuelvan la llamada. ¿Cuántos cuelgan antes? Nadie los cuenta.
- Quien llama prueba con la siguiente empresa de la lista.

PARA FORMADORES

Pregunte: ¿cuántas llamadas perdió su mejor cliente la semana pasada? Deje que la sala lo adivine antes de seguir. Si nadie lo sabe, esa es precisamente la cuestión: una llamada perdida no deja rastro.

ANTE EL CLIENTE

Pregunte: ¿cuántas llamadas perdió la semana pasada? La mayoría de las empresas no sabe decirlo, y esa es precisamente la cuestión: una llamada perdida no deja rastro.

Lo que dicen los datos

Los médicos de familia de la región de París pasan unas siete horas a la semana al teléfono, y el 45 % de las llamadas que reciben son peticiones de cita (URPS Île-de-France, encuesta sobre 3.734 llamadas, 2010).

PARA EL PRESENTADOR

Diga de dónde viene la cifra: es una encuesta independiente, no un argumento de un proveedor. Si el cliente no es del sector sanitario, no la traslade. Pregúntele qué parte de sus propias llamadas son peticiones de cita. La encuesta es de 2010 y la reserva de citas en línea ha crecido desde entonces: preséntela como un orden de magnitud, no como el porcentaje exacto de hoy.

Lo que cuesta una llamada perdida

- Consulta: un hueco vacío en la agenda de mañana y un paciente que ya ha encontrado otra consulta.
- Taller: una revisión reservada en el taller de enfrente.
- Hotel: una habitación reservada en una web de reservas, con su comisión.

- Vivienda social: una fuga comunicada a la mañana siguiente, cuando al piso de abajo ya le ha calado el agua.

> **PARA FORMADORES**
>
> Pida a cada partner que termine la frase «Una llamada perdida es…» pensando en su mejor cliente. En la reunión de descubrimiento le pondrá una cifra.

> **ANTE EL CLIENTE**
>
> Pida al cliente que termine la frase «Una llamada perdida es…». Anote su respuesta y úsela palabra por palabra en su propuesta.

Su línea telefónica ya no duerme nunca

Un agente de Manivox contesta cada llamada, entiende la petición y la resuelve, en el idioma de quien llama. Responde con baja latencia, dentro de una pausa normal de conversación.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> No explique todavía la tecnología: eso viene después. Deje el problema y la promesa uno junto al otro.

Qué ha cambiado: del menú a la conversación

OBJETIVO

Sabe distinguir un agente de voz de un menú telefónico, un chatbot y un servicio de secretaría telefónica.

Durante veinte años, «automatizar el teléfono» significaba menús: pulse 1, pulse 2. Quienes llamaban aprendieron a pulsar 0 y esperar a una persona. Lo que ha cambiado es que una máquina ya entiende el lenguaje natural, hace la tarea y responde dentro de una pausa normal de conversación.

Cuatro formas de contestar al teléfono

	MENÚ TELEFÓNICO	CHATBOT	SECRETARÍA TELEFÓNICA	AGENTE DE VOZ
Funciona por teléfono	Sí	No, solo texto	Sí	Sí
Entiende el lenguaje natural	No, teclas o palabras clave	Solo por escrito	Sí	Sí
Hace la tarea (reserva, actualiza)	Tareas sencillas	A veces	Toma un recado	Sí
De día y de noche	Sí	Sí	Con coste extra	Sí
El idioma de quien llama	«Pulse 2 para…»	A menudo	Rara vez	Sí, cambia por sí solo

PARA EL PRESENTADOR

Los clientes suelen decir «eso ya lo tenemos», y se refieren a un menú o a un chatbot. Recorra la tabla fila por fila: la última columna es la única que dice sí en todo.

La regla del segundo

En una conversación, las personas se responden tras una pausa de unos 200 ms, en todos los idiomas estudiados (Stivers et al., PNAS, 2009). Un silencio de alrededor de un segundo es lo máximo que toleramos antes de que parezca un problema (Jefferson, 1989). Un agente de voz tiene que responder dentro de ese margen, o la conversación se rompe.

PARA EL PRESENTADOR

Por eso el tiempo de respuesta es el corazón del producto. «Anatomía de una llamada» muestra en qué se va ese tiempo.

Lo que nota quien llama

- Puede decirlo con sus propias palabras: no hay menú que aprender.
- Puede interrumpir, y el agente se detiene a escuchar.
- Obtiene una respuesta o una cita, no la promesa de que le devolverán la llamada.
- Se le dice que está hablando con una IA, y aun así llega a una persona cuando lo pide.

PARA EL PRESENTADOR

Si puede, ponga la misma petición dos veces: una con un menú telefónico, otra con el agente. La diferencia no necesita explicación.

