

CX GLOBAL INSIGHTS 2025

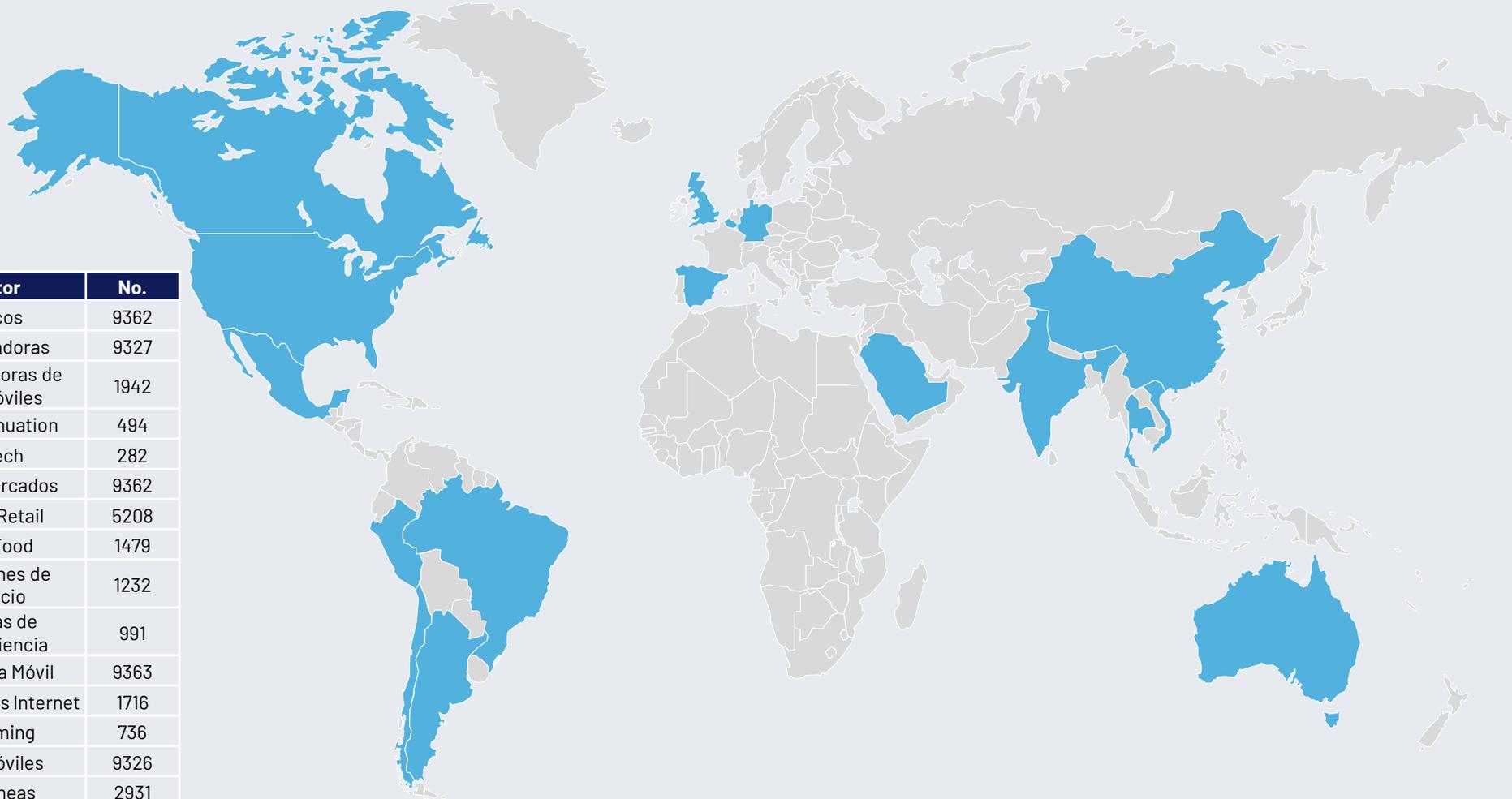
Latam

Descubre Tendencias y
Oportunidades para mejorar la
Experiencia del Cliente

Mayo 2025

Cobertura - 65 000 evaluaciones en múltiples sectores y países

**CX GLOBAL
INSIGHTS 2025**



Grupo	Sector	No.
Servicios financieros	Bancos	9362
	Aseguradoras	9327
	Aseguradoras de automóviles	1942
	Superannuation	494
	Fintech	282
Retail	Supermercados	9362
	Online Retail	5208
	Fast Food	1479
	Estaciones de Servicio	1232
	Tiendas de Conveniencia	991
