



MÁS ALLÁ DEL HYPE:

**Lo que los profesionales
de CX piensan
realmente sobre la IA**



Introducción

La inteligencia artificial (IA) ha sido un área clave de innovación durante años, y su impulso sigue creciendo. Desde aumentar la productividad hasta mejorar la Experiencia de Cliente, la IA está llegando a cada rincón de las empresas, y los equipos de CX no son una excepción. Ya sea automatizando tareas, acelerando flujos de trabajo o elevando la interacción con los clientes, la IA se ha convertido rápidamente en un arma secreta para los equipos de gestión de experiencias.

Pero con un gran poder viene una gran responsabilidad. A medida que la IA se integra más en la Experiencia de Cliente, la seguridad de los datos, la privacidad y la precisión se vuelven fundamentales. Aunque el valor de la IA radica en su capacidad para ofrecer insights más profundos y agilizar la toma de decisiones, las organizaciones deben garantizar que cada decisión basada en IA sea confiable. Para comprender mejor estas dinámicas, Medallia Market Research encuestó a 820

profesionales de Experiencia de Cliente. Para nuestra sorpresa, casi todas las marcas se están sumando al auge de la IA, con pocas excepciones. Sin embargo, el camino hacia una implementación estratégica de la IA no es directo. Está lleno de giros, ajustes y replanteamientos mientras las empresas descubren cómo aprovechar al máximo esta tecnología en constante evolución.

Este informe profundiza en los detalles: cómo los equipos de CX están utilizando la IA hoy, qué se vislumbra en el horizonte y quiénes liderarán la revolución de la IA. Además, exploraremos cómo inversiones inteligentes en IA pueden ayudar a las organizaciones a superar a la competencia y mantener su ventaja estratégica.



Autor

Andrew Custage
Head of Research Insights

01

Resumen Ejecutivo

La IA no solo está cumpliendo con las expectativas, las está superando por completo.

El **60%** de los profesionales de CX afirma que la IA ha superado sus expectativas, mientras que otro **36%** señala que está cumpliendo exactamente lo prometido.



60%

A horizontal progress bar consisting of a blue segment on the left and a grey segment on the right, with the value '60%' centered in white text within the blue segment.

36%

A horizontal progress bar consisting of a dark blue segment on the left and a grey segment on the right, with the value '36%' centered in white text within the dark blue segment.

Costes

Riesgo de Pérdida de empleo

Protección de datos

Precisión

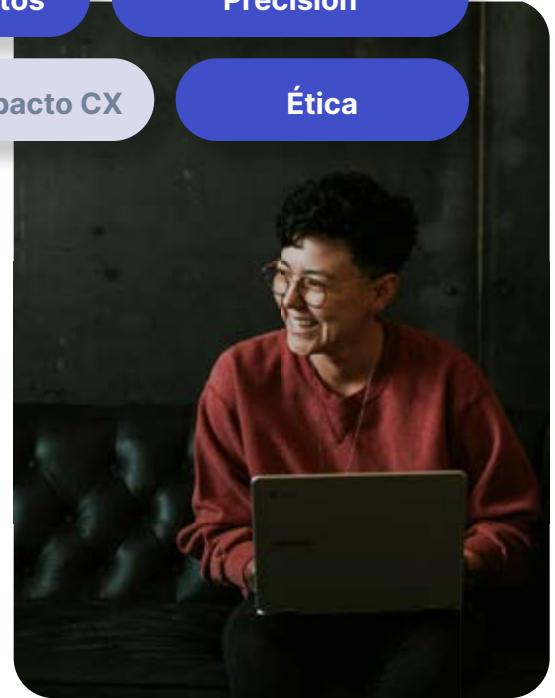
Sesgo

Impacto CX

Ética

Pero no todo es color de rosa. Aún persisten algunas preocupaciones en el horizonte.

Los principales riesgos que preocupan a los profesionales de CX son la precisión, la posible pérdida de empleos, la protección de datos, el sesgo y el uso ético. Curiosamente, estas inquietudes superan en importancia a los costes y al impacto directo de la IA en la Experiencia de Cliente.



La IA generativa está causando furor, jugando un papel clave en el trabajo diario de los equipos de CX.

Con herramientas como ChatGPT en el mercado, el **90%** de los profesionales de CX han probado una herramienta de IA generativa al menos una vez, y el **42%** admite ser usuario habitual.

90%

42%

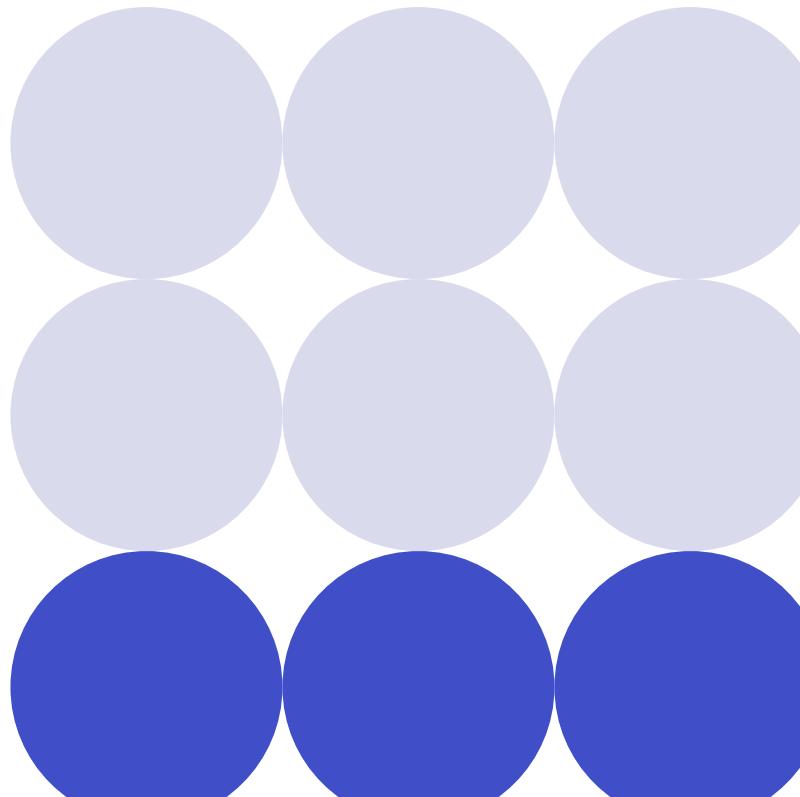
Las empresas que más rápido crecen están aprovechando su potencial.