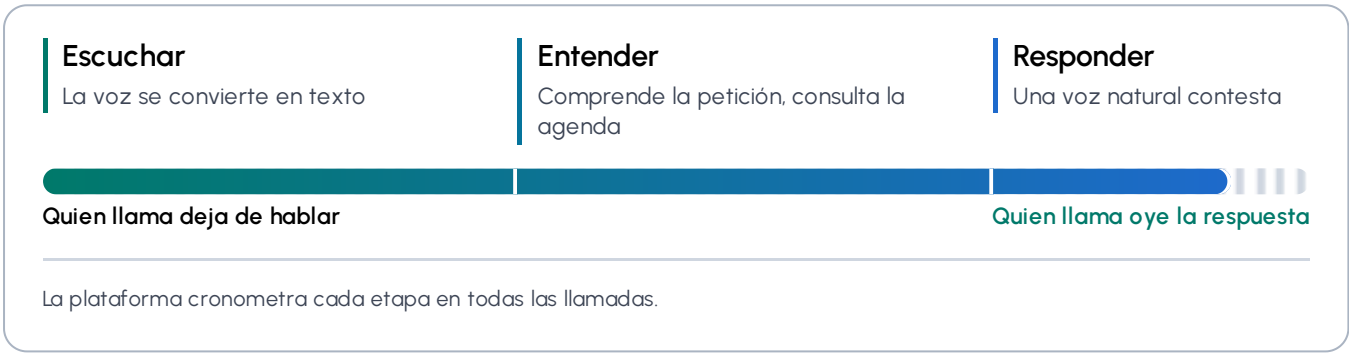
Anatomía de una llamada

OBJETIVO

Sabe dibujar en una pizarra cómo funciona un agente de voz, en cinco cajas.

Un agente de voz tiene oídos, cerebro y voz. También tiene memoria (los documentos del cliente) y manos (los sistemas del cliente). Cuando quien llama necesita a una persona, transfiere la llamada.

Lo que ocurre en la fracción de segundo que sigue a la última palabra de quien llama



La plataforma cronometra cada etapa en todas las llamadas.

PARA EL PRESENTADOR

Cada etapa tiene un presupuesto de tiempo, y la plataforma registra el tiempo real de cada respuesta. De ahí sale «baja latencia»: es una medida, no una promesa de folleto.

Las cinco cajas

- **Oídos:** la voz se convierte en texto mientras quien llama todavía está hablando.
- **Cerebro:** entiende lo que quiere quien llama y decide qué hacer a continuación.
- **Voz:** una voz natural de Cartesia, líder mundial en voz realista.
- **Memoria:** la base de conocimiento: los documentos, tarifas y horarios del cliente.
- **Manos:** las conexiones con la agenda, el CRM o el sistema de incidencias.

PARA EL PRESENTADOR

Dibuje las cinco cajas en una pizarra y pida al cliente que nombre su propia memoria (documentos) y sus propias manos (software). Esa lista es el punto de partida del proyecto.

El workflow: los pasos acordados de antemano

El agente no improvisa el trabajo. Sigue un workflow aprobado por la empresa: saludar, entender el motivo de la llamada, consultar la agenda, reservar, confirmar. Dentro de cada paso, habla con libertad.

Escuche una llamada, paso a paso

Clínica dental, reserva de cita

0:00	AGENTE	Clínica Dental Las Lilas, buenos días. Soy la asistente de inteligencia artificial de la clínica. ¿En qué puedo ayudarle?
0:08	LLAMANTE	*Me duele una muela desde ayer. ¿Puedo ir pronto?*
0:11	AGENTE	Lo siento mucho. Consulto la agenda.
0:14	ACCIÓN	`Agenda consultada: mañana a las 9:30 con la doctora Martín está libre`
0:15	AGENTE	La doctora Martín puede atenderle mañana a las 9:30. ¿Se lo reservo?
0:20	LLAMANTE	*Sí, perfecto.*
0:22	AGENTE	Muy bien. ¿Me dice su nombre, por favor?
0:25	LLAMANTE	*Clara Durán.*
0:26	ACCIÓN	`Cita registrada para Clara Durán`
0:27	AGENTE	Gracias, señora Durán. Su cita queda reservada para mañana a las 9:30. Que se mejore.

PARA EL PRESENTADOR

Haga una pausa en el momento en que el agente consulta la agenda. Señale la caja que está trabajando: primero los oídos, luego el cerebro, luego las manos y, por último, la voz.

Lo que sabe hacer, y lo que no debe hacer

> **OBJETIVO**
> Sabe enumerar lo que hace un agente, y sabe qué peticiones rechazar.

Ocho verbos cubren casi todos los proyectos. Saber lo que no debe hacer importa tanto como saber lo que hace.

Durante la llamada

- **Contestar** cada llamada, a cualquier hora.
- **Entender** el lenguaje natural en 42 idiomas, y cambiar de idioma cuando cambia quien llama.
- **Buscar** respuestas en la base de conocimiento del cliente.
- **Actuar:** reservar, cancelar, actualizar una ficha o abrir una incidencia en los sistemas del cliente.
- **Transferir** a una persona cuando quien llama lo pide, o cuando el caso lo requiere.

42 idiomas

Un mismo agente puede hablar varios idiomas. Sigue el idioma de quien llama durante la llamada, con una voz, una velocidad y unos mensajes propios para cada idioma.

- **Soporte completo, 8 idiomas:** francés, inglés, español, alemán, italiano, neerlandés, polaco y portugués. Las fechas relativas («el martes que viene»), los números dichos con palabras y las direcciones de correo deletreadas se entienden de forma nativa.
- **Soporte estándar, 34 idiomas:** la conversación completa y los agentes multilingües. Las fechas relativas, los números con palabras y las direcciones deletreadas pueden entenderse con menos precisión.

