

Los asistentes virtuales generan un aumento de los ingresos del 3% en las empresas que los utilizan durante la pandemia, según un estudio de IBM

- La mayoría de las empresas creen que son determinantes para mejorar la satisfacción de los clientes
- Un 94% de las empresas que utilizaron agentes virtuales al comienzo de la pandemia ya ha rentabilizado su inversión
- El chatbot lanzado por la Junta de Andalucía con la tecnología de IBM logró dar respuesta a 67.000 consultas ciudadanas sobre la COVID-19

Madrid, 29 de octubre de 2020. IBM ha publicado [un nuevo estudio](#), realizado por el Institute for Business Value, que demuestra el impacto positivo de los agentes virtuales en el servicio de atención al cliente durante la pandemia. La investigación, realizada a partir de una encuesta a 1.000 empresas de 12 industrias y 33 países diferentes, reveló que el 99% de los encuestados informaron de un aumento de la satisfacción de los clientes tras el uso de agentes virtuales basados en inteligencia artificial.

Desde que empezó a extenderse el coronavirus, muchas organizaciones han optado por implementar asistentes virtuales basados en IA para complementar el servicio de atención al cliente en consultas relacionadas con el virus.. Los resultados, según el estudio, indican que los primeros centros de atención al cliente que adoptaron agentes virtuales para dar respuesta a las dudas generadas por la situación de emergencia han estado mejor preparados para atender a sus clientes y recuperarse de las interrupciones de sus negocios. En concreto, el 94% de las empresas que los pusieron en marcha de forma temprana los integraron con sistemas de backend y los entrenaron con muchos contactos. Estos ya han rentabilizado su inversión en comparación con el 49% que lo hizo más tarde.

En España, la [Junta de Andalucía creó en marzo un asistente virtual con la tecnología de IBM](#) para atender las consultas de los ciudadanos sobre el virus. La herramienta, accesible a través de la app Salud responde y la web de la Empresa Pública de Emergencias Sanitarias (EPES), logró dar respuesta a 67.000 consultas de los ciudadanos de la comunidad. Además de cubrir las necesidades informativas de la ciudadanía y de descongestionar el servicio telefónico de emergencias, se consiguió facilitar el trabajo de los empleados del call center, un beneficio que también se refleja en el estudio.

Clientes y empleados satisfechos

Las empresas encuestadas señalaron que mejorar la experiencia del cliente es el factor más importante para el uso de estos asistentes. Esta cuestión la respaldaron un 46% de empresas que implantaron chatbots al

comienzo de la pandemia y un 33% de las empresas que lo hicieron más tarde. Además de casi la totalidad de clientes satisfechos por el uso de asistentes virtuales, el estudio indica que los empleados también salieron beneficiados.

Las empresas que fueron pioneras en la implementación de estas herramientas también han visto un impacto positivo en sus ingresos. Entre estas empresas, un 94% ya ha rentabilizado la inversión que supuso la construcción de los agentes virtuales, en comparación con el 49% de las que lo hizo más tarde. Además, todos los encuestados indicaron un aumento medio del 3% de los ingresos tras el uso de los asistentes virtuales. En un estudio de Forrester encargado por IBM se descubrió que las organizaciones podían conseguir un ahorro medio de 5,50 dólares por conversación contenida utilizando el asistente de IBM Watson.

Otro aspecto importante en la digitalización de las empresas es la adopción de una estrategia Cloud adecuada. Según el estudio de IBM, la nube también fue un elemento diferenciador, ya que un 44% de las empresas pioneras que implementaron agentes virtuales informaron de que han integrado completamente las estrategias de cloud en sus sistemas de servicios de atención al cliente, en comparación con el 19% de las que lo implementaron más tarde.

For further information: Patricia Núñez Comunicación IBM patricia.nunez@es.ibm.com Tlf.- 637 893 754