Casi la mitad (**42%**) de las empresas en expansión dicen que harán “inversiones muy altas” en inteligencia artificial durante el próximo año. Y es una decisión acertada, considerando que esas grandes inversiones a menudo llevan a que la inteligencia artificial supere las expectativas.

42%

La mayoría de las empresas tiene una hoja de ruta clara sobre cómo planean utilizar la IA.

De hecho, un tercio de los profesionales de CX creen que ya van por delante de la competencia, mientras que más de la mitad (53%) dicen que están a la par.



02

¿Está la IA a la
altura del hype?

Cuanto más invierten las empresas en inteligencia artificial, mayores son las recompensas.

La IA ya está superando las expectativas, con inversiones mayores generando mayores retornos. Si bien las grandes empresas con ingresos de más de 25 mil millones de dólares suelen ver los resultados más espectaculares, las organizaciones más pequeñas también pueden obtener beneficios significativos, siempre y cuando estén dispuestas a invertir tanto tiempo como dinero en iniciativas de IA.

¿Qué factores incrementan la probabilidad de percibir que la inteligencia artificial ha superado las expectativas?

+46% Si la inversión en IA es "Muy Alta"

+22% Si la empresa factura más de 25 mil millones de dólares

+20% Si ya se trabaja con uno o más proveedores de soluciones de IA

El 96%

dice que el impacto de la IA en su organización ha cumplido o superado las expectativas hasta ahora

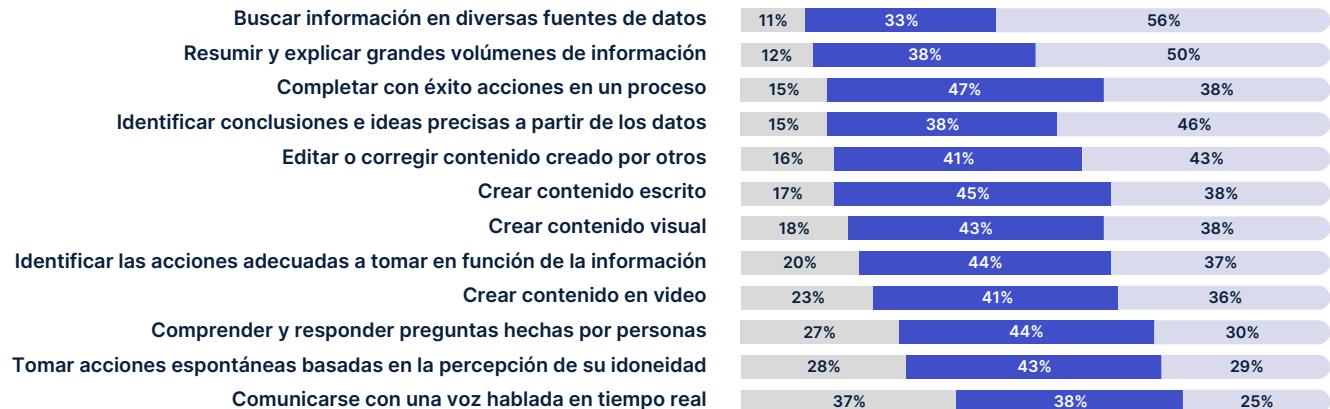
El 60%

dice que ha superado todas sus expectativas

La IA superará a los humanos en 5 años... en algunos aspectos.

Expectativas de los profesionales de CX sobre la IA en los próximos 5 años, % que seleccionan:

● Lo hará peor que un humano ● Lo hará de manera similar a un humano ● Lo hará incluso mejor que un humano



La IA ha demostrado que puede abordar diversas tareas con mayor rapidez y menor coste que los trabajadores humanos, y los profesionales de CX están tomando nota. Sin embargo, aún hay margen de mejora. A medida que la IA siga evolucionando, se espera que iguale

o incluso supere las capacidades humanas en la recopilación de datos, la explicación de información compleja y la entrega de conclusiones procesables.

Todavía persisten algunas preocupaciones serias.

En sus propias palabras, ¿qué es lo que más preocupa a los profesionales de la Experiencia de Cliente (CX) sobre la IA?