> **PARA EL PRESENTADOR**
> Antes de prometer un idioma, compruebe su insignia en el editor: «Soporte completo» o «Compatible». Para un proyecto que toma citas o números en un idioma con soporte estándar, pruébelo con la forma de hablar de llamantes reales.

Los 34 idiomas con soporte estándar

Árabe · bengalí · búlgaro · checo · chino · coreano · croata · danés · eslovaco · finés · griego · guyaratí · hebreo · hindi · húngaro · indonesio · japonés · canarés · malayo · malayalam · maratí · noruego · panyabí · rumano · ruso · sueco · tagalo · tailandés · tamil · telugu · turco · ucraniano · urdu · vietnamita.

El hebreo y el urdu se entienden, y sus voces se están activando: todavía no se ofrecen en el editor.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> No venda el hebreo ni el urdu hasta que aparezcan en la lista de idiomas del editor. Un idioma solo se ofrece cuando hay una voz disponible para él.

Alrededor de la llamada

- **Llamar:** recordatorios, confirmaciones y encuestas, con campañas salientes.
- **Medir:** cada llamada se transcribe, se resume y se puntúa según los objetivos que fija el cliente.
- **Hacer seguimiento:** los SMS y correos de seguimiento después de la llamada llegarán próximamente.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> Sin objetivos no hay puntuación. Acuerde con el cliente qué cuenta como una llamada con éxito (una cita reservada, una pregunta respondida) y configúrelo como KPI antes de la puesta en vivo.

Lo que no vendemos

- La prospección en frío a particulares en Francia sin su consentimiento previo, obligatorio desde el 11 de agosto de 2026. Las llamadas entre empresas quedan fuera de esa ley.
- Un agente que oculta que es una IA, o que se hace pasar por una persona real.
- El consejo médico o el triaje, y las líneas de emergencia o de crisis. El agente puede derivar una emergencia, nunca gestionarla.
- Decisiones sobre personas, como la contratación, la solvencia o el acceso a servicios esenciales, sin el acuerdo por escrito de Manivox.
- La manipulación, el cobro de deudas agresivo, el reconocimiento de emociones y la clonación de voz.

> **PARA FORMADORES**
>
> Decir que no a estos proyectos genera más confianza que cualquier demo. Los clientes recuerdan al partner que les dijo qué no automatizar.

> **ANTE EL CLIENTE**
>
> Muestre esta diapositiva aunque nadie lo pregunte. Decir lo que rechazamos hace creíble el resto de la lista.

Un día con un agente

OBJETIVO

Sabe contar tres historias de antes y después en las que sus clientes potenciales se reconocen.

Tres empresas, un día. Cada historia es un tipo de llamada que las pequeñas empresas reciben todas las semanas, contada dos veces: como ocurre hoy y como ocurre con un agente.

Lunes, 8:05. La auxiliar de la clínica dental está con un paciente.

Hoy: suena el teléfono y nadie puede contestar. Buzón de voz. El paciente llama a la siguiente clínica de la lista.

Con Manivox: el agente contesta enseguida, encuentra un hueco libre en la agenda y lo reserva. La auxiliar se encuentra la cita ya anotada en el calendario.

Escuche la llamada de las 8:05

Clínica dental, reserva de cita

0:00	AGENTE	Clínica Dental Las Lilas, buenos días. Soy la asistente de inteligencia artificial de la clínica. ¿En qué puedo ayudarle?
0:08	LLAMANTE	*Me duele una muela desde ayer. ¿Puedo ir pronto?*
0:11	AGENTE	Lo siento mucho. Consulto la agenda.
0:14	ACCIÓN	`Agenda consultada: mañana a las 9:30 con la doctora Martín está libre`
0:15	AGENTE	La doctora Martín puede atenderle mañana a las 9:30. ¿Se lo reservo?
0:20	LLAMANTE	*Sí, perfecto.*
0:22	AGENTE	Muy bien. ¿Me dice su nombre, por favor?
0:25	LLAMANTE	*Clara Durán.*
0:26	ACCIÓN	`Cita registrada para Clara Durán`
0:27	AGENTE	Gracias, señora Durán. Su cita queda reservada para mañana a las 9:30. Que se mejore.

PARA EL PRESENTADOR

La primera frase le dice a quien llama que habla con una IA, como exige el Reglamento europeo de IA. Haga notar lo breve y cálida que es: avisar no tiene por qué sonar a aviso legal.

12:30. Los mecánicos están debajo de un coche.

Hoy: el teléfono suena en una recepción vacía. Un cliente quiere reservar una revisión y pregunta si su coche está listo. Alguien se limpia las manos y va a contestar, o no va nadie.

Con Manivox: el agente reserva la revisión en la agenda del taller y consulta el estado de la reparación en el sistema del taller. Los mecánicos siguen trabajando.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> «¿Está listo mi coche?» es la llamada que todo taller se sabe de memoria. Pregunte a su cliente potencial cuántas recibe al día.

2:10 de la madrugada. Un huésped llama al hotel en alemán.

Hoy: un solo recepcionista de noche, cola en el mostrador y un huésped que no habla el idioma del país.

