

Adobe

Principales iniciativas de experiencia del cliente para los CIO en 2025.



Los CIO son una pieza clave a la hora de liderar las transformaciones organizacionales para satisfacer las expectativas cambiantes de los clientes. La investigación [IA y tendencias digitales 2025 de Adobe](#) revela cómo los líderes tecnológicos como tú logran satisfacer las expectativas de los clientes sobre la CX a través de estrategias innovadoras y soluciones con tecnología de IA. Estas son las principales iniciativas que definen la CX actual para los líderes tecnológicos:

1 Comprender la verdadera eficacia de los datos.

La personalización sigue siendo la clave para brindar experiencias del cliente excepcionales, pero su eficacia depende de la unificación de los datos. La mayoría de los ejecutivos, tanto en las áreas de tecnología como de marketing, afirman que alcanzan una eficacia "líder en el sector" o "casi líder en el sector" en la captura de datos del cliente en tiempo real, la generación de información valiosa y práctica y la personalización sobre la marcha. Sin embargo, solo el 14% de los profesionales mencionan que su organización brinda una CX destacada que puede sorprender y satisfacer a los clientes. Aunque el 88% de los líderes tecnológicos reconocen que la personalización es esencial para el crecimiento, las preocupaciones de privacidad y seguridad de los datos continúan siendo un obstáculo importante.

#1

El principal obstáculo para conectar las funciones de datos son las cuestiones de privacidad y seguridad.

81%

de los líderes tecnológicos afirman que la IA aumenta la presión de generar un mayor valor comercial para su organización.

2 Impulsar el crecimiento mediante la IA y el análisis predictivo.

Con el fin de satisfacer las demandas de personalización en tiempo real, los líderes tecnológicos consideran que el principal factor que contribuye al crecimiento es el uso de la IA y el análisis predictivo para aumentar la retención y la lealtad de los clientes. Estas primeras herramientas con tecnología de IA tienen un potencial inmenso, pero también obligan a los líderes tecnológicos a demostrar que generan un valor tangible para la empresa. Y esto se suma a la presión de gestionar diversos desafíos. El principal desafío que enfrentan a la hora de ampliar la IA es encontrar el equilibrio entre usar esta tecnología para la personalización y considerar las preocupaciones éticas y la reputación de la marca.

3 Priorizar las inversiones en IA y aprendizaje automático.

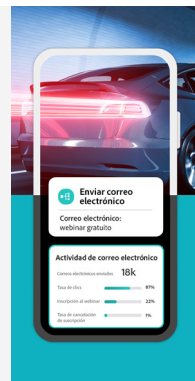
A la hora de decidir dónde invertir en los próximos 12 a 24 meses, los líderes tecnológicos mencionaron la IA y el aprendizaje automático como los factores más influyentes para optimizar el stack tecnológico. Se enfocarán en expandir el rol de la IA en la transformación de los flujos de trabajo, la toma de decisiones y la creación de experiencias del cliente hiperpersonalizadas. Según la investigación [IA y tendencias digitales 2025 de Adobe](#), el 81% de los líderes tecnológicos anticipan que los presupuestos aumentarán al menos un 10% y que el 20% se destinará a la adquisición y la implementación de nuevas tecnologías.

Los avances en IA y aprendizaje automático son los factores que más consideran los CIO a la hora de decidir sobre el stack tecnológico en 2025.

4 Definir la propiedad del recorrido del cliente.

La falta de claridad sobre quién es el responsable del recorrido del cliente puede obstaculizar el progreso de las iniciativas. Aunque el 58% de los líderes tecnológicos consideran que su propio departamento es el responsable, solo el 5% de los expertos en marketing opinan lo mismo: consideran que ellos mismos comparten la responsabilidad junto con el equipo de CX. Esta disparidad subraya la importancia de la colaboración entre los equipos de tecnología, marketing y CX para orquestar una estrategia unificada y garantizar una ejecución sistemática.

58%
de los líderes tecnológicos
afirman que el recorrido del
cliente es responsabilidad del
área de TI/tecnología.

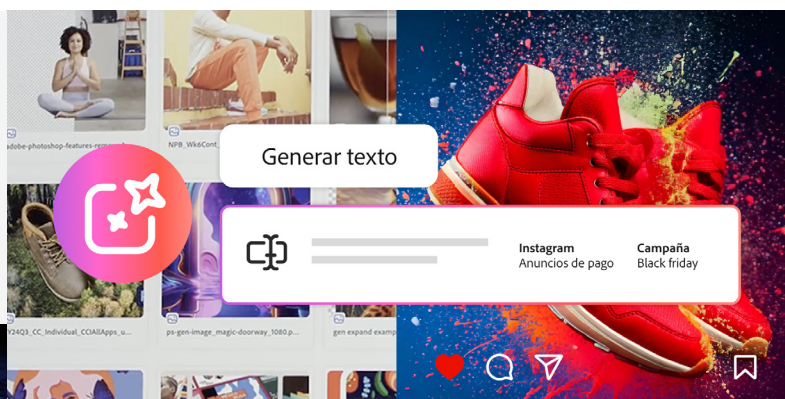


5 Agilizar la adopción de la IA generativa.

Los líderes tecnológicos están adoptando la IA generativa y demostrando el ROI más rápido que sus contrapartes en el área de marketing. El 57% de los líderes tecnológicos afirman que continúan logrando avances en los marcos de trabajo de IA y el cumplimiento normativo, en comparación con el 49% de los líderes de marketing. Es cierto que los equipos tecnológicos suelen estar a cargo de la implementación de las soluciones de IA generativa en toda la organización, pero el equipo de marketing tiene la responsabilidad de demostrar un ROI que puede medirse. Es posible que los CIO cuenten con metas de implementación claras que les permitan demostrar rápidamente el aumento en la productividad y la eficiencia. En el caso del área de marketing, las ventajas de la adopción de la IA están más distribuidas.

1.5

más líderes tecnológicos han implementado
soluciones de IA y ya obtienen un ROI
demostrado, en comparación con los líderes
de marketing.



Obtén más información en el informe [IA y tendencias digitales 2025 de Adobe](#).

La encuesta de ejecutivos se realizó entre el 11 de noviembre de 2024 y el 4 de diciembre de 2024 e incluyó a 3,400 encuestados calificados. Entre ellos, 3,270 eran ejecutivos del lado del cliente y 130 eran ejecutivos de agencias. Los encuestados pertenecen a diversos departamentos, con una mayor cantidad de participantes de TI (25%), marketing (13%), publicidad (12%) y digital/tecnología (8%). Este informe se basa específicamente en las respuestas globales que se obtuvieron de 378 vicepresidentes, vicepresidentes senior, vicepresidentes ejecutivos u otros directivos en el área de TI o digital/tecnología.

Adobe

Adobe y el logotipo de Adobe son marcas registradas o marcas comerciales de Adobe en Estados Unidos y otros países.

© 2025 Adobe. Todos los derechos reservados.