

INFORMACIÓN DE ZENDESK

Los directivos de TI afrontan nuevos retos con la seguridad, la IA y la CX



Las prioridades han cambiado significativamente en los últimos tres años, afirman los responsables de TI

Después de varios años de idas y venidas en la economía, y de un panorama digital en rápida evolución, los responsables de TI señalan nuevas prioridades como áreas de inversión. Entre ellas se incluyen la experiencia de cliente, la IA y la seguridad, privacidad y protección de los datos.

Según una encuesta global de Zendesk realizada a 1200 responsables de TI, la alta competencia, las crecientes expectativas de los clientes y las nuevas herramientas de IA están contribuyendo al cambio de las prioridades. Para aumentar la presión sobre las TI, el 50 % de los participantes coincidieron en que a sus equipos se les pide que hagan más con menos recursos, lo que añade presión para crecer con la plantilla que ya cuentan. El mercado en general se ha visto

cautivado por los avances en IA. Para los innovadores y los responsables, la transformación digital es una apuesta segura, y aunque los directivos de TI sienten curiosidad por la IA, puede sorprender descubrir que el 87 % también menciona la inversión en ciberseguridad y privacidad de los datos como una de las principales prioridades, ya que sus empresas siguen manejando grandes volúmenes de datos confidenciales.

La IA está a punto de tener un impacto duradero en las empresas. El aumento de las exigencias de los inversores con respecto a la implantación de la IA hace que los responsables de TI se muestren entusiasmados e inseguros sobre cómo y dónde priorizar. La implementación y la optimización de la IA en la organización han aumentado significativamente en prioridad, según el 84 % de los responsables de TI. No obstante, la implementación de la IA requiere una gran cantidad de datos que se deben gestionar de forma segura, y si las empresas no están satisfechas con las herramientas que utilizan para ello, están dispuestas a hacer cambios.



A pesar de que “el cliente es el rey” podría ser un lema antiguo, el aumento de las exigencias y expectativas de los clientes está incrementando la presión sobre los responsables de TI. Un considerable porcentaje del 86 % de los responsables encuestados está de acuerdo en que la mejora de la experiencia de cliente ha adquirido mayor prioridad en los últimos tres años. Un porcentaje similar de responsables de TI también ha afirmado que la mejora de la experiencia del empleado ha crecido en prioridad, lo que da credibilidad a la idea de que unos empleados más comprometidos dan lugar a mejores resultados empresariales.

Este informe incluirá los resultados de la encuesta y las entrevistas a los responsables de TI, y ofrecerá orientación estratégica sobre las áreas clave a las que hay que dar prioridad.

Los responsables de TI reevalúan las herramientas para mejorar la CX y la EX

Los responsables de TI mencionan tanto la experiencia del cliente como la del empleado como prioridades cuya importancia ha aumentado en los últimos tres años y tienen previsto invertir en ambas durante el próximo año.

Cuando se trata de la experiencia del cliente, existe un consenso general entre los responsables de TI. El objetivo es ofrecer experiencias personalizadas y fluidas, mejoradas por la IA e impulsadas por datos seguros y privados.

Si bien la visión y su importancia gozan de amplia aceptación, la presión recae sobre los responsables de TI: el 64 % de los encuestados admite que se enfrenta a retos a la hora de mantener la calidad y relevancia de los datos de cara a la personalización. Esto está

haciendo que las empresas tengan que recurrir a fuentes externas para apoyar su visión.

Estas organizaciones disponen de una gran cantidad de datos de empleados y clientes con los que trabajar, pero se enfrentan a obstáculos y retos en la protección de datos en los numerosos sistemas dispares en los que se almacenan estos datos. De hecho, el 89 % de los responsables encuestados afirman que garantizar la privacidad y la protección de los datos es importante para la experiencia del cliente en los próximos 12 meses.

89 %

de los responsables de TI coinciden en que la privacidad y la protección de los datos son importantes para la experiencia los cliente

Ante los cambios sísmicos que se han producido en el mercado en los últimos tres años, los responsables han reevaluado sus herramientas. De hecho, el 71 % de los encuestados mencionaron explícitamente la volatilidad

de los últimos tres años como motivo para reevaluar su experiencia del cliente y sus herramientas de servicio.

Los estándares son más estrictos en todos los ámbitos. A causa de los retos y las complejidades que supone mantenerse al día en lo que respecta a la ciberseguridad y la privacidad de los datos, los responsables de TI quieren que sus colaboradores de CX mejoren en estas áreas.

La experiencia del empleado se ha convertido en un tema igualmente importante para las organizaciones competitivas, y los responsables de TI mencionan la fluidez, la personalización y la seguridad, que son las mismas cualidades que se buscan en la experiencia del cliente, como muy importantes para atraer y retener a los mejores profesionales.