Con Manivox: el agente contesta en alemán, explica cómo funciona la llegada tardía y deja el recado en Recepción para el equipo de la mañana. Si el huésped pasa al inglés, el agente también.

> **PARA FORMADORES**
>
> Tres sectores, tres momentos del día. Pregunte qué historia se parece más al mejor cliente potencial de cada partner, y pídale que la cuente con sus propias palabras.

> **ANTE EL CLIENTE**
>
> Pregunte cuál de las tres se parece más a su empresa, y dedique su tiempo a esa.

Biblioteca de casos de uso

OBJETIVO

Encuentra la historia de apertura adecuada para cualquier cliente potencial en menos de un minuto.

Cada ficha abre una conversación: el problema, lo que hace el agente, con qué se conecta y cómo se mide el éxito. Las fichas marcadas «Ya en servicio con clientes» describen agentes que ya funcionan para clientes de nuestros partners.

Encuentre a su cliente potencial

CUALQUIER EMPRESA

Centralita y recepción inteligentes

Para proponer primero · Entrante · Inicial

EL PROBLEMA

Las llamadas caen en quien esté libre, o en nadie. Los recados se pierden.

QUÉ HACE EL AGENTE

Pregunta el motivo de la llamada, dirige la llamada a la persona adecuada, toma un recado si está ocupada, informa de horarios y cómo llegar.

SE CONSTRUYE CON

Enrutador, transferencia, base de conocimiento, Recepción (tablero de llamadas y bandeja de mensajes).

> Enrutador: el primer paso del workflow. Pregunta el motivo de la llamada y la dirige al paso o a la persona adecuados.

QUÉ MEDIR

Llamadas atendidas, porcentaje resuelto sin transferencia, recados entregados.

Nota: El primer proyecto universal: todo cliente potencial tiene una línea telefónica, y el primer día no requiere integración.

AUTOMOCIÓN

Talleres y concesionarios

Para proponer primero · Ya en servicio con clientes · Entrante · Conectado

EL PROBLEMA

Los mecánicos no pueden contestar mientras trabajan, y las llamadas de «¿está listo mi coche?» interrumpen a todos.

QUÉ HACE EL AGENTE

Reserva revisiones, informa del estado de la reparación, toma recados para el taller.

SE CONSTRUYE CON

Agenda del taller o sistema del concesionario (DMS), transferencia a recepción, peticiones de devolución de llamada.

QUÉ MEDIR

Citas reservadas, consultas de estado resueltas sin el equipo.

Medido por Manivox: 20 agentes de concesionarios en producción atendieron unas 12.000 llamadas entrantes en cuatro meses. Estudio independiente de cliente misterioso en 2.105 concesionarios de EE. UU.: la IA concertó la cita de taller en el 86 % de las llamadas, el personal en el 90 % (Pied Piper PSI, 2025).

SALUD

Consultas médicas y paramédicas

Para proponer primero · Entrante · Conectado

EL PROBLEMA

La auxiliar está con un paciente, suena el teléfono y el paciente llama a otra consulta.

QUÉ HACE EL AGENTE

Da, cambia y cancela citas, responde preguntas prácticas, pasa los casos urgentes a una persona.

SE CONSTRUYE CON

Conector de agenda, base de conocimiento, transferencia.

QUÉ MEDIR

Citas reservadas, llamadas atendidas fuera de horario.

Fuente independiente: El 45 % de las llamadas a médicos de familia son peticiones de cita, y pasan unas 7 horas a la semana al teléfono (URPS Île-de-France, 2010). Solo gestión administrativa, nunca consejo médico. Los datos de salud son sensibles: comunique el agente a Manivox antes de ponerlo en vivo.

VIVIENDA

Vivienda social: la línea de inquilinos 24/7

Ya en servicio con clientes · Entrante · Conectado

EL PROBLEMA

Miles de inquilinos, fugas de noche, las mismas preguntas sobre el alquiler cada día.

QUÉ HACE EL AGENTE

Registra incidencias técnicas, informa del estado de una solicitud, responde sobre el alquiler, pasa las urgencias reales al equipo de guardia.

SE CONSTRUYE CON

Enrutador, pasos especializados, servicio web de incidencias, transferencia para urgencias.

> Enrutador: el primer paso del workflow. Pregunta el motivo de la llamada y la dirige al paso o a la persona adecuados.

QUÉ MEDIR

Solicitudes registradas de noche, consultas de estado resueltas, urgencias transferidas.

Medido por Manivox: Creado por dos integradores en producción, entre ellos un asistente 24/7 para un gran gestor de vivienda social.

HOSTELERÍA

Hoteles

Entrante · Conectado

EL PROBLEMA

De noche hay una sola persona en recepción, y los huéspedes extranjeros llaman en su idioma.

QUÉ HACE EL AGENTE

Responde 24/7 en el idioma del huésped, recoge solicitudes de reserva, pasa las quejas al equipo.

SE CONSTRUYE CON

Base de conocimiento a partir de la web, cambio de idioma automático, transferencia.

QUÉ MEDIR

Llamadas nocturnas atendidas, solicitudes de reserva captadas.

Dato del proveedor: PolyAI afirma que algunos hoteles automatizan un tercio de las llamadas de reserva (dato del proveedor).

