



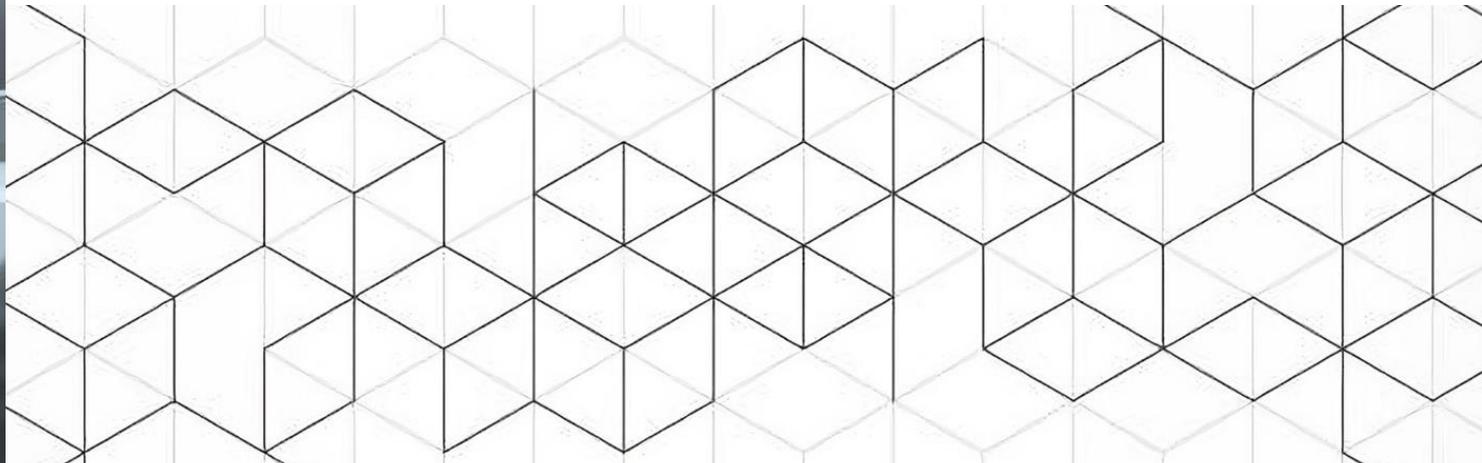
ESTUDIO:

Uso, aplicación y percepción de la IA en CX/EX

Septiembre, 2023

DEC CI Asociación para el
Desarrollo de la
Experiencia de Cliente

BrinCa.



Presentación

La IA mediando experiencias más personalizadas y humanas para clientes y empleados

Chile y el mundo se encuentran en un momento crucial de su evolución tecnológica. Mientras las empresas buscan constantemente formas de mejorar y personalizar las experiencias de sus clientes y empleados, la IA emerge con una promesa y argumentos sólidos para lograrlo. Esta no es una simple tendencia pasajera; es una revolución en cómo entendemos y aplicamos la tecnología para humanizar cada interacción.

En este contexto, nos enorgullece presentar el primer estudio sobre la adopción de la IA para procesos de CX y EX realizado en Chile. En él exploramos cómo la IA está redefiniendo la gestión y ejecución de tareas, procesos y estrategias vinculadas a CX y EX, con herramientas que, esperamos vuelvan las experiencias más intuitivas, cercanas y humanas.

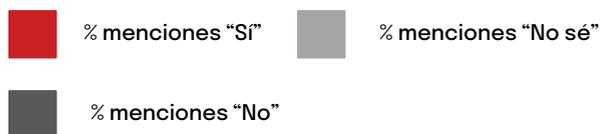
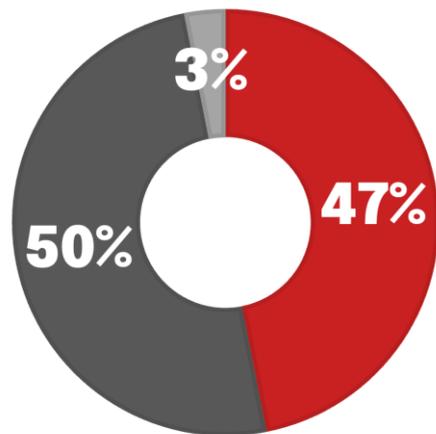
Sin embargo, es importante destacar que, aunque este estudio es un paso significativo para avanzar de la mera especulación a la evidencia concreta del fenómeno, es necesario llegar a más empresas y profundizar en la comprensión de la adopción y aplicación de la IA en diferentes sectores vinculados con las tareas y procesos de CX y EX. Dada la rápida evolución de las herramientas de IA, es esencial y valioso monitorear estos avances en el tiempo, asegurando que Chile no solo se mantenga al día con las tendencias globales, sino que también desarrolle un enfoque único adaptado a nuestra realidad y necesidades económicas y territoriales.