Tecnología y telecom	Telefonía Móvil	9363
	Proveedores Internet	1716
	Streaming	736
Transporte	Automóviles	9326
	Aerolíneas	2931
Servicios públicos	Electricity or Gas	1699

País
Argentina
Australia
Belgium
Brazil
Canada
Chile
China
Germany
India
Mexico
Peru
Saudi Arabia
Singapore
Spain
Thailand
United Kingdom
United States
Vietnam

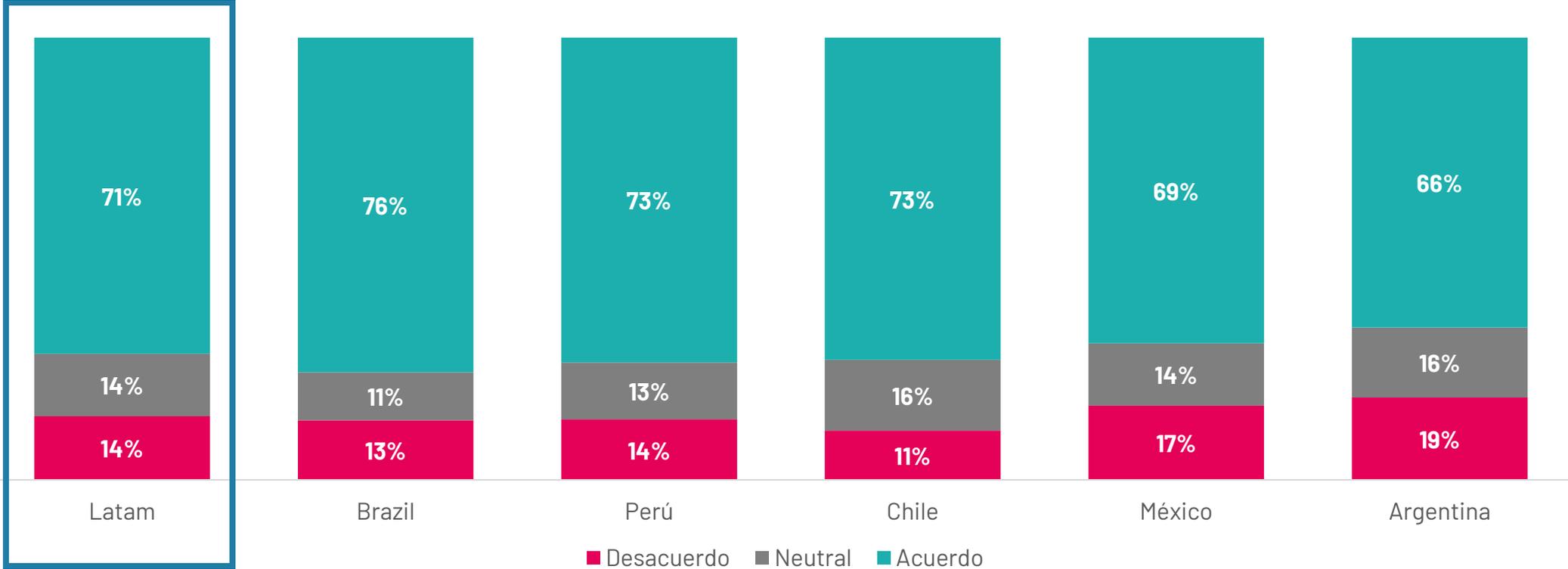
HEADLINES

71%

de los clientes en Latam dicen que eligen usar una marca porque saben que la experiencia será buena

