



# La comunicación en 2025: un panorama transformado por la IA y el metaverso

Por **Claudia Loaiza**

Presidenta de LC Loaiza Comunicaciones

¿Se imagina un mundo donde las marcas conversan con sus clientes de manera tan natural como con un amigo? ¿O donde las reuniones de equipo se llevan a cabo en espacios virtuales hiperrealistas? El futuro de la comunicación empresarial está más cerca de lo que pensamos, y está siendo moldeado por tecnologías disruptivas como la inteligencia artificial (IA) y el metaverso.

La IA está transformando la manera en que las empresas interactúan con sus audiencias. Herramientas como *chatbots* y asistentes virtuales cada vez más avanzados permitirán interacciones personalizadas y eficaces, mejorando significativamente la experiencia del cliente y liberando a los equipos humanos para enfocarse en tareas estratégicas. Además, la IA será crucial en la creación automatizada de contenido atractivo, lo que permitirá a las marcas generar materiales más rápido y con mayor impacto.

Simultáneamente, el metaverso emerge como un nuevo espacio de interacción. Las empresas podrán

ofrecer experiencias inmersivas que cambiarán la forma en que los consumidores interactúan con productos y servicios. Desde conferencias hasta lanzamientos de productos, los eventos virtuales en espacios hiperrealistas ampliarán las oportunidades de captar la atención y el compromiso de las audiencias, creando una conexión más profunda y emocional con las marcas.

Sin embargo, la transformación no solo es tecnológica. La personalización, sostenibilidad y ética se posicionarán como pilares que redefinirán las estrategias de comunicación. Los consumidores exigen mensajes adaptados a sus necesidades y una mayor transparencia en los valores de las marcas. Este cambio llevará a las empresas a comprometerse genuinamente con la sostenibilidad y el impacto social positivo.

El 2025 marcará un antes y un después en la comunicación empresarial. Las empresas que adoptan tecnologías como la inteligencia artificial y el metaverso, y que integran valores éticos y estrategias

de personalización, estarán mejor posicionadas para liderar en un mercado dinámico y desafiante. Este nuevo panorama no solo ofrecerá herramientas innovadoras, sino también oportunidades para construir relaciones más sólidas y significativas con los clientes, asegurando el éxito en un entorno cada vez más competitivo.

## PROYECCIONES PARA 2025

Según los analistas, una de las principales tendencias será la comunicación digital personalizada. Se proyecta que el 82 % de las empresas aumentarán el uso de inteligencia artificial para personalizar sus interacciones con los clientes, junto con otros datos clave:

- El 65 % de las marcas implementarán soluciones de conversación automatizadas impulsadas por IA.
- El 76 % de las empresas adoptarán sistemas de voz habilitados por IA para mejorar las interacciones con los clientes.
- El 90 % de las empresas buscarán ofrecer una experiencia de comunicación integrada.
- El 75 % de las empresas utilizarán WhatsApp Business como su principal canal de atención al cliente. El 78 % de las interacciones en WhatsApp serán gestionadas por sistemas automatizados. El 55 % de los consumidores preferirán empresas que comuniquen de manera clara y honesta sus esfuerzos de sostenibilidad.

## TENDENCIAS CLAVE EN LOS MEDIOS

El informe de tendencias de medios 2025 de Dentsu, titulado *The Year of Impact*, destaca que el 2025 será un año clave para el sector, impulsado por la inteligencia artificial y los algoritmos, que están transformando el ecosistema hacia uno más direccionable, comparable y medible. La IA jugará un papel central en la cadena de valor mediática, ofreciendo a las marcas y consumidores un espacio de mayor personalización y experiencias únicas. Los temas clave que impulsarán la industria de medios son:

- La IA, de potencial a realidad transformadora para dar forma al futuro de los medios.
- El *storytelling* como herramienta clave para vencer los algoritmos, volviéndose cada vez más importante para las marcas.
- La revolución del *retail* media, una fuente significativa de ingresos para las marcas.
- Calidad y compromiso como los nuevos valores en la inversión de medios.
- Un futuro mediático con desafíos globales y locales, donde las marcas deberán adaptarse a las diferencias para tener éxito en diversos mercados.

En resumen, las comunicaciones en 2025 serán más personalizadas, interactivas y centradas en el cliente, impulsadas por la inteligencia artificial y tecnologías emergentes como el metaverso.



### LA AUTORA

**Claudia Loaiza Guerra** es periodista especializada en RR. PP con un máster en Periodismo Digital y Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Con más de veinte años de experiencia, ha trabajado en el campo de las Relaciones Públicas y la prensa. Dirige LC Loaiza Comunicaciones, una Consultora de RR. PP que promueve la comunicación integral en las organizaciones. Es capacitadora en Media Training y docente en Comunicación y Medios.

Redes TW-LI: Claudia Loaiza | Web: [www.loaizacomunicaciones.com](http://www.loaizacomunicaciones.com)