1

Precisión

2

Pérdida de empleo

3

Protección de Datos

4

Sesgo

5

Ética

Aunque la IA tiene muchos beneficios, los profesionales de Experiencia de Cliente la están abordando con mucha atención. Específicamente, con estas principales preocupaciones en mente:

- 1** **Precisión:** Imagina automatizar las interacciones con los clientes y que la IA se equivoque. Da miedo, ¿verdad? Si la IA no puede obtener los detalles correctos, corre el riesgo de frustrar a los clientes y dañar la confianza.
- 2** **Pérdida de Empleo:** La IA ha demostrado su capacidad para manejar una variedad de tareas, pero eso también tiene un lado negativo. Los profesionales de CX están lidiando con el equilibrio entre los avances tecnológicos y la protección de los empleos. Nada menos que un 43% de los ejecutivos de nivel senior se preocupan por las implicaciones de la IA en su organización, especialmente en lo que respecta al desplazamiento de trabajos.
- 3** **Protección de Datos:** El poder de la IA para analizar montañas de datos tiene a los profesionales nerviosos por la seguridad. En un mundo donde las filtraciones de datos son demasiado comunes, confiarle a la IA información sensible de los clientes es una solicitud complicada. Proteger la privacidad está en la mente de todos mientras las organizaciones implementan herramientas impulsadas por IA.
- 4** **Sesgo y Ética:** La capacidad de la IA para proporcionar información es impresionante, pero ¿podemos confiar en que sea imparcial? Las consideraciones éticas son críticas cuando las decisiones de la IA impactan a los clientes reales, y los profesionales están prestando mucha atención a cómo implementar la IA de manera responsable.



Respuesta personalizada



La IA llevará a un futuro más brillante para los clientes.

El 86% cree que la IA cambiará lo que su organización podrá lograr desde la perspectiva de la Experiencia de Cliente.

Los expertos en CX son optimistas sobre el potencial de la IA. Al agilizar la recolección y el análisis de datos, las soluciones de IA pueden descubrir patrones ocultos de manera rápida y precisa, guiando a las organizaciones sobre la mejor forma de servir a sus clientes basándose en datos y no en suposiciones.

86%

Fuente: De la Encuesta sobre IA a Profesionales de la Experiencia de Cliente (CX) de Medallia Market Research, agosto de 2024 (n = 820): "Para cada una de las siguientes afirmaciones, por favor selecciona la opción que mejor represente tu nivel de acuerdo."

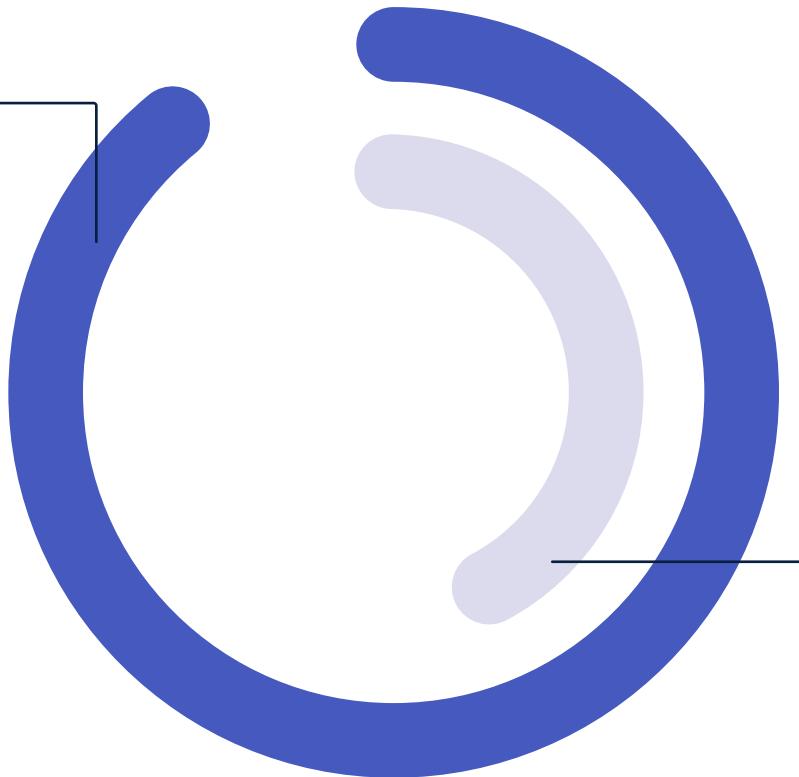
03

¿Dónde se
encuentra
la genAI?

Los profesionales de CX están experimentando con la genAI.

EI 90%

de los profesionales de la Experiencia de Cliente han utilizado una herramienta de genAI como ChatGPT en un entorno profesional al menos una vez.

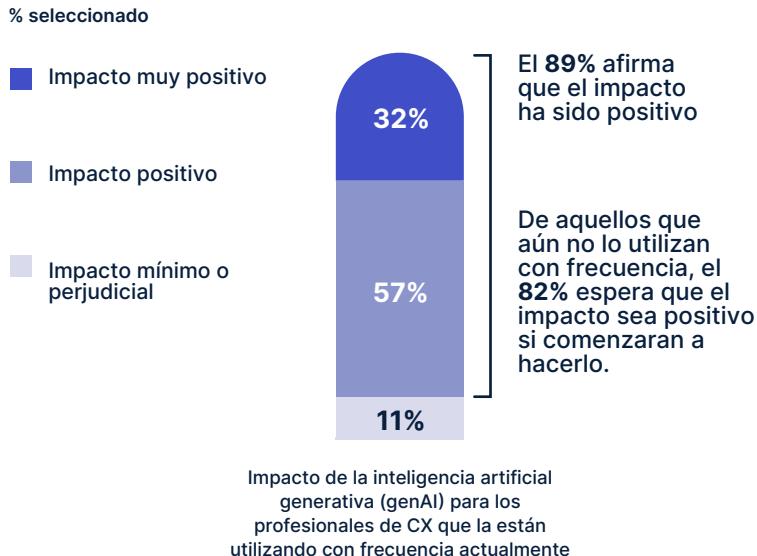


EI 42%

Dicen que usan una herramienta de genAI como ChatGPT para el trabajo con frecuencia

Fuente: De la Encuesta sobre IA a Profesionales de la Experiencia de Cliente (CX) de Medallia Market Research, agosto de 2024 (n = 820): “Qué describe mejor tu historial personal de uso de una herramienta de IA generativa, como ChatGPT u otra? Selecciona la opción que mejor se aplique.”