Además, es imperativo reconocer que la IA no es una solución única para todos. Mientras algunas empresas pueden beneficiarse enormemente de sus capacidades, otras pueden enfrentar desafíos únicos en su implementación. Es por ello que este estudio busca ser una base, un punto de partida, para futuras investigaciones y adaptaciones específicas, permitiendo a las empresas chilenas navegar con éxito en el vasto océano de la Inteligencia Artificial aplicada a la CX y EX.

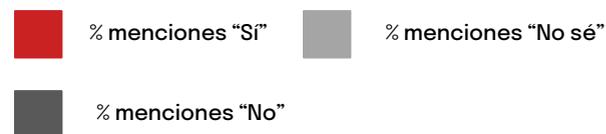
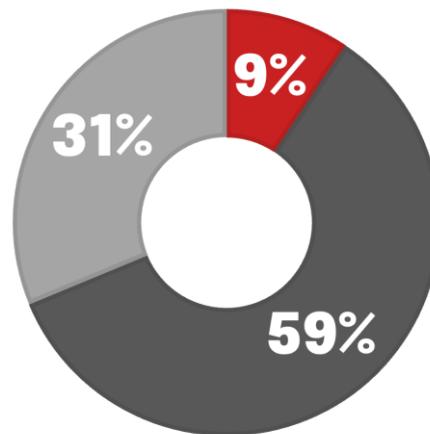
Mirando hacia el futuro, vemos un horizonte donde la IA no solo mejora procesos. También jugará un rol muy importante en cada experiencia, entrelazando la eficiencia tecnológica con la esencia y cercanía humana. Este estudio es un testimonio de ese futuro emergente y de las infinitas posibilidades que la IA ofrece para transformar el CX y EX en nuestro país y el mundo de los negocios.

Uso de la IA en CX y EX

Uso de IA para CX (n=32)
(% aproximados)



Uso de IA para EX (n=32)
(% aproximados)



Uso de IA en CX por industria (n=15)

Industria	% menciones "Sí"
Utilities	75%
Act. financieras y de seguros	42%
Act. de atención de la salud humana y de asistencia social	33%
Otros	33%

En términos generales, los hallazgos sugieren un empleo acotado de soluciones de IA en las áreas de CX y EX. En lo referente a EX, la participación es inferior al 10%, señalando tanto una escasa adopción tecnológica como un enfoque estratégico posiblemente limitado hacia la experiencia del empleado, además de un alto nivel de desconocimiento (31%). Es relevante subrayar que las empresas incluidas en la medición ya manifiestan un interés a lo menos en CX, lo que sugiere que la adopción podría ser incluso menor en otras organizaciones no contempladas en el estudio. Solo en el ámbito financiero y de seguros se reportó la utilización de IA para impulsar la EX. Por su parte, Utilities es la industria donde se ve un mayor uso de IA para CX y sectores como el de la salud y otros mantienen un empleo restringido de tales tecnologías.

Principales razones de no uso de IA en CX y EX

(Pregunta de selección múltiple, los % no suman 100)

