

WhatsApp y Home Speakers: principales tendencias del 2019 en el mercado chatbot, según Chatbot Chocolate

Según la firma de investigación Ovum, para 2021 habrá en el planeta casi tantos asistentes activados por voz como personas

Si por algo se ha caracterizado el 2018 es por el auge del desarrollo y el impulso de la tecnología conversacional en el mercado hispanohablante. De hecho, para 2021 habrá en el planeta casi tantos asistentes activados por voz como personas, de acuerdo a datos aportados por la firma de investigación Ovum. A esto hay que sumarle los últimos datos publicados por Gartner, los chatbots y los asistentes virtuales formarán parte del día a día de empresas y clientes antes de los próximos cinco años. Con el objetivo de analizar cuáles serán las próximas novedades en el sector, Chatbot Chocolate, agencia especializada en el desarrollo de chatbots en España y Latinoamérica, ha destacado las dos tendencias claras que tendrán lugar en el 2019 en el mundo chatbot: WhatsApp Business y Home Speakers.

Con más de 1.500 millones de usuarios activos al mes, WhatsApp se ha convertido en el entorno preferido para comunicarse, especialmente en los países hispanohablantes, algo que ha generado un interés cada vez mayor en las compañías. El lanzamiento oficial a principios de verano de WhatsApp Business puso de manifiesto el interés de la compañía por ofrecer a las empresas la posibilidad de estar en contacto con sus clientes a través de esta aplicación de mensajería. Para Ángel Hernández, socio fundador de Chatbot Chocolate, “Una de las tendencias que se podrá perfilar durante el 2019 es el lanzamiento de la API oficial que permita la automatización de conversaciones entre empresas y clientes a través de WhatsApp Business. En nuestro caso, que nos especializamos en el 2017 en el desarrollo de chatbots en WhatsApp aunque no hubiera APIs oficiales, hemos comprobado en primera persona el interés por el desarrollo de chatbots en esta aplicación de mensajería y el engagement que se genera con los consumidores”.

El desarrollo de la tecnología conversacional no solo se concentra en el auge de chatbots en WhatsApp y otras apps de mensajería, con la llegada de los Home Speakers y los asistentes virtuales, los chatbots entran en un entorno desconocido hasta el momento, el de la voz.

Google Home, Amazon Echo y Apple Pod han aterrizado en España o México en este último cuatrimestre, dejando claramente visible el interés de ponerlos en marcha en el mercado hispanohablante. Según datos de Canalys se estima que a finales de este año se alcancen los 100 millones de unidades vendidas. Un crecimiento que, de acuerdo con el último informe realizado por Data Bridge Market Research, trasladará al mercado más de 6 mil millones de dólares de cara a 2025.

Para entender esta rápida adaptación, Hernández asegura que “a partir de ahora los chatbots no solo van a alojarse en entornos de mensajería, sino que también empezaremos a usarlos a través de estos altavoces inteligentes. Pedir una pizza o comprar un billete de tren a través de Google Home o

Amazon Echo se irán convirtiendo en habituales a lo largo del 2019, como ya lo es consultar las noticias de un determinado medio o el tiempo”. Una realidad respaldada con cifras como la publicada por la Asociación de Tecnología del Consumidor, que espera que las ventas de altavoces inteligentes asciendan a 3,2 mil millones de dólares en Estados Unidos este año, un 64% más que en 2017.

Datos de contacto:

Redacción

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Telecomunicaciones E-Commerce Software](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>