71% de los clientes en Latam dicen que eligen usar una marca porque saben que la experiencia será buena

Elijo usar una marca porque sé que la experiencia será buena



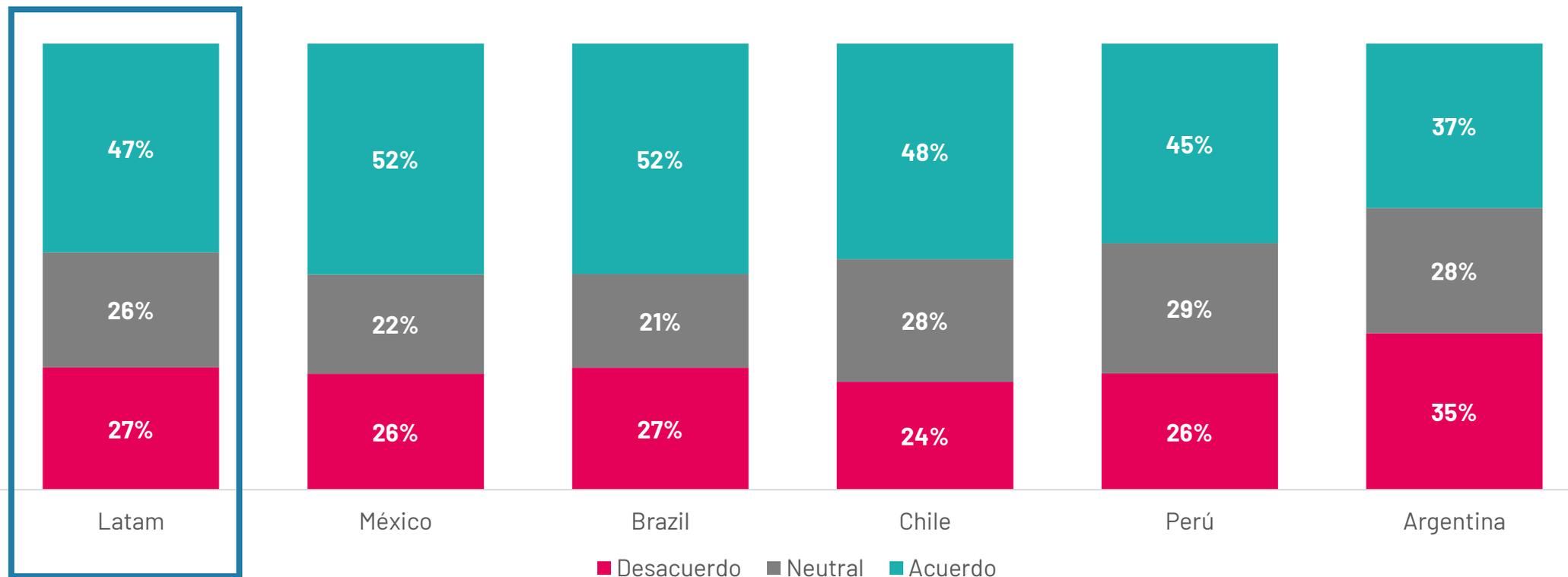


47%

están dispuestos a pagar más para obtener mejores experiencias

El 47% de los clientes en Latam dicen que están dispuestos a pagar más para obtener mejores experiencias

Estoy dispuesto a pagar más para obtener mejores experiencias como cliente.