LOGÍSTICA

Confirmación y reprogramación de entregas

Saliente · Conectado

EL PROBLEMA

Una entrega fallida cuesta un segundo viaje.

QUÉ HACE EL AGENTE

Llama el día anterior para confirmar la franja o cambiarla, y reconoce al cliente si devuelve la llamada.

SE CONSTRUYE CON

Campaña saliente, horarios de llamada, reintentos, reconocimiento de quien devuelve la llamada.

QUÉ MEDIR

Tasa de contacto, franjas confirmadas, entregas fallidas evitadas.

Nota: Clientes existentes, así que el consentimiento no es un problema. Aún no tenemos resultados medidos en llamadas salientes.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> Filtre por el sector del cliente potencial antes de la reunión, y ponga la llamada correspondiente en los primeros cinco minutos. ¿Ninguna coincide exactamente? Empiece por la centralita inteligente: toda empresa tiene una línea telefónica.

Cómo leer una ficha

- **Nivel:** Inicial funciona desde el primer día, sin integración. Conectado lee y escribe en la agenda o el software del cliente. Avanzado combina varios pasos especializados.
- **Fuente:** las cifras «Fuente independiente» y «Medido por Manivox» pueden citarse tal cual. Un «Dato del proveedor» es un caso de éxito de otro proveedor: dígalo cuando lo cite. Una «Nota» es contexto, no un resultado.
- **Qué medir:** lo que hay que contar en los primeros 30 días, para que el cliente vea el resultado.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> Nunca prometa a un cliente un resultado que no hayamos medido. Prometa la medida: «En 30 días, los dos sabremos cuántas llamadas ha contestado y cuántas citas ha reservado».

Por qué Manivox

OBJETIVO

Da siete razones de corrido, y sitúa a Manivox entre sus competidores.

Muchas empresas venden agentes de voz. Estas siete razones son las que un cliente puede comprobar por sí mismo.

Siete razones: lo que obtiene el cliente

1. **Un operador de telecomunicaciones.** Manifone es un operador de comunicaciones electrónicas declarado: proporciona los números y gestiona la propia telefonía, no una capa por encima de la de otro.
2. **Alojado en Francia.** El núcleo de la plataforma funciona en Francia, sobre una infraestructura propiedad de Manifone: los modelos de lenguaje, el motor de voz principal, la base de conocimiento y la telefonía. El reconocimiento de voz funciona en la UE, con un proveedor estadounidense.
3. **Responde con baja latencia,** y el tiempo de cada respuesta se ve en el detalle de la llamada.
4. **Voces de Cartesia,** líder mundial en voz natural, con cambio automático de idioma durante la llamada.

Siete razones: cómo trabaja usted

1. **Probado antes de ponerlo en vivo:** Agent Lab llama al agente con llamantes de prueba, también difíciles, y vuelve a reproducir llamadas anteriores tras un cambio.
2. **Construido visualmente:** un editor de workflow muestra los pasos de la llamada, las rutas entre ellos y las herramientas que puede usar cada paso. Sin código.
3. **Pensado para partners:** una cuenta por cliente, un portal del cliente con su logotipo, y la elección entre la marca Manivox y la marca blanca.

PARA EL PRESENTADOR

Agent Lab se activa por cuenta: pida a Manivox que lo active en su cuenta de demostración antes de su primera reunión.

PARA EL PRESENTADOR

Diga «alojado en Francia», «modelos de lenguaje autoalojados» y «operador de telecomunicaciones francés». Nunca diga «soberano» ni «ningún dato sale de Francia»: el reconocimiento de voz viene de una empresa estadounidense, y un cliente que lea el contrato lo verá.

Dónde nos situamos

- **Plataformas para desarrolladores** (Vapi, Retell): piezas potentes para equipos que programan y montan su propia solución.
- **Complementos de centralita** (Aircall, Ringover, Allo): fáciles de activar, centrados en contestar y tomar recados.
- **Suites de centro de contacto para grandes empresas** (Cognigy, Parloa, Zaion): pensadas para grandes centros de contacto, con proyectos largos y grandes presupuestos.
- **Manivox:** un agente completo que un partner puede crear, probar y operar para una pequeña o mediana empresa, sobre una red telefónica que operamos nosotros.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> Nunca critique a un competidor por su nombre delante de un cliente. Describa la categoría y deje que el cliente sitúe a los demás.

Confianza: las preguntas que hace cada cliente

OBJETIVO

Responde con calma a las seis objeciones clásicas, con una fuente para cada respuesta.

Todas las empresas hacen las mismas seis preguntas antes de confiar en un agente de voz. Cada respuesta se apoya en una fuente, o en algo que se puede ver en pantalla.

«A mis clientes no les va a gustar nada hablar con un robot.»

El 64 % de los clientes dice que preferiría que las empresas no usaran IA en la atención al cliente, y su mayor temor es no poder hablar con una persona (Gartner, 2024). Por eso cada agente ofrece una forma de hablar con una persona, y lo dice.

PARA EL PRESENTADOR

Después, ponga la llamada. La objeción va contra los bots malos, no contra este.

«Va a decir algo incorrecto.»