En un panorama competitivo, hay más en juego. Según un responsable del sector sanitario encuestado, “el personal de nuestro hospital está formado por millennials y personas de la generación Z. Tenemos que estar a la vanguardia, porque si no, nos dejarán”.

La IA está a punto de cambiar la experiencia del cliente, pero deja al descubierto lagunas de cualificación e incertidumbre

La cobertura de la IA se ha disparado durante el último año, con nuevas herramientas que entusiasman y preocupan a los responsables de TI. Los responsables de la toma de decisiones están bajo una gran presión y tienen que distinguir entre el bombo publicitario y la realidad, al tiempo que tienen que hacer frente a las limitaciones de personal, las lagunas de conocimientos y los problemas de privacidad.

Y aunque la IA generativa promete cambiar por completo la esfera de la experiencia del cliente, no son pocos los que no han encontrado un caso de uso evidente para implantarla en sus lugares de trabajo.

89 %

de los responsables de TI afirman que es importante utilizar la IA en todo el recorrido del cliente en el contexto de la CX

Los responsables de TI están bajo una gran presión para dar sentido a las innovaciones de la IA, a través de ciclos publicitarios, avances y nuevas oportunidades.

El 58 % de los responsables encuestados afirman estar preocupados por la rapidez con la que está cambiando el panorama de la IA, lo que afecta a su capacidad para mantenerse al día.

La disrupción es algo normal en TI y los responsables con mentalidad orientada al cambio siempre están buscando la próxima gran novedad. No obstante, para saber qué es lo que se exagera y qué es lo que funciona, es necesario recurrir a la opinión de expertos. En los próximos doce meses, el 80 % de los responsables encuestados tiene previsto aumentar los presupuestos

“Lo que sería interesante saber es... ¿Cuáles son las áreas específicas de la IA en las que deben centrarse los responsables de TI? ¿Cómo deben mantenerse al día? ¿Cuáles son los casos de uso? ¿Dónde hay que prestar atención? ¿Qué es bombo publicitario y qué no?”

Director de tecnología digital y de la información,
empresa con más de 5000 empleados

para dar cabida a la IA generativa, y el 55 % afirma que la adopción de la IA generativa emergente y de grandes modelos lingüísticos es de gran importancia. Pero, ¿para qué? La aplicabilidad de la IA generativa deja a algunos responsables con más preguntas que ideas.

Los expertos observan una clara relación entre la implementación de la IA y la experiencia del cliente. De hecho, el 86 % de los responsables confirman la importancia de aumentar el uso de la IA en la CX.

No es solo la rapidez con la que cambia el panorama lo que hace dudar a los responsables de TI. La popularidad explosiva de la IA también está dejando al descubierto lagunas en los conocimientos, ya que las organizaciones luchan por implementarla. El 57 % afirma que la tecnología de IA emergente ha dejado al descubierto estas lagunas, ya que muchos carecen de conocimientos sobre la IA y sus posibles repercusiones. La IA es compleja y cambia constantemente. Por otro lado, el 60 % afirma que sus organizaciones tienen dificultades para recopilar y etiquetar datos suficientes y de alta calidad para entrenar eficazmente los modelos de IA.

La seguridad y la privacidad de los datos están en contradicción con las expectativas de los clientes en materia de personalización

Tanto si se trata de un ataque informático como de una filtración de datos o simplemente de sistemas obsoletos, los riesgos relacionados con el almacenamiento y la gestión de los datos de forma segura están en constante evolución, especialmente a medida que aumentan las exigencias de personalización en el ámbito de la CX y la EX.

Para asegurar y proteger los datos de los clientes y los empleados, el 88 % de los responsables de TI afirman que tienen previsto aumentar el presupuesto destinado a ciberseguridad en los próximos doce meses. Si bien la seguridad ha sido una prioridad durante años, las expectativas en torno a la personalización y el conocimiento de los datos están generando nuevas presiones para los responsables de TI.

Los responsables de TI opinan sobre la IA

“La IA se lleva aplicando en el sector farmacéutico desde hace años, pero la aplicabilidad de la IA generativa y los modelos masivos de lenguaje (LLM) es una gran incógnita. Por supuesto, puede crear descripciones de puestos de trabajo, pero ¿existe algo más?”

Director de tecnología digital y de la información,
empresa con más de 5000 empleados

“No somos una empresa grande. Nuestro equipo de TI es pequeño. No disponemos de personal experto en ciencia de datos. Recurrimos a herramientas de terceros”.