La genAI ha influido positivamente en los profesionales de CX, pero aún hay margen para mejorar.



La mayoría de los profesionales de Experiencia de Cliente informa que la IA ha impactado positivamente en su desempeño laboral. Sin embargo, solo un subconjunto clasifica este impacto como "muy" positivo, lo que indica oportunidades significativas para mejorar la productividad y concretar beneficios.

De ese pequeño subconjunto que dijo que el impacto de la IA ha estado por debajo de sus expectativas, las principales razones que citaron fueron la confusión o el rechazo por parte de los empleados (32%), los plazos cortos que no han permitido ver suficientes beneficios (32%), y las expectativas mínimas que aún no están generando cambios reales (29%). Otros factores como implementaciones limitadas, datos inapropiados y preocupaciones sobre la privacidad de los datos, la seguridad y los problemas legales (todos al 23%) también están impidiendo que las organizaciones aprovechen todo el potencial de la IA. En resumen, es una mezcla de tiempo, confianza y tener los datos adecuados en su lugar.

Fuente: De la Encuesta sobre IA a Profesionales de la Experiencia de Cliente (CX) de Medallia Market Research, agosto de 2024 (n = 820): "¿Cómo describirías el impacto que ha tenido en tu trabajo?"

Fuente: De la Encuesta sobre IA a Profesionales de la Experiencia de Cliente (CX) de Medallia Market Research, agosto de 2024 (n = 820): "A qué atribuyes que el impacto de la IA esté por debajo de las expectativas de tu organización hasta ahora? Selecciona todo lo que corresponda. Muestra baja: subconjunto que dijo que el impacto actual ha estado por debajo de las expectativas (n= 31), 4% de la muestra total."

04

¿Cómo se están
adaptando las
organizaciones?

La mayoría de los profesionales de Experiencia de Cliente reconocen la importancia de la inversión.

El **84%** de los profesionales coinciden en que invertir en IA es importante para su negocio, siendo las empresas de más rápido crecimiento las que más invierten en ella. A medida que la tecnología de la IA avanza, las organizaciones deben aumentar su inversión para no quedarse atrás.

Asimismo, la proporción de empresas que invertirán a un nivel muy alto en IA será un **42%** mayor en los próximos 12 meses respecto a los 12 meses anteriores.

Porcentaje que afirma que la inversión en IA será 'muy alta' en los próximos 12 meses

10%

Tasa de crecimiento de <2%

25%

Tasa de crecimiento de 2-9%

42%

Tasa de crecimiento de +10%

Empresas, según el índice de crecimiento de ingresos durante los últimos 12 meses

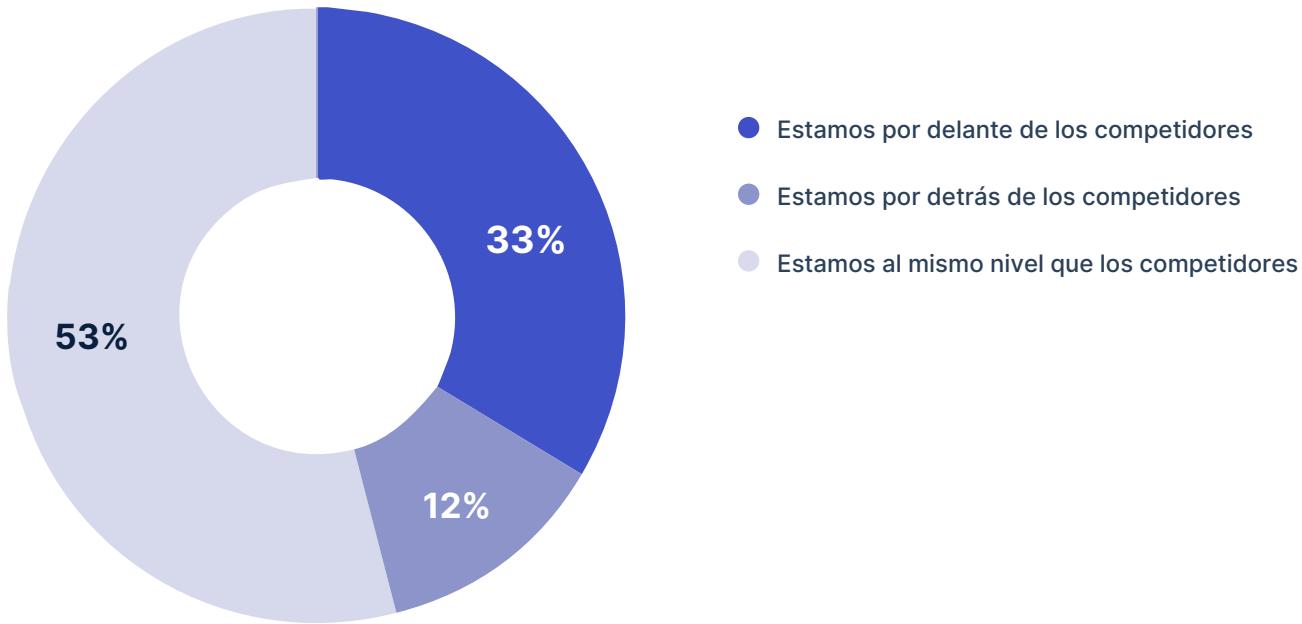
Fuente: Medallia Market Research Encuesta sobre IA para Profesionales de la Experiencia del Cliente, agosto de 2024 (n = 820).

