

ANÁLISIS

Inteligencia artificial en la experiencia de los clientes: un desafío de equilibrio y diseño

Las empresas que logren combinar la eficiencia operativa con una atención al cliente cálida y empática, serán las que no solo se mantendrán competitivas, sino que también fidelizarán a sus consumidores de manera duradera.

ALEJANDRA AMENÁBAR,
 decana de la Facultad de Diseño
 UDD.



UDD

La inteligencia artificial (IA) ha dejado de ser una fantasía para convertirse en una herramienta tangible, que está cada vez más integrada en los procesos y servicios que consumimos a diario y transformando la manera en que interactuamos con estos. En agosto de 2023, el Centro Nacional de Inteligencia Artificial (Cenial) presentó el primer índice latinoamericano de esta tecnología, el cual evaluó el nivel de preparación de 12 naciones de Latinoamérica con relación con la IA y Chile fue el país mejor evaluado, obteniendo un 73%. Pero ¿qué sucede cuando la eficiencia que nos ofrece esta tecnología se enfrenta a un valor fundamental como es la experiencia del usuario o cliente?

Como diseñadores, la experiencia del cliente es fundamental; estamos conscientes de que la clave para una verdadera transformación digital radica en encontrar un equilibrio entre dos elementos: la eficiencia proporcionada por la IA y la experiencia humana que genera una conexión genuina entre la persona y el servicio. El diseño de servicios, especialmente en un mundo tan profundamente digitalizado, juega un papel crucial en esta ecuación, ayudando a crear puentes entre la tecnología y las

necesidades emocionales de los usuarios.

El diseño de servicios en los últimos años ha cobrado una relevancia renovada, especialmente con la irrupción de las tecnologías digitales. A nivel global, ha jugado un papel fundamental en la mejora tanto de los servicios públicos como privados, permitiendo el desarrollo constante de diversas industrias, desde la salud hasta la educación, pasando por el comercio y los servicios financieros. Este enfoque ha sido clave para mejorar la calidad de vida de las personas, sobre todo en momentos de crisis económica o sanitaria, como por ejemplo, la vivida por la pandemia de covid-19, en la cual fue vital mantener la continuidad de operaciones y la satisfacción de los usuarios de manera remota y eficiente.

En Chile, en el año 2022, finalizando una de las crisis sanitarias más devastadoras a nivel mundial, el sector de los servicios fue uno de los más estables de la economía, representando un 54,3% del Producto Interno Bruto (PIB) del país y mostrando una capacidad destacable para sobrevivir y adaptarse a las crisis, y ha sido uno de los más activos en la adopción de nuevas tecnologías, como la IA, para mejorar la experiencia de los usuarios.

FOCO EN LAS PERSONAS

El desafío que enfrentamos hoy es cómo mantener el foco en las personas. La IA puede ser muy eficiente, pero siempre debe ser diseñada y aplicada de manera que se mantenga centrada en el bienestar y las necesidades de los usuarios. Esto implica que, en su implementación, la tecnología no debe reemplazar la interacción humana, sino complementarla. Las empresas que logren combinar la eficiencia operativa con una atención al cliente cálida y empática, serán las que no solo se mantendrán competitivas, sino que también fidelizarán a sus consumidores de manera



PREPINK

La IA puede ser muy eficiente, pero siempre debe ser diseñada y aplicada de manera que se mantenga centrada en el bienestar y las necesidades de los usuarios.

duradera.

Desde el Centro de Diseño de Experiencias y Servicios de nuestra facultad, trabajamos bajo la premisa de construir experiencias profundas, humanas y adaptativas. A medida que las empresas adoptan soluciones tecnológicas como la IA, también deben incorporar un enfoque integral de diseño, la cual garantice que la interacción con la máquina no reemplace la capacidad de empatizar con los usuarios.

Las empresas que han comprendido este desafío están creando o reforzando áreas de diseño de experiencia de clientes y diseño de servicios, buscando

mejorar tanto la eficiencia operativa como la calidad de la interacción con los usuarios. En el ámbito nacional, también las organizaciones están comenzando a adoptar IA para mejorar sus operaciones y competir en la economía global, y algunos sectores han invertido en fortalecer las áreas orientadas a la experiencia de usuarios.

EFICIENCIA Y EXPERIENCIA

Un caso ejemplificador es DART, una plataforma de teleoftalmología, desarrollada por el programa Impacta Salud del Laboratorio de Gobierno. El

software utiliza un algoritmo de autoaprendizaje inteligente que compara las imágenes de retina de los pacientes con datos asociados a retinopatía diabética, para así detectar de manera precoz y automatizada la presencia de signos de ceguera por diabetes. La herramienta se ha implementado desde 2018 en las más de 200 unidades de atención primaria oftalmológica administradas por el Ministerio de Salud.

Hoy, más que nunca, es esencial que las empresas y las instituciones educativas trabajemos juntas para fomentar el diseño de servicios como una disciplina que no solo se enfoque

en la optimización de procesos, sino que también en la creación de experiencias humanas que transformen la relación entre el usuario y la tecnología.

Las empresas deben ir más allá y preguntarse: ¿cómo esta herramienta impacta la experiencia de quienes la utilizan? El gran desafío está en cómo lograr que la eficiencia y la experiencia vayan de la mano. Esto implica un trabajo constante, interdisciplinario y centrado en las personas, para crear soluciones que no solo optimicen los procesos, sino que también mejoren la calidad de vida de quienes interactúan con ellas.