

EL 71% DEL SECTOR MEDIA ADOPTA LA IA PARA LA GESTIÓN DE CONTENIDOS PARA AUMENTAR LA EFICIENCIA Y PERSONALIZACIÓN

- Según revela el Informe Ascendant de Minsait, el 85% utiliza la inteligencia artificial para el diseño de nuevas funcionalidades y la evolución de productos
- La IA permite una recomendación de contenidos más precisa y una hiperpersonalización basada en patrones de consumo, mejorando la experiencia del usuario

Madrid, 11 de septiembre de 2024.- Desde la producción de contenido hasta la traducción de textos y la gestión documental, la inteligencia artificial ha permitido optimizar procesos y transformar las operaciones tradicionales en los medios. Tanto es así que un 71% de las empresas del sector media ya ha implementado la IA para la gestión de contenidos, destacando la importancia de estas soluciones en la mejora de la eficiencia, y el 85% de ellas la emplea para la evolución de productos y el desarrollo de nuevas funcionalidades. Así lo ha revelado el análisis sectorial recogido en el informe Ascendant de Minsait (Indra) que, bajo el título *IA: radiografía de una revolución en marcha*, analiza su grado de adopción en compañías privadas e instituciones públicas.

El uso de la inteligencia artificial en medios se ha centrado en la recomendación y la hiperpersonalización porque proporciona una mayor precisión, mejora la experiencia del usuario y fomenta el consumo de nuevos contenidos. De esta forma, el sector ha recurrido a la IA para acometer dos tareas principales: la gestión de contenidos para envíos personalizados u optimización de titulares (siete de cada diez) y la gestión de la publicidad mediante la personalización de campañas y el análisis de su rendimiento (57%).

En cuanto a los casos de uso específicos, el informe señala que el 43% de las compañías del sector recurre a la IA para diseñar nuevos servicios y el 29% la emplea para mejorar el conocimiento y la gestión de los clientes, el establecimiento de estrategias de *pricing* y la identificación de oportunidades y amenazas del mercado.

Por otra parte, el aumento de la eficiencia operativa es una de las principales motivaciones para la integración de la IA en el 54% de las empresas de medios, mientras que el 46% del sector considera que mejora la oferta de servicios y el conocimiento del cliente y, por tanto, optimiza los resultados empresariales. El informe también destaca que un 40% de estas compañías cuenta con capítulos relacionados con la IA en sus planes estratégicos y más de la mitad (60%) es capaz de captar información en tiempo real.

Una herramienta clave en el futuro del sector

“El sector Media se encuentra en mitad de un proceso de transformación debido a la necesidad de abordar preocupaciones económicas y también tecnológicas. En este contexto, la inteligencia artificial ha emergido como una herramienta clave para enfrentar estos desafíos y aprovechar nuevas oportunidades”, explica Elena Pablos, directora de Telco y Media en Minsait. “A corto plazo”, añade, “se espera que las soluciones basadas en la IA sean capaces de detectar contenidos manipulados o elaborados a partir del mal uso de la inteligencia artificial. En Minsait ya estamos trabajando en casos de uso que nos permiten prevenir la difusión de *fake news* y asegurar la veracidad de la información”.

Por otro lado y según el informe Ascendant, la tendencia del sector de avanzar hacia una mayor sostenibilidad y responsabilidad social corporativa otorga un papel principal a la IA, encargada de minimizar el impacto ambiental de los medios con soluciones que reduzcan la huella de carbono y el consumo energético. El documento también prevé que, en los próximos años, las empresas de Media hagan mayor hincapié en la ética y la seguridad de los datos para garantizar su privacidad y evitar sesgos.

El [Informe Ascendant](#) Madurez Digital 2024 de Minsait aborda, en su quinta edición, 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 procedentes de 15 sectores diferentes de actividad.

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 está 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 digitales a medida para todos los ámbitos de actividad y acuerdos con los socios más relevantes del mercado.

Acerca de Indra Group

Indra Group es un holding empresarial que promueve el progreso tecnológico, del que forman parte Indra, una de las principales compañías globales de defensa, tráfico aéreo y espacio; y Minsait, líder en transformación digital y tecnologías de la información en España y Latinoamérica. Indra Group impulsa un futuro más seguro y conectado a través de soluciones innovadoras, relaciones de confianza y el mejor talento. 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 Group 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.

Contacto de Comunicación

Virginia Miranda Rufo
vmrufo@minsait.com
+34 682 528 486