Director de tecnologías de la información,
empresa con más de 1000 empleados

“Nos llegan comentarios de inversores que nos preguntan si podemos aprovechar la IA para ser más rápidos”.

Director de tecnologías de la información,
empresa con más de 1000 empleados

Y, aunque la IA puede ayudar a impulsar las interacciones personalizadas a escala, a muchas empresas les preocupa la seguridad de las herramientas de IA. Sin embargo, la preocupación por la privacidad de los datos va más allá de la IA. El impulso a la personalización y la mayor distribución de las plantillas han generado grandes volúmenes de datos personales de clientes que las empresas deben salvaguardar y gestionar de forma responsable, y el 66 % de los responsables encuestados mencionan la normativa sobre privacidad y protección de los datos como un factor que impone límites significativos a sus esfuerzos en materia de personalización.

A medida que los responsables de TI destinan más recursos a la seguridad, también esperan que sus colaboradores y proveedores se mantengan al día en materia de cumplimiento de las normativas. No obstante, la mayoría considera que los proveedores no están cumpliendo con estas expectativas, y el 79 % afirma que su actual software de experiencia del cliente podría hacer más para abordar la ciberseguridad.



**Las principales prioridades,
según los responsables de TI**

63 %

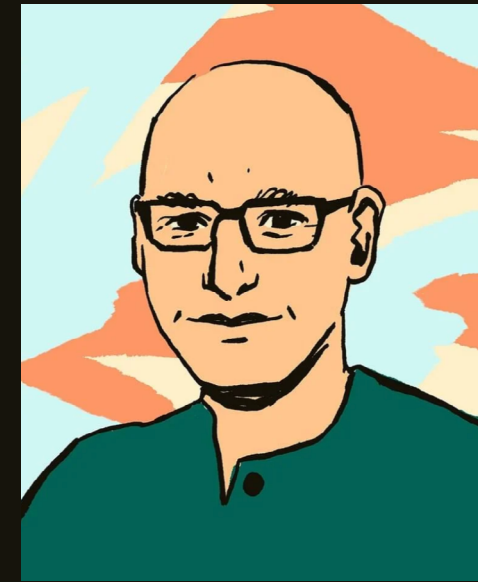
**Fortalecimiento de las medidas de
ciberseguridad y privacidad de los datos**

60 %

**Mejorar la experiencia
del cliente**

59 %

**Mejor uso de los datos y la
información para la empresa**



**“Después de lo fundamental,
¿qué es lo siguiente?
¿Qué hacen otras empresas
para proteger a sus
empleados frente a las
amenazas cibernéticas?”**

**Vicepresidente de tecnología
de la información,
Empresa con más de 1000 empleados**

Mientras los responsables de TI se enfrentan a prioridades cambiantes y a un panorama tecnológico en constante evolución, nuestros datos destacan las áreas clave a las que hay que dar prioridad tanto en el presente como a largo plazo:

La experiencia del cliente y del empleado:

son prioridades de TI consensuadas y áreas clave para que las empresas puedan destacarse frente a la competencia. Asume el control y asegúrate de que tus herramientas son las más adecuadas para aprovechar la IA, los controles de privacidad de los datos y las recompensas de las experiencias fluidas de los clientes y los empleados.

Seguridad y privacidad de los datos: esta es una

prioridad fundamental para los responsables de TI. Asegúrate de que tus políticas y herramientas generan confianza para tus clientes y empleados, sin dejar de comprender las oportunidades que brindan los datos codificados y conformes.

Inteligencia artificial: la IA tiene aplicaciones muy prácticas en el lugar de trabajo, sobre todo en el ámbito de la experiencia de cliente. Solicita opiniones expertas a tus colaboradores, proveedores y compañeros para cubrir las lagunas de conocimiento.

Más información sobre Zendesk

Proporciona las mejores experiencias del cliente en un mundo en constante cambio.

Únicamente Zendesk es capaz de ofrecer una combinación inigualable de las mejores experiencias de su clase y la flexibilidad necesaria para adaptarse a la evolución de la tecnología y las expectativas de los clientes. Se trata de una combinación potente que garantiza que las empresas puedan aprovechar las nuevas oportunidades y gestionar el constante cambio. Zendesk ofrece escalabilidad y agilidad económicas, sin que los clientes tengan que sacrificar el servicio o la innovación.

Para más información, visita [Zendesk.es](https://www.zendesk.es)

La metodología de este informe está basada en una encuesta cuantitativa global realizada a 1200 responsables de TI y en entrevistas en profundidad. Los participantes en la encuesta eran profesionales con cargos de vicepresidente o directivo en empresas de más de 1000 empleados. Las entrevistas en profundidad se llevaron a cabo en mayo de 2023.

zendesk