¹Según su conocimiento, ¿cómo caracterizaría la inversión de su organización en Inteligencia Artificial (IA) durante los últimos doce meses?

²Según su conocimiento, ¿cómo cree que será la inversión de su organización en Inteligencia Artificial (IA) durante los próximos doce meses?

En la carrera de la IA, los profesionales de CX están seguros de su progreso.

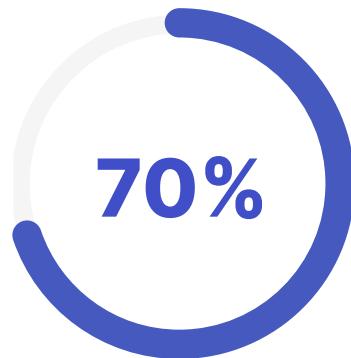
Implementación de la IA: progreso frente a competidores, % que seleccionan:



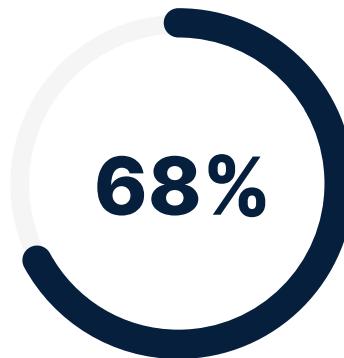
Fuente: Según la Encuesta sobre la Implementación de IA para Profesionales de CX de Medallia Market Research de agosto de 2024 (n = 820): "¿Cómo considera que está su empresa en la implementación de IA en comparación con sus competidores de la industria? Seleccione la opción que mejor se aplique." Entre la proporción de personas con una opinión.

Los roles enfocados en IA son la nueva norma.

% de los profesionales de CX que dicen que lo siguiente se aplica a su organización:



de las organizaciones tienen uno o más roles dedicados exclusivamente a la IA generativa.



de las organizaciones están contratando actualmente para más roles de IA.



de las organizaciones han designado a alguien para un cargo ejecutivo enfocado en IA

Los profesionales de CX y los equipos de TI lideran la iniciativa en la elaboración de estrategias de IA.

¿Qué departamentos están liderando la estrategia de IA de tu organización?

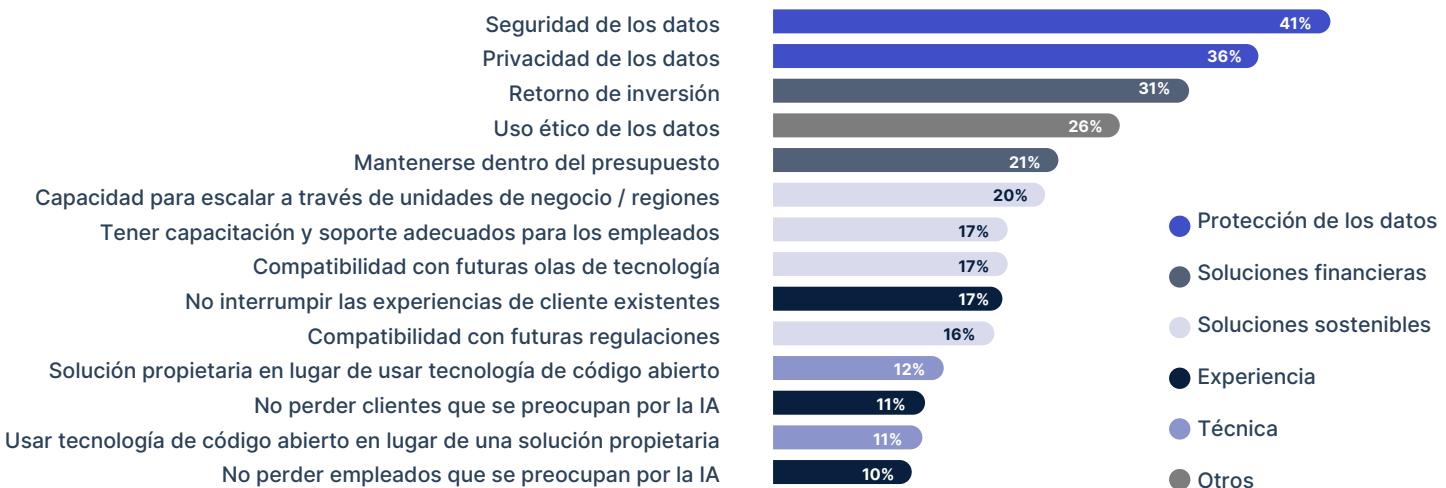
Estimación de los profesionales de Experiencia de Cliente en todas las responsabilidades



Fuente: Según la Encuesta sobre la Implementación de IA para Profesionales de CX de Medallia Market Research de agosto de 2024 (n = 820): "Usted indicó que su organización tiene un plan claro para usar IA. Desde su perspectiva, ¿qué porcentaje de responsabilidad en el desarrollo de la estrategia de IA recae en cada uno de los siguientes departamentos/equipos?" Entre el subconjunto que indicó que su organización tiene un plan para la IA.