Responde a partir de la propia base de conocimiento del cliente. KB Doctor revisa los documentos en busca de contradicciones, textos provisionales y datos básicos que faltan, como el horario. Agent Lab prueba el agente con llamantes difíciles antes de ponerlo en vivo. Cada llamada real se transcribe, así que el cliente puede leer exactamente lo que se dijo.

PARA EL PRESENTADOR

KB Doctor puede dar falsas alarmas y nunca modifica los documentos del cliente. Revise sus hallazgos con el cliente: es una lista de comprobación, no un veredicto.

«¿Esto es legal?»

- El núcleo de la plataforma está alojado en Francia. El reconocimiento de voz funciona en la UE con un proveedor estadounidense, y el contrato lo dice claramente.
- La empresa es la responsable del tratamiento, su partner el encargado y Manivox el subencargado. Cada subencargado figura en el portal del cliente, o en el contrato del partner.
- El saludo dice que es una IA, como exige el Reglamento europeo de IA desde el 2 de agosto de 2026.
- Los datos de las llamadas nunca se usan para entrenar modelos de IA. No hay biometría de voz ni reconocimiento de emociones.
- Las grabaciones se eliminan a los 7 días, pueden desactivarse para cada agente, o ir directamente al almacenamiento de la empresa.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> Las transcripciones se conservan un año por defecto; ese plazo puede acortarse. Para un cliente que pida una evaluación de impacto (EIPD) o un análisis de transferencias, Manivox proporciona una ficha de ayuda y un dosier de transferencias confidencial. Vea «Su contrato y sus obligaciones», e implique a Manivox antes de prometer nada.

«La gente cuelga cuando oye que es una IA.»

Decirlo es obligatorio, así que la cuestión es cómo. En llamadas de servicio (citas, consultas de estado, información), funciona un saludo breve y útil: «Soy el asistente de IA de la consulta. Puedo darle cita ahora mismo».

«¿Va a sustituir a mi equipo?»

Se encarga de las llamadas repetitivas, los picos, la hora de comer y las noches. El equipo se queda con las llamadas que lo necesitan, y empieza cada día con los recados de la noche ya esperándolo.

«Seguro que es complicado de poner en marcha.»

El agente se construye en un editor visual: los pasos de la llamada, las rutas entre ellos y las herramientas que puede usar cada paso. Agendas y CRM se conectan mediante conectores de apps listos para usar (Google Calendar, HubSpot, Salesforce y muchos más) o mediante los propios servicios web del cliente. El partner lo configura, y la empresa lo revisa y lo aprueba antes de ponerlo en vivo.

Su contrato y sus obligaciones

OBJETIVO

Sabe explicar quién es responsable de qué, y qué hacer antes de poner en vivo un agente.

Vender Manivox significa aceptar dos documentos, las condiciones generales de uso y el contrato de encargo del tratamiento (DPA), y trasladar sus obligaciones a sus clientes. Este capítulo es la versión en lenguaje claro. Los contratos prevalecen.

Quién es quién según el RGPD

- **Su cliente** es el responsable del tratamiento: decide para qué se atienden las llamadas.
- **Usted** es su encargado del tratamiento: diseña y gestiona el agente por cuenta del cliente.
- **Manivox** es su subencargado: proporciona la infraestructura.
- **Sus propios agentes**, como su recepción o su línea comercial, le convierten en responsable del tratamiento, y a Manivox en su encargado directo.
- La cuenta en la que está el agente, la suya o la de un cliente, determina qué caso se aplica.

PARA EL PRESENTADOR

Los roles siguen a los hechos, no a los documentos. Un partner que decide por su cuenta para qué sirve el agente de un cliente podría ser considerado corresponsable del tratamiento.

Lo que usted firma, y la marca que elige

- Aceptar las condiciones generales supone aceptar el DPA. En cualquier momento puede generarse desde la Consola una copia de confirmación firmada.
- **Marca Manivox:** usted vende con la marca Manivox, con una licencia de uso.
- **Marca blanca:** usted vende con su propia marca. En la Consola y en el portal del cliente solo cambia el logotipo; el portal sigue en manivox.ai.
- Para una interfaz totalmente con su nombre y en su dominio, construya la suya sobre la API de Manivox.
- Cambiar de un régimen a otro requiere un preaviso de 60 días.

El Reglamento de IA: quién es el proveedor

- **Marca Manivox:** Manivox es el proveedor del sistema de IA; usted y su cliente son responsables del despliegue.
- **Marca blanca:** usted pasa a ser el proveedor, porque el sistema se vende con su nombre. Manivox le facilita la información necesaria sobre sus capacidades y sus límites.
- **En ambos casos,** el saludo de cada agente debe decir que es una IA. Configurarlo le corresponde a usted.

- El marcado legible por máquina de la voz sintética corresponde a Manivox, dentro de lo que permite la telefonía. No lo desactive nunca.

Lo que traslada a cada cliente

- Un contrato con cláusulas de protección de datos equivalentes a las que usted ha aceptado.
- La lista de subencargados. Los clientes que usan el portal del cliente la consultan allí; para los demás, inclúyala en su contrato.
- Que existen las transcripciones, las grabaciones y su acceso «como la cuenta» a su portal.
- Las normas sobre la grabación de llamadas en su país, y qué decir a quien llama.
- Cualquier aviso de Manivox sobre un cambio de subencargado.

