

Afirma Luis Abril, consejero ejecutivo de Indra y director general de Minsait, en el Informe Ascendant Madurez Digital 2024: "IA, radiografía de una revolución en marcha"

“EL 36% DE LAS ORGANIZACIONES ESTÁ EMPEZANDO A DESARROLLAR SUS PLANES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL”

- Minsait presenta su informe de Madurez Digital 2024 que afronta el grado de adopción de la IA y muestra su rápida evolución en las organizaciones, con una eclosión de casos de uso, sobre todo de IA generativa, en etapas mucho más tempranas que otras tecnologías emergentes
- La mayoría de organizaciones que ya han implementado IA en sus procesos lo han hecho con la motivación puesta en la eficiencia operativa (72%), en la mejora de toma de decisiones (34%) y la evolución de la experiencia de sus clientes y usuarios internos (31%)
- El Gobierno del Dato se confirma como paso previo para extraer el mayor valor de la información, avanzar hacia la inteligencia artificial y entrar en modelos más evolucionados, como la IA Generativa; el 78% de las organizaciones ya cuenta con infraestructura en la nube para su escalado y una de cada tres tiene acuerdos con socios tecnológicos especializados
- El informe muestra cómo es básico integrar la ética y la ciberseguridad en las etapas iniciales de los casos de uso que están abriendo la puerta a la IA en las organizaciones para garantizar un uso responsable y seguro de los datos durante todo su ciclo de vida
- El 31% de las empresas consultadas destaca la inestabilidad de la regulación como una de las grandes barreras para la implementación de más casos de uso, algo que, con la reciente aprobación de la Ley Europea de IA, ha dado claridad a este escenario
- Una de cada cuatro empresas e instituciones consultadas cuenta con recursos humanos y económicos para evolucionar en IA, aunque aún se constata cierta falta de visión a nivel directivo, desconocimiento sobre sus capacidades o ausencia de profesionales especializados

Madrid, 25 de abril de 2024.- Ante la creciente presencia de la inteligencia artificial en el mundo empresarial y tecnológico, las organizaciones españolas comienzan a sentar las bases para incorporar este recurso a sus procesos y poder capitalizar todo su potencial de crecimiento. Aunque en la actualidad, apenas un 10% de las compañías dispone ya de un plan de IA completamente integrado en sus estrategias, “el 36% de ellas ya ha iniciado su elaboración y solo una de cada cuatro no prevé tenerlo en un medio plazo, lo que demuestra la importancia estratégica que la IA va a tener en los negocios”.

Son palabras de Luis Abril, consejero ejecutivo de Indra y director general de Minsait, con motivo del lanzamiento del [Informe Ascendant](#) Madurez Digital 2024 que la compañía digital presenta todos los años y que, en esta ocasión, bajo el título “IA, radiografía de una revolución en marcha”, aborda el contexto y grado de adopción de la inteligencia artificial por parte de las empresas y las administraciones públicas. Para ello, se ha analizado la información aportada por más de 900 organizaciones de España y otros países, que han participado en este estudio, procedentes de 15 sectores diferentes de actividad.

En el análisis de Minsait, “percibimos un salto cualitativo que avanza hacia nuevos modelos de gestión, en los que la IA se integra en todas las funciones de la organización, facilitando a las personas que puedan centrarse en actividades de mayor valor. Para conseguirlo, uno de los grandes retos de compañías e instituciones es acelerar la innovación y el escalado ágil y flexible de la inteligencia artificial, con el fin de no perder el tren de la competitividad y continuar creciendo de forma sostenible”, explica Luis Abril.

Eclosión de casos de uso en las organizaciones

El Informe Ascendant de Minsait constata que, aunque las compañías de todos los sectores parten de un bajo nivel de adopción de la IA, son conscientes del reto que supone impulsar y capturar todo su valor a medida que avanza la tecnología. Es llamativo que muchas se estén lanzando ya al despliegue de casos de uso, sobre todo de inteligencia artificial generativa, lo que ha dado una eclosión de referencias en una etapa muy anterior a lo que habitualmente ha sucedido con otras tecnologías emergentes. Lejos de eclipsar a su versión tradicional, donde aún existe mucho valor por capturar, la IA Generativa se ha convertido además en el multiplicador para la implementación de casos de uso y acelerar su llegada a las empresas.