La seguridad de los datos, la privacidad y el ROI están entre los principales factores a la hora de elegir una solución de IA.

Factores en el desarrollo/elección de soluciones de IA



Los profesionales de CX están priorizando la seguridad y privacidad de los datos a la hora de elegir o desarrollar herramientas de IA, mientras que el retorno de inversión sigue de cerca.

Incorporar la IA en los programas de experiencia requiere una ejecución cuidadosa. Comprender cómo fluye y se usa la información

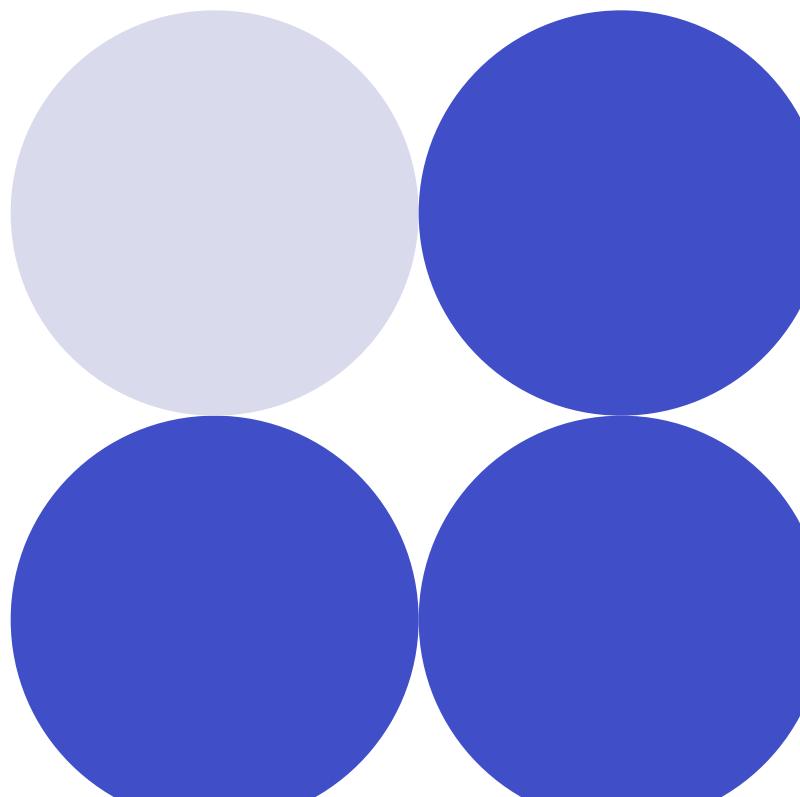
sigue siendo esencial, mientras que consideraciones clave como la privacidad de los datos, los riesgos del modelo y la ética deben guiar la toma de decisiones. Elegir proveedores que prioricen la seguridad, el cumplimiento y la transparencia puede reducir significativamente los riesgos y ayudar a evitar posibles desafíos en el futuro.

05

¿Cómo se perfila
el futuro que nos
espera?

Tres de cada cuatro profesionales de Experiencia de Cliente creen que sus empresas tienen una estrategia definida de IA.

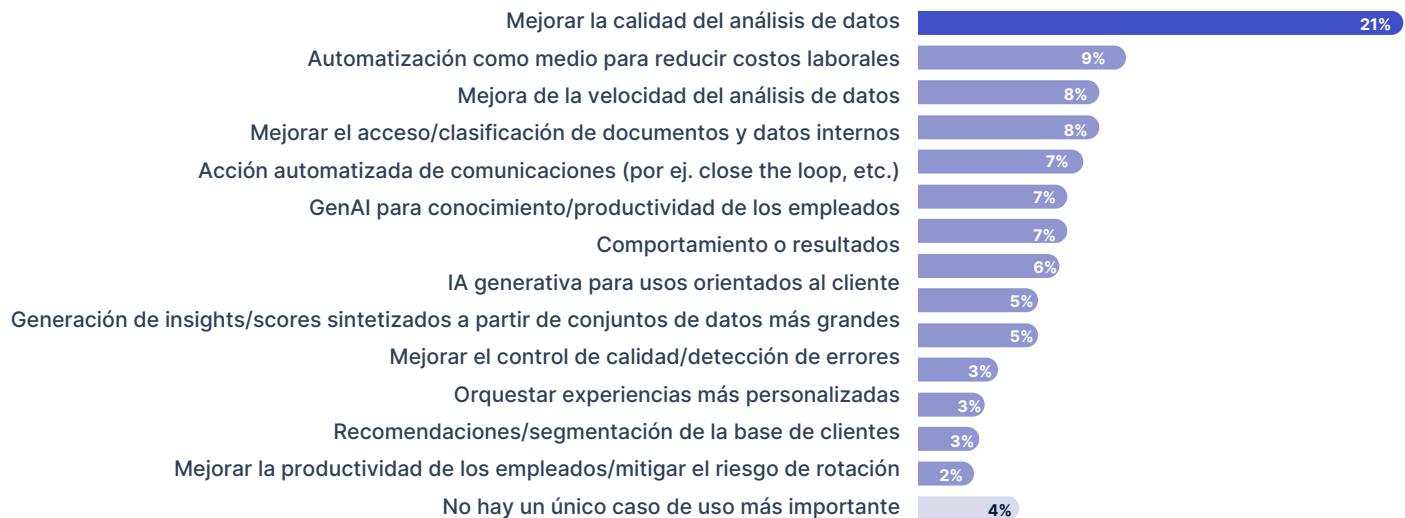
El **75%** siente que su organización tiene un plan claro sobre los usos y beneficios de la IA para su negocio.