37%

Hay un foco mayor en resolver problemas higiénicos o del core-business

30%

Falta de recursos económicos

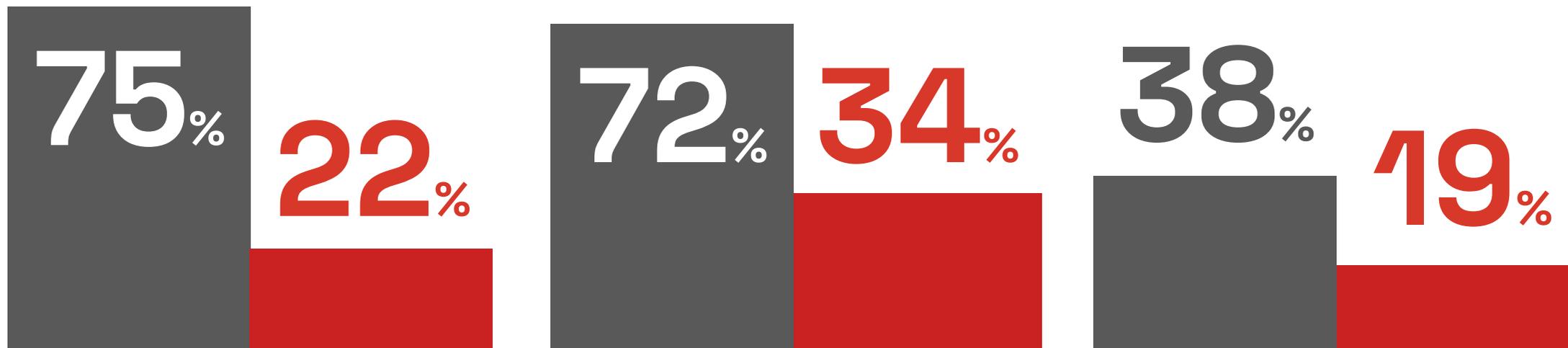
23%

Falta de recursos tecnológicos

Las principales razones para no adoptar IA en CX y EX se centran en prioridades relacionadas con el core-business y limitaciones de recursos económicos y tecnológicos, con 37%, 30% y 23% respectivamente. Este enfoque en problemas urgentes sugiere que la IA se está percibiendo más como un *nice-to-have* que como una necesidad estratégica. Sorprendentemente, los factores que podríamos considerar más 'sofisticados', como el desconocimiento de estas tecnologías y preocupaciones de compliance y ciberseguridad, fueron los menos mencionados, con solo un 3,3% y un 6,7%. Esto indica que las barreras a la adopción de la IA son más pragmáticas y relacionadas con la asignación de recursos y prioridades empresariales que con una falta de conocimiento o preocupaciones regulatorias, como se suele escuchar.

Pensando en la estrategia de la empresa... (n=32)

(Menciones “Importante” + “Muy importante”)



¿Qué tan **IMPORTANTE** es para tu empresa integrar en los próximos 6 meses herramientas de IA para potenciar la experiencia de?

¿Qué tan **NECESARIO** es para tu empresa integrar en los próximos 6 meses herramientas de IA para potenciar la experiencia de?

¿Qué tan **URGENTE** es para tu empresa integrar en los próximos 6 meses herramientas de IA para potenciar la experiencia de?



Las cifras muestran cierta inclinación de las empresas hacia la priorización de la experiencia del cliente (CX) sobre la del empleado (EX) al considerar la integración de la IA en sus operaciones a corto plazo. Un 75% ve la integración para CX como importante, contrastando con el 22% para EX. Aunque la percepción de la necesidad y urgencia también es mayor para la CX, hay un aumento en la percepción de necesidad para la EX, lo que podría indicar un reconocimiento gradual de la importancia de mejorar la experiencia del empleado. La urgencia general de adopción es muy baja en ambos frentes, lo que sugiere que, aunque se reconoce el valor, las implementaciones inmediatas no se ven como acciones estratégicas. De todos modos, es importante destacar que el perfil encuestado corresponde mayoritariamente a CX lo que podría influir directamente en el menor foco en EX.

Conclusiones

El presente estudio realizado por DEC Chile y Brinca destaca una adopción baja de la Inteligencia Artificial (IA) en procesos y etapas de CX/EX entre las empresas participantes, con perspectivas menos promisorias en esta última categoría.

Si bien hay reconocimiento sobre la importancia de estas tecnologías en ambas funciones de negocio, aún hay un largo trecho que recorrer. Nos encontramos en una etapa de aprendizaje y conocimiento donde nos falta entender mejor su valor y superar distintas barreras para su integración. El estudio identificó también distintas oportunidades, desafíos de implementación y preocupaciones respecto a los riesgos asociados al uso y tratamiento de datos sensibles.

Así, las principales conclusiones del estudio pueden resumirse en cinco grandes puntos:

- 1. Adopción limitada y diferenciada de la IA para CX y EX:** las empresas estudiadas muestran una implementación inicial de IA, con una notable limitación en la EX.
- 1. Disonancia entre percepción y acción:** la percepción de la relevancia y urgencia de la IA no se correlaciona directamente con una implementación generalizada en las empresas.
- 1. Barreras identificadas:** las empresas enfrentan obstáculos significativos, como falta de recursos económicos y tecnológicos pero también, muestran un enfoque poco innovador, donde la predominancia del core-business no está permitiendo entender y extraer valor de la integración de IA en estas funciones.
- 4. Oportunidades y desafíos en la implementación:** la IA ofrece beneficios tangibles, pero conlleva desafíos en la creación de estrategias adecuadas y capacitación del personal. Aún hay una baja integración de tecnologías de IA en procesos y/o etapas de CX/EX y se están perdiendo oportunidades importantes para entender mejor a los clientes y desarrollar experiencias sobresalientes e inmersivas.
- 4. Riesgos en la adopción de IA:** las preocupaciones sobre la deshumanización, seguridad de la información y uso indebido de datos resaltan como principales reticencias.

ESTUDIO:

Uso, aplicación y percepción de la IA en CX/EX

Septiembre, 2023

DEC CI Asociación para el
Desarrollo de la
Experiencia de Cliente

brinca.