42%

de los clientes creen
que las empresas
terminarán
beneficiándose
más de la IA

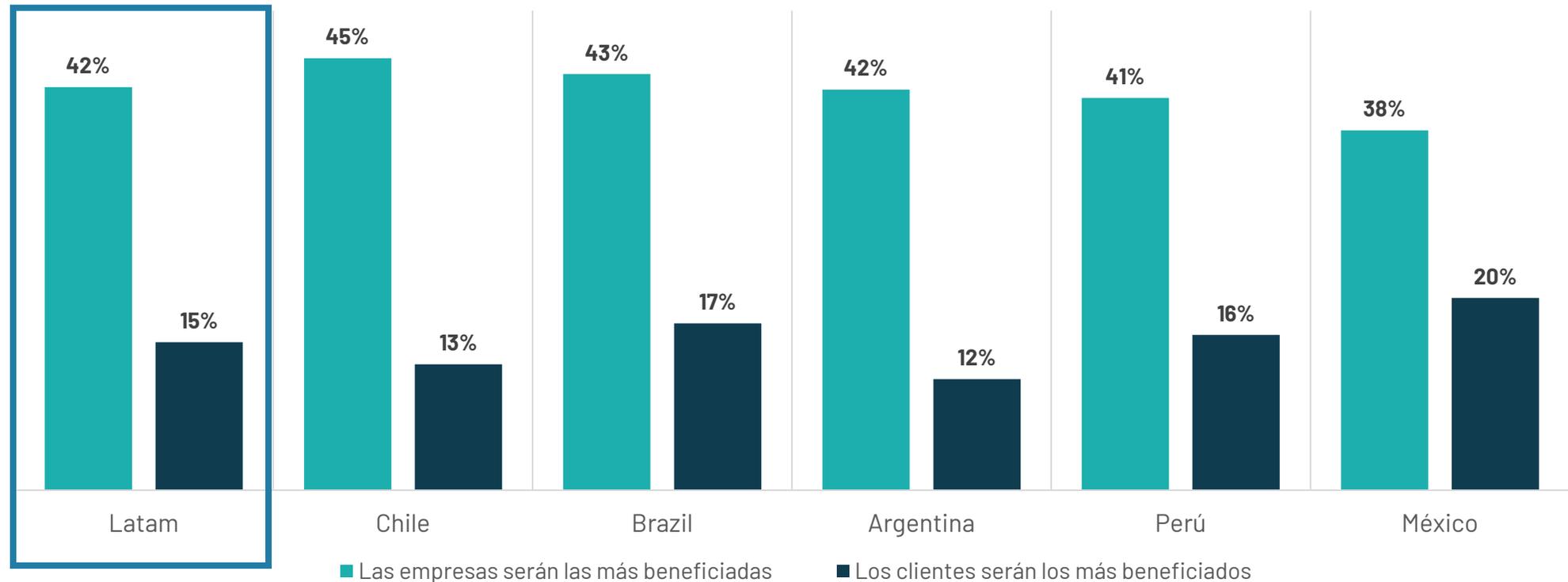
Sólo

15%

piensa que los
clientes se
beneficiarán más



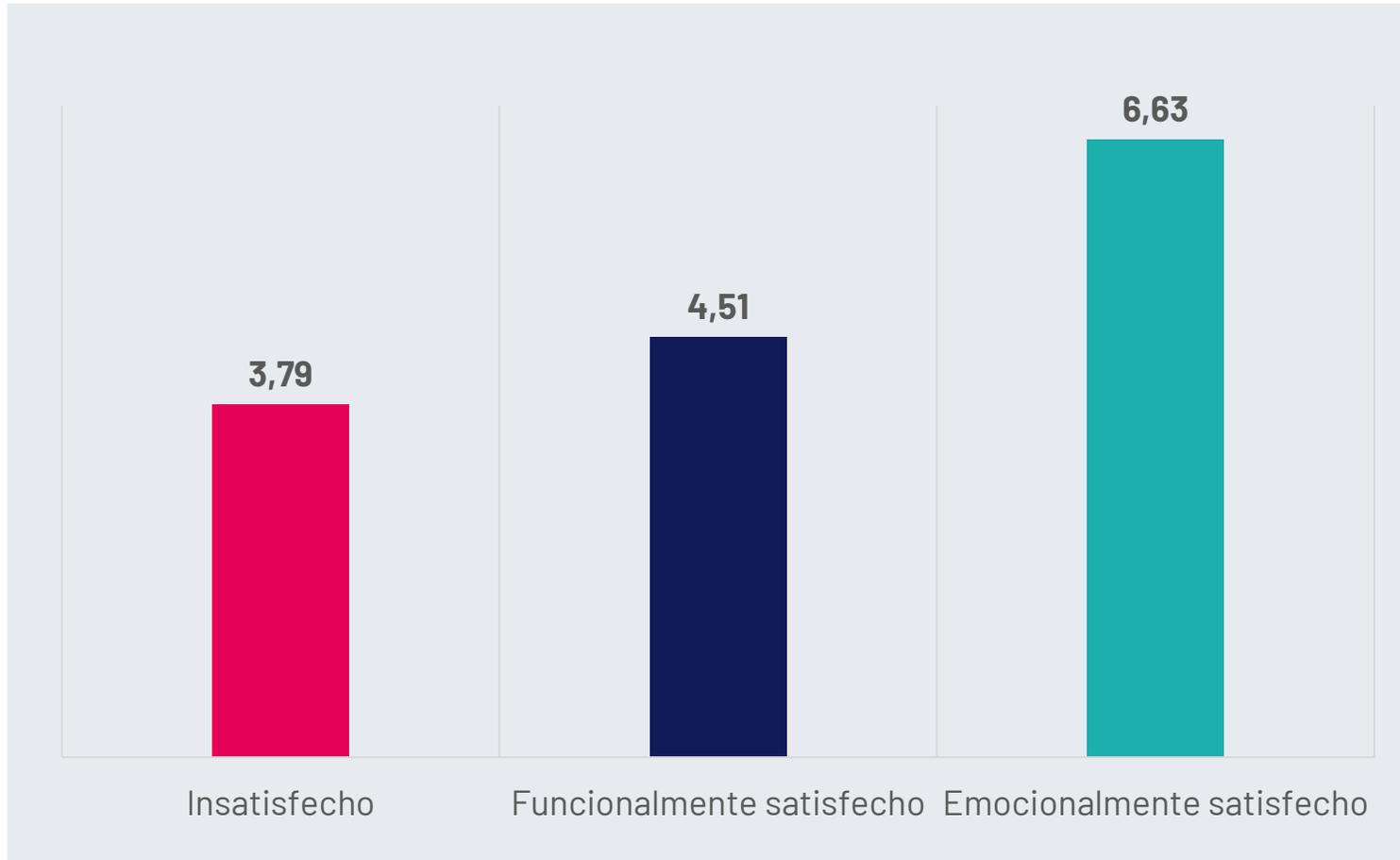
¿Quién se beneficiará de la IA? - Solo el 15% de los clientes en Latam cree que terminará beneficiándose más de la IA.



VÍNCULO EMOCIONAL

El vínculo emocional se asocia a mayores tasas de recomendación, contribuyendo así a la adquisición de clientes.

¿Cuántas veces has recomendado positivamente (*Marca*) a tus amigos y familiares en los últimos 12 meses?