Fuente: Encuesta sobre IA para Profesionales de la Experiencia de Cliente de Medallia Market Research, agosto de 2024 (n = 820); 'Para cada una de las siguientes afirmaciones, por favor seleccione la opción que mejor represente su nivel de acuerdo'

El análisis de datos es el caso de uso #1 que las organizaciones han perseguido.

Caso de uso de IA más importante % que menciona:



Por ejemplo, realizar análisis de las causas raíz puede revelar por qué los clientes sienten lo que sienten y por qué indicadores como las puntuaciones de impacto o el sentimiento han cambiado. Con este conocimiento, puedes implementar cambios que realmente mejoren la CX.

Uno de cada cinco profesionales de CX menciona "mejorar la calidad

del análisis de datos" como el caso de uso de IA más importante para su organización, lo que es **mucho más común que cualquier otro objetivo**.

Un análisis de datos mejorado se traduce en mejores resultados. Al identificar patrones dentro de los datos, los equipos de CX pueden pasar rápida y confiablemente de los insights a la acción.

El impacto se mide por la rapidez con la que la IA entrega insights y genera acción.

Cómo las organizaciones miden el impacto de la IA

Top 7 de 13 opciones mostradas:

- | | | | |
|---|--------------------------------------|---|---|
| 1 | % tiempo ahorrado (46%) | 5 | Reducción de errores (37%) |
| 2 | Mejora en la velocidad (42%) | 6 | Feedback de clientes sobre experiencias relacionadas con la IA (34%) |
| 3 | Reducción de costes (38%) | 7 | Feedback de empleados sobre capacidades relacionadas con la IA (33%) |
| 4 | Crecimiento de ingresos (37%) | | |

Los profesionales de CX están priorizando mediciones como el tiempo ahorrado y la velocidad de las mejoras, porque estas métricas se correlacionan directamente con su capacidad para crear un ciclo continuo de mejora dentro de sus organizaciones. Al reducir el tiempo y el esfuerzo necesarios para la recopilación y el análisis de datos, la IA permite a los equipos responder más rápidamente a las necesidades de los clientes y

acelerar las mejoras en la experiencia.

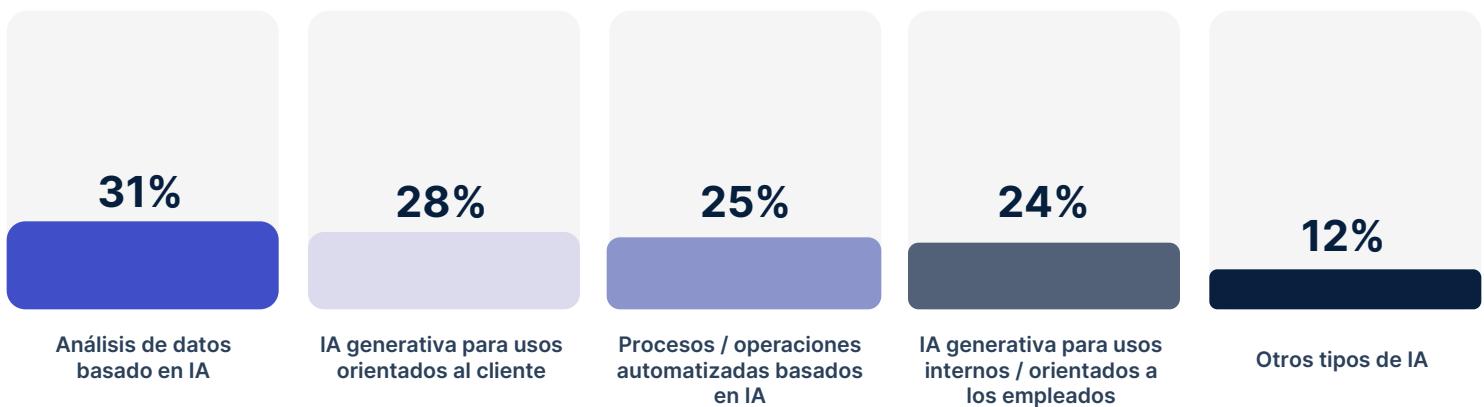
Además, el feedback de clientes y empleados es una de las principales formas en que las organizaciones miden el impacto de la IA. Sin una adecuada recolección de feedback, corres el riesgo de pasar por alto el potencial completo de tus iniciativas impulsadas por IA.

Fuente: Medallia Market Research Encuesta sobre Implementación de IA para Profesionales de CX de agosto de 2024 (n = 820); "¿Cómo mide su organización el impacto de la IA?" Entre el subconjunto que indica que ya están midiendo.

Hay mucho espacio para el crecimiento y la mejora.

Proporción de profesionales de CX que dicen que las capacidades actuales de su organización son “avanzadas”

Porcentaje por tipo de IA:



Elegir los proveedores adecuados es clave para asegurar que las capacidades de IA de tu organización no solo sean sostenibles, sino también escalables a medida que la tecnología sigue evolucionando. A pesar de algunos signos alentadores, la mayoría de los profesionales

de CX reconocen que hay un espacio significativo para mejorar sus capacidades de IA. Menos de un tercio de las marcas etiquetan actualmente su análisis de datos basado en IA como “avanzado”.

Fuente: Medallia Market Research Encuesta sobre Implementación de IA para Profesionales de CX de agosto de 2024 (n = 820); “¿Cuál es la presencia de IA en su organización?”

Las organizaciones están explorando nuevos casos de uso.