Entre las compañías que ya han iniciado este camino, refleja el Informe Ascendant, un 72% lo ha hecho con la motivación de incorporar la IA en su eficiencia operativa, un 34% para mejorar la toma de decisiones y un 31% en la evolución de la experiencia de sus clientes y usuarios internos. En general, se perciben ciertas reservas a explorar otros ámbitos o a facilitar acciones autónomas por parte de la inteligencia artificial; y priman por el contrario casos de uso relacionados con la evolución en las operaciones.

Otros ámbitos de la cadena de valor* en los que se ha puesto foco son la aplicación de la IA a la gestión del riesgo y la ciberseguridad (54%), el TI corporativo (37%), marketing (36%) y ventas (33%); lo que ha incentivado el desarrollo de casos de uso en ámbitos como el análisis predictivo para la toma de decisiones, la investigación y el diseño de nuevos productos y servicios, el diseño y personalización de campañas, la predicción de la demanda de clientes, o la generación de código TI (ver Anexo).

Dentro de esta velocidad que comienza a tomar la IA en las organizaciones, la nube y contar con un buen ecosistema de aliados e hiperescaladores se ha convertido en la base tecnológica para su adopción a gran escala y, en el caso de IA Generativa, prácticamente en un imperativo debido al coste y al conocimiento que se requiere para entrenar grandes modelos de lenguaje. El 78% de las organizaciones dispone ya de infraestructura en la nube para fomentar la inteligencia artificial y una de cada tres tienen acuerdos con socios tecnológicos especializados.

Desde Minsait estiman que integrar la ética y la ciberseguridad desde las etapas iniciales de diseño, prueba e implantación de casos de uso de inteligencia artificial es básico para garantizar el uso responsable y seguro de los datos. Aunque a día de hoy, según el informe, sólo un 9% de las organizaciones ha implantado soluciones y planes de ciberseguridad específicos para ello, las compañías ya están estableciendo propuestas adicionales para proteger los modelos de IA durante todo su ciclo de vida.

Por sectores, el aprovechamiento sectorial de la inteligencia artificial es muy dispar, si bien Banca, Energía, Seguros y Telco ya han habilitado medidas para cambiar su enfoque hacia la IA o incorporar productos y servicios en su propuesta de valor basados en ella. Otros como Consumo, Industria o AAPP se encuentran en fases más incipientes para poder explotar el máximo potencial de este recurso. El informe recoge varios casos de uso, implementados ya en empresas e instituciones, que además tienen un componente de desarrollo sostenible relevante, actuando sobre la protección del ambiente, la generación de conocimiento, la lucha contra la desinformación, o el cierre de la brecha digital.

Preocupación por el marco regulatorio

Esta eclosión de casos de uso ha acelerado la entrada de la IA en las organizaciones si bien desde estas aún se perciben obstáculos para escalar más ágilmente su adopción. La falta de profesionales cualificados es la más importante para el 36% de las compañías consultadas, seguida de la falta de visión y entendimiento por parte de las capas directivas sobre el valor de la IA y su potencial de crecimiento para el negocio, tal y como apunta el 35%.

En tercer lugar, destaca la preocupación del 31% de las organizaciones por la inestabilidad de la regulación y la ausencia de un marco normativo estable que incentive el uso responsable y el cumplimiento de la privacidad como una de las grandes barreras para aumentar su adopción. Un contexto de limitación que ha

*Ver Anexo

cambiado con la reciente aprobación de la Ley Europea de IA (IA ACT), la primera normativa sobre Inteligencia Artificial del mundo que regula nuevos escenarios de oportunidad donde incentivar este recurso empresarial.

Luis Abril, responsable de Minsait, recuerda que es importante aprovechar este momento de oportunidad: “La inteligencia artificial es un recurso valioso para mejorar la competitividad de las empresas y las administraciones públicas en todo el mundo. Y, como siempre ha ocurrido con otras revoluciones de calado, la IA supone una disrupción en diversos ámbitos de la sociedad y viene acompañada de una serie de retos que habrá que gestionar. Entre estos retos, se incluyen la protección de la privacidad y la seguridad de los datos, la prevención de sesgos y la discriminación, la gestión sostenible de los recursos necesarios para el uso de la IA y la gestión del impacto que pueda tener en el mercado laboral. Y, en el fondo, dar respuesta a estos retos para seguir avanzando hacia un modelo de sociedad donde las nuevas tecnologías estén al servicio de las personas”.