Antes de poner en vivo un agente

- **Datos de salud u otros datos sensibles:** comunique el agente a Manivox, acorte el plazo de conservación, mantenga el modelo de lenguaje autoalojado y no introduzca nunca esos datos en Copilot.
- **Sus propias herramientas** (su propio modelo de lenguaje, un servicio web, un servidor MCP, una base de conocimiento externa): declare cada nuevo tercero en la Consola, y tenga su propio contrato de encargo con él.
- **Prospección saliente:** marque la declaración de consentimiento antes de cada campaña, y conserve usted mismo la prueba de cada consentimiento.
- **El saludo** dice que es una IA, y el aviso de grabación se adapta al país.

Adónde van los datos

- **En Francia, sobre una infraestructura propiedad de Manifone:** modelos de lenguaje, motor de voz principal, base de conocimiento, bases de datos, telefonía, portal del cliente.
- **Reconocimiento de voz:** una empresa estadounidense, tratamiento en la UE, sin conservación.
- **Motor de voz de respaldo:** solo se usa durante una incidencia del principal y solo recibe el texto de las respuestas del agente, nunca la voz de quien llama.
- **Conectores de apps:** una plataforma de integración estadounidense, sin alojamiento en la UE. No se envía ningún dato mientras usted no configure un conector.
- **Copilot:** un punto de acceso europeo, y solo lo que su equipo introduce durante el diseño. Nunca datos de llamadas en directo.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> Para un cliente que quiera evitar en lo posible los tratamientos fuera de la UE: mantenga el modelo de lenguaje autoalojado, conecte sus sistemas mediante servicios web en lugar de conectores de apps, y no use Copilot en su cuenta. El reconocimiento de voz no puede evitarse.

Lo que Manivox se compromete a cumplir

- Los datos de las llamadas nunca se usan para entrenar modelos de IA. Sin biometría de voz, sin reconocimiento de emociones, sin clonación de voz.
- Cualquier violación de datos se le notifica en un máximo de 48 horas, por fases, para que su cliente cumpla su propio plazo de 72 horas.
- Una disponibilidad mensual del 99,5 %. El soporte atiende una incidencia en 1 hora, 4 horas u 8 horas laborables según su gravedad, en horario laborable francés (de lunes a viernes, de 9:00 a 18:00).
- Las grabaciones se eliminan a los 7 días y las transcripciones a los 365 días por defecto, y todo se elimina o se devuelve en los 30 días siguientes al fin del contrato.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> Todavía no hay certificación de seguridad: Manivox aplica un sistema de gestión de la seguridad alineado con ISO 27001. Diga exactamente eso, nunca «certificado». Para un cuestionario de seguridad o del Reglamento de IA de un cliente, una evaluación de impacto (EIPD) o un análisis de transferencias, pregunte a Manivox: existen una ficha de ayuda y un dosier de transferencias confidencial. El delegado de protección de datos está en dpo@manifone.com.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> Este capítulo resume las condiciones generales v1.1 y el DPA en su versión de septiembre de 2026, ambos todavía en revisión por un abogado. No cite números de artículo a un cliente, y no prometa nada que los contratos no digan.

De la primera reunión al contrato firmado

OBJETIVO

Dirige una reunión de descubrimiento, dimensiona la oportunidad y propone un paquete en menos de 30 días.

Normalmente bastan tres reuniones: descubrir, mostrar, proponer. Su trabajo en la primera es escuchar y salir con las cifras del propio cliente.

Descubrimiento: las llamadas

1. ¿Cuántas llamadas al día, y cuántas quedan sin respuesta o van al buzón de voz?
2. ¿Cuáles son los tres motivos principales de llamada?
3. ¿Cuánto vale una llamada perdida: una cita, un paciente, una reparación?

Descubrimiento: el negocio

1. ¿Quién contesta fuera de horario y a la hora de comer?
2. ¿Qué agenda, CRM o software de gestión utilizan?
3. ¿Quién decide, y cómo sería un éxito en 30 días?

PARA EL PRESENTADOR

La pregunta 5 decide el nivel del proyecto. Sin software, o con un software al que no se puede conectar: empiece por Inicial. Una agenda o un CRM con conector o servicio web: Conectado.

Dimensiónelo con las cifras del cliente

Llamadas por semana	120
Porcentaje sin respuesta	25 %
Clientes no atendidos que se van a otro sitio	30 %
Valor de una cita o un trabajo	80 €

INGRESOS EN JUEGO AL MES

3.118 €

39 clientes perdidos al mes

Valores de ejemplo. En la reunión, rellénelo con las cifras del cliente.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> Rellénelo con el cliente, con sus cifras, no con las nuestras. Si no sabe cuántas llamadas pierde, eso será lo primero que mida el agente.

Entre la primera y la segunda reunión

- Cree un agente de demostración a partir de la web del cliente potencial (vea «Cree su primera demo»).
- En la segunda reunión, llame al agente delante del cliente, con el altavoz puesto.
- Salga con una medida acordada para los primeros 30 días.

Paquetes y precios

Paquetes Inicial, Conectado y Avanzado, a precio mensual fijo. Manivox le factura por minuto de conversación, todo incluido (reconocimiento de voz, modelo de lenguaje, voz, base de conocimiento y grabación), sin cuotas por usuario. Los números, las llamadas salientes y las transferencias se facturan aparte. Los precios de los paquetes irán aquí cuando estén decididos.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> Manivox le acompaña en la venta de sus primeras operaciones. Registre la operación antes de la segunda reunión.