Casos de uso de IA que ya se están persiguiendo Ranking

| | |
|---|-----|
| Mejorar la calidad del análisis de datos | 1 |
| Mejorar la velocidad del análisis de datos | 2 |
| Mejorar la detección de errores/control de calidad (QA) | 3 |
| GenAI para productividad/conocimiento de empleados | 4 |
| GenAI para usos orientados al cliente | T-5 |
| Generación de insights sintetizados/puntajes a partir de grandes conjuntos de datos | T-5 |
| Mejorar el acceso/clasificación de documentos y datos internos | 7 |
| Automatización como medio para reducir costes laborales | 8 |
| Simular/ predecir el comportamiento o los resultados de los clientes | 9 |
| Automatización de la acción en comunicaciones (por ej. close the loop, etc.) | 10 |
| Segmentación/creación de perfiles de clientes | 11 |
| Evaluación de empleados para productividad/riesgo de rotación | 12 |
| Orquestación de experiencias más personalizadas | 13 |
| Recomendaciones de la próxima mejor acción | 14 |

Ranking Se perseguirán primero este año

| | |
|-----|---|
| 1 | GenAI para usos orientados al cliente |
| 2 | Simular/predecir el comportamiento o los resultados de los clientes |
| T-3 | Mejorar el acceso/clasificación de documentos y datos internos |
| T-3 | Automatización de la acción en comunicaciones (por ej. close the loop, etc.) |
| 5 | GenAI para productividad/conocimiento de empleados |
| 6 | Automatización como medio para reducir costes laborales |
| T-7 | Mejorar la detección de errores/control de calidad (QA) |
| T-7 | Segmentación/creación de perfiles de clientes |
| 9 | Mejorar la velocidad del análisis de datos |
| 10 | Generación de insights sintetizados/puntajes a partir de grandes conjuntos de datos |
| 11 | Recomendaciones de la próxima mejor acción |
| 12 | Evaluación de empleados para productividad/riesgo de rotación |
| 13 | Orquestación de experiencias más personalizadas |
| 14 | Mejorar la velocidad del análisis de datos |

A medida que las empresas comienzan a comprender el valor de la IA en la aceleración del análisis de datos y la mejora de la calidad tras bambalinas, están dirigiendo su atención hacia cómo estas tecnologías pueden enriquecer las interacciones orientadas al cliente en el futuro. Los profesionales de CX están enfocando su atención

en el potencial de la IA generativa (GenAI) para mejorar la experiencia general del cliente. Según nuestra encuesta, muchas organizaciones planean implementar estas iniciativas este año, buscando activamente herramientas que puedan simular o predecir el comportamiento y los resultados de los clientes.

Conclusión

Hay mucho que aprender de las experiencias de otros profesionales de CX cuando se trata de seleccionar, implementar y utilizar tecnología de IA. Aunque persisten preocupaciones sobre imprecisiones y la posible pérdida de empleos, en general, el sentimiento es optimista respecto al papel actual y el potencial futuro de la IA. Los profesionales de CX se sienten empoderados, asumiendo un papel clave en la implementación de la IA dentro de sus organizaciones. Están monitorizando los resultados de la IA en función de métricas como velocidad, eficiencia y ahorro de costes, y muchos se han llevado gratas sorpresas con los resultados.

Sin embargo, a medida que crece el entusiasmo por la IA, las preocupaciones sobre privacidad de datos y seguridad siguen siendo significativas. Los profesionales entienden la importancia de proteger la información sensible de los clientes al mismo tiempo que confían en la precisión de los resultados, lo que hace que la elección de un proveedor requiera una cuidadosa consideración.

En Medallia, hemos visto cómo la IA hace magia para las principales marcas, mejorando métricas clave como el NPS y la resolución en el primer contacto (FCR), además de mejorar la productividad y los ingresos. Ahora, con la IA generativa entrando en escena, esos beneficios están evolucionando. Nuestro objetivo es integrar la IA de manera fluida en tu estrategia de CX de una forma que realmente funcione para tu negocio, facilitando el acceso a nuevas posibilidades.

Para saber más, consulta nuestro e-book y descubre cómo la IA está transformando el CX.



5 formas reales en que la IA está transformando la experiencia de cliente

 [Descarga la guía](#)

Metodología

Medallia Market Research recopiló respuestas de 820 profesionales cuyos roles influyen en la Experiencia de Cliente o prospects de su empresa (profesionales de CX). El tamaño de la muestra incluyó un 62% de expertos con sede en EE. UU., un 22% del Reino Unido, un 9% de Australia o Nueva Zelanda, y un 7% de Canadá. Los encuestados provienen de empresas con entre 500 empleados y hasta 100,000 o más. Las empresas tienen ingresos anuales que van desde 250 millones de dólares hasta más de 25 mil millones.

Los encuestados se describieron como de nivel VP o superior (27%), Directores o Directores Senior (38%), o Gerentes Senior / Gerentes (35%).

La encuesta se llevó a cabo entre el 8 y el 22 de agosto de 2024.

Sobre Medallia

Medallia es pionera y líder del mercado en experiencia de clientes, empleados, ciudadanos y pacientes. Medallia Experience Cloud captura miles de millones de señales de experiencia a través de interacciones que incluyen todas las herramientas de captación de voz, vídeo, digitales, IoT, redes sociales y mensajería corporativa. Medallia utiliza inteligencia artificial patentada y tecnología de aprendizaje automático para revelar automáticamente información predictiva que impulsa potentes acciones y resultados empresariales.

Para más información, visita <https://www.medallia.com/es>