(Descarga el informe completo: ascendant.minsait.com)

Acerca de Minsait

Minsait (www.minsait.com) es la compañía del Grupo Indra líder en transformación digital y Tecnologías de la Información. Presenta un alto grado de especialización, amplia experiencia en el negocio digital avanzado, conocimiento sectorial y un talento multidisciplinar formado por miles de profesionales en todo el mundo. Minsait se posiciona a la vanguardia de la nueva digitalización con capacidades avanzadas en inteligencia artificial, cloud, ciberseguridad y otras tecnologías transformadoras. Con ello, impulsa los negocios y genera grandes impactos en la sociedad, gracias a una oferta digital de servicios de alto valor añadido, soluciones a medida en todos los ámbitos de actividad y acuerdos con los socios más relevantes del mercado. A cierre del año 2023, Minsait tuvo unos ingresos de 2.517 millones de euros.

Acerca de Indra

Indra (www.indracompany.com) es una de las principales compañías globales de defensa, aeroespacio y tecnología, así como líder en transformación digital y tecnologías de la información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios de alto valor y con un elevado componente de innovación, que la convierten en el socio tecnológico para la digitalización y para las operaciones clave de sus clientes en todo el mundo. La sostenibilidad forma parte de su estrategia y de su cultura, para dar respuesta a los retos sociales y ambientales presentes y futuros. A cierre del ejercicio 2023, Indra tuvo unos ingresos de 4.343 millones de euros, más de 57.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.

ANEXO:

Mayoría de casos de uso mencionados por las organizaciones por ámbitos de la cadena de valor:

ESTRATEGIA Y GOBIERNO									
Estrategia		Ecosistema Partners				ESG			
Análisis predictivo para la toma de decisiones	27%	Comunicación automatizada con proveedores			14%	Análisis y pronóstico de impacto medioambiental y emisiones			24%
Simulaciones de escenarios basadas en IA	21%	Identificación y selección de partners			9%	Gestión de la eficiencia energética			15%
Entendimiento e identificación de oportunidades y amenazas del mercado	14%	Homologación de partners			8%	Monitorización y análisis de impactos sociales			10%
Optimización de la estrategia corporativa	13%	Gestión de contratos			5%	Optimización y desarrollo de la estrategia			6%
Otros	3%	Otros			3%	Análisis de sentimiento de empleados			4%
						Otros			2%

DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		MARKETING		COMERCIAL		OPERACIONES DE CLIENTE		GESTIÓN DE RIESGOS Y SEGURIDAD	
Investigación / diseño de nuevos productos / servicios	22%	Diseño y personalización de campañas	22%	Predicción de la demanda	23%	Gestión de clientes	19%	Ciberseguridad (apalancado en proveedor)	31%
Elaboración de estrategias de pricing	14%	Monitorización de campañas	16%	Optimización del proceso de venta	13%	Optimización de la atención al cliente (Chatbots y Voicebots)	19%	Ciberseguridad (propia)	29%
Elaboración de offering	13%	Definición de estrategia de Marketing corporativa	16%	Optimización del Customer Journey	10%	Conocimiento del cliente	17%	Gestión de riesgos y fraudes	17%
Análisis de tendencias	12%	Análisis de tendencias de los consumidores	14%	Personalización de ofertas y campañas	8%	Automatización de respuestas, reclamaciones y recomendaciones	16%	Cumplimiento de regulaciones	8%
Predicción de la demanda	6%	Generación de contenido	6%	Planificación comercial	6%	Análisis de sentimiento	7%	Gestión de privacidad de los datos	8%
Otros	11%	Segmentación de clientes	3%	Optimización de ventas	3%	Otros	9%	Análisis y gestión de documentos	8%
		Otros	12%	Otros	7%			Otros	3%

ÁREAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL									
Finanzas		RRHH		IT Corporativo		Compras corporativas		Servicios centrales	
Pronósticos financieros	18%	Monitorización de rendimiento	17%	Generación / Análisis de código	21%	Optimización del proceso de compras	10%	Procesos administrativos	11%
Análisis financiero	16%	Retención de talento	17%	Monitorización de la infraestructura	16%	Análisis y selección de proveedores	8%	Mantenimiento de oficinas y fábricas	11%
Gestión de riesgos financieros	15%	Análisis y selección de personal	16%	Mantenimiento de la infraestructura	13%	Seguimiento de pedidos	8%	Control de accesos	1%
Contabilidad	14%	Formación a personal	8%	Optimización de la red	10%	Negociación con proveedores	5%	Otros	4%
Análisis y gestión de facturas	7%	Resolución de dudas	2%	Otros	11%	Otros	5%		
Otros	9%	Otros	9%						

Contacto de Comunicación

Cristina García Sánchez
cgasanchez@minsait.com
+34 639 46 53 86