Recorrido por la plataforma

OBJETIVO

Reconoce cada pantalla como algo que ya entiende.

El recorrido sigue la vida de un agente, en el orden de la historia que ya conoce. Cada pantalla es una de las cinco cajas, o uno de los pasos previos a ponerlo en vivo. El curso Construir enseña cada una en la práctica.

1. El workflow: los pasos que oyó en la llamada

El lienzo muestra la llamada como una cadena de nodos: el nodo de inicio saluda, los nodos Agente se ocupan de cada tema, un Enrutador envía a quien llama al adecuado, Transferir y Colgar terminan la llamada. Es el manual de trabajo del cerebro.

PARA EL PRESENTADOR

Hasta que se añadan las capturas de pantalla, haga este recorrido en directo en su cuenta de demostración. Curso Construir: lecciones 1 y 3.

2. Las rutas: cómo avanza la llamada

Cada nodo tiene sus rutas de salida: «quien llama quiere una cita», «quien llama pide hablar con una persona». Un clasificador elige la ruta según lo que dice quien llama; las reglas la eligen según una variable o el resultado de una herramienta. Curso Construir: lección 7.

3. La base de conocimiento: la memoria del agente

Documentos, tarifas y páginas web, en un solo lugar, vinculados a todo el agente o a un solo nodo. KB Doctor los revisa después de cada subida; «Ejecutar control de calidad» lo vuelve a lanzar cuando usted quiera.

4. Conexiones: las manos del agente

Servicios Web y Conectores de apps: aquí es donde el agente obtiene acceso a la agenda, el CRM o el sistema de incidencias, una herramienta cada vez, en el nodo que la necesita.

5. Pruébelo en el navegador

Una llamada de prueba en el navegador ejecuta la versión que está editando, o la versión en vivo. Es la forma más rápida de oír un cambio, y funciona antes de que el agente tenga un número.

6. Agent Lab lo demuestra antes de ponerlo en vivo

Llamantes de prueba, también difíciles, llaman al agente y comprueban el resultado. Cuando una prueba falla, Agent Lab propone una corrección. Las pruebas nunca tocan los sistemas reales del cliente.

7. Un número y, después, «Poner en vivo»

Pida un número para la cuenta del cliente (una vez validada su verificación de identidad) y asígnelo al workflow. «Poner en vivo» hace que la versión que usted ve sea la que oyen quienes llaman.

8. Llamadas: transcripciones, resúmenes y grabaciones

El historial de llamadas guarda cada llamada, con su transcripción, los pasos que recorrió, las variables recogidas, un resumen, la grabación y el tiempo de respuesta de cada intervención del agente.

9. Estadísticas

Llamadas, duración y finalización, en qué momentos llegan las llamadas, tiempos de respuesta y la puntuación de calidad según los objetivos del cliente.

10. Las cuentas y el portal del cliente

Una cuenta por cliente, con sus propios agentes, números y estadísticas. El cliente entra en el portal, con el logotipo de usted, y ve sus llamadas y mensajes en Recepción. El portal sigue en manivox.ai, incluso en marca blanca.

> **PARA EL PRESENTADOR**
>
> Copilot también puede redactar un primer workflow a partir de una web, una vez activado en la cuenta. Muéstrelo al final, después de las pantallas anteriores: el partner tiene que saber leer y corregir lo que produce.

Cree su primera demo

OBJETIVO

Sale con un agente de demostración que funciona para un cliente potencial real, creado por usted.

La mejor demo es la que se crea a partir de la web de su propio cliente potencial: el cliente oye su propio horario, sus propios servicios, su propio nombre. Se tarda unos quince minutos, en el editor.

Quince minutos, una web

1. En su cuenta de demostración, cree un nuevo workflow de agente. En Inicialización, elija el idioma, el modelo y una voz.
2. En el nodo de inicio, escriba un mensaje de bienvenida que diga que es una IA, y un prompt con los servicios y el horario del cliente potencial, sacados de su web.
3. Añada un nodo Colgar y una ruta de salida «quien llama ha terminado», y conéctelos.
4. Guarde, y pruébelo con una llamada de prueba en el navegador.
5. En la reunión, lance la llamada de prueba en el navegador desde su portátil, con el altavoz puesto.

PARA EL PRESENTADOR

Use solo la web pública del cliente potencial, nunca sus documentos privados, hasta que haya firmado. El curso Construir recorre paso a paso exactamente esto (lecciones 1 a 6) y después añade el enrutamiento, las herramientas y el conocimiento.

Su propia línea comercial

Usted recibe también un agente de demostración que presenta su oferta en su propio número. Parta de la plantilla y adáptela.

Certificación

Un agente de demostración creado por usted, revisado por Manivox. Los partners integradores van más allá con el proyecto final del curso Construir: un agente completo, creado a partir de un pliego de requisitos en su cuenta de formación.

PARA EL PRESENTADOR

Traiga el agente de demostración que creó para un cliente potencial real. Es la mejor prueba de que puede hacerlo para el siguiente.