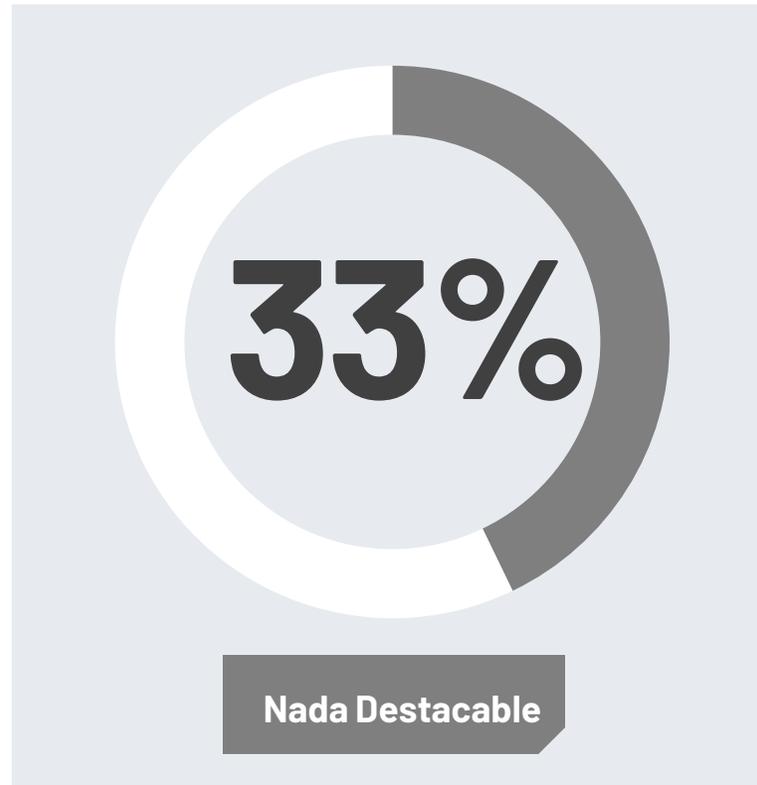
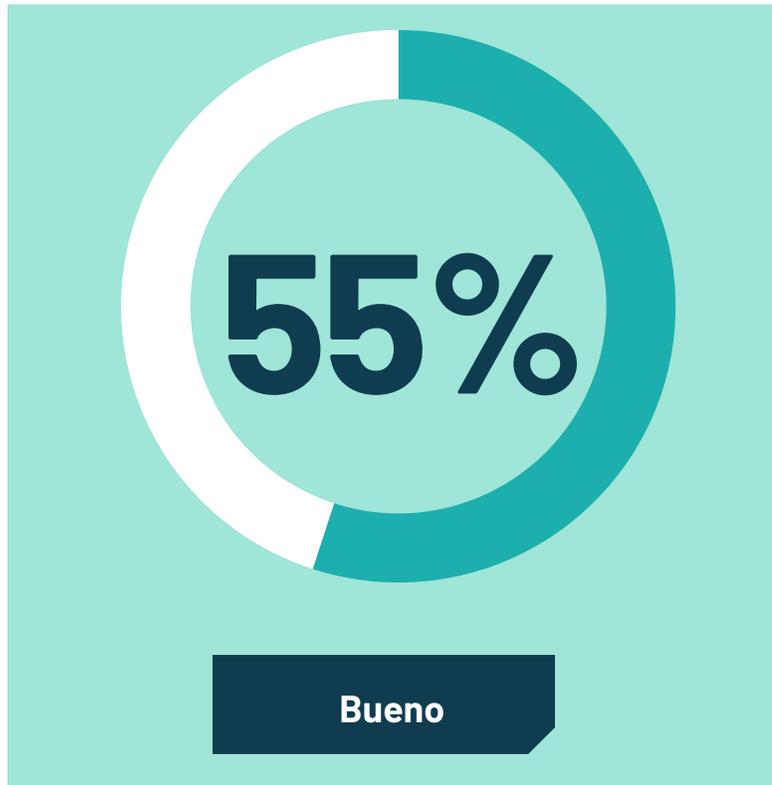
Cientes con vínculo emocional promueven mucho más activamente la marca que utilizan.

**CX GLOBAL
INSIGHTS 2025**

CÓMO TENER ÉXITO EN CX

Experience Quality

CX en Latam, alto porcentaje de experiencias son poco memorables o deficientes.



Los Pilares del Éxito

Factores Emocionales



Factores de la Experiencia



Colaborador



ESG



Delivery



Omnichannel



Personalización



Promesa de Marca

Para más información

Póngase en contacto con el equipo de CX
Insights

CX-Insights@ipsos.com

O visite:

<https://www.ipsos.com/es-cl/cx-global-insights-2025-desbloqueando-el-futuro-de-la-experiencia-del-cliente>