

Inteligencia Artificial en Europa

España

Perspectivas para 2019 y más allá

Cómo 277 organizaciones se benefician de la IA

ESTUDIO DE MICROSOFT, ELABORADO POR EY

Resumen Ejecutivo

Aunque se habla mucho del potencial transformador de la Inteligencia Artificial (IA) en las organizaciones, lo cierto es que existe un conocimiento limitado de lo que las empresas están haciendo para beneficiarse de la adopción de estas tecnologías. El objetivo de este Estudio es comprender de forma más profunda cómo las empresas gestionan a día de hoy sus actividades de Inteligencia Artificial y cómo afrontan los desafíos y oportunidades actuales.

Para profundizar sobre este tema, entrevistamos a directivos de 277 organizaciones en 7 industrias y 15 países de Europa. A continuación, resumimos los datos más relevantes referidos a las empresas españolas.

La IA es un “tema candente”, pero más en los Comités de Dirección que en las operaciones

El 71% de las empresas encuestadas responde que la Inteligencia Artificial es un tema importante en los niveles directivos / ejecutivos. Esta atención es significativamente más alta que en el resto de la plantilla, donde la IA solo se considera un tema importante en el 25% de las empresas. Ambos porcentajes están en línea con la media europea.

El mayor impacto de la IA se espera en la optimización de las operaciones y, en segundo lugar, en una mayor y mejor conexión con los clientes

El 95% de los encuestados en España espera que la aplicación de la Inteligencia Artificial permitirá optimizar las

operaciones de sus compañías en el futuro, mientras que un 85% de las empresas estima que la IA será clave para conectar mejor con sus clientes, gracias a la mejora de la experiencia del usuario, a adaptar el contenido para ellos, aumentar la velocidad de respuesta, anticipar necesidades, etc.

Cabe destacar que el 100% de las compañías europeas más avanzadas esperan que la IA les ayude a captar clientes, en comparación con solo el 63% de las empresas menos maduras. El uso de la IA para transformar productos y servicios puntúa un poco más bajo con un 65%, y el empoderamiento de los empleados es el más bajo, con un 60% de las compañías europeas que esperan beneficios generados por la IA en esa área.

Se espera que la IA impacte en áreas de negocio completamente nuevas en el futuro

El 50% de las compañías españolas espera que la IA tenga un alto o muy alto impacto en áreas de negocios que son desconocidas para la compañía en la actualidad, mientras que el 70% de las empresas encuestadas espera que la IA un impacto alto o muy alto en el negocio principal. Por ello, quizás no sea sorprendente que la IA esté recibiendo atención como un tema clave para los comités de dirección.

Muy pocas de las 277 empresas se consideran “avanzadas” en IA

A pesar del impacto que las empresas españolas esperan de la adopción de IA, solo una pequeña proporción

de ellas, que representan el 5% del total de la muestra, dice que la IA está contribuyendo activamente a ‘muchos procesos en la empresa y que permite tareas bastante avanzadas en la actualidad’ (referido como ‘las más avanzadas’ en este informe).

Otro 15% se encuentra en fase de “lanzamiento” habiendo incorporado la IA de forma activa y selectiva en algunos procesos de la empresa y la mayoría, el 65% de las empresas, todavía están en fase de planificación o de proyectos piloto.

Gran potencial de la IA en muchas funciones corporativas

La adopción de IA más ampliamente reportada por las empresas españolas (50%) fue en la función de TI/Tecnología, seguida de Servicio al Cliente con 35% e I+D con 25%. Curiosamente, varias funciones apenas utilizan la IA; en particular, la función de Compras, donde solo el 5% de las empresas utilizan actualmente IA, seguida de Gestión de Productos (10%) y Recursos Humanos (15%). Esto es quizás sorprendente, dados los muchos casos de uso y las soluciones existentes y aplicables en estas áreas funcionales.

8 capacidades clave “para una correcta IA” en las organizaciones

Al pedir a los encuestados que clasificaran la importancia de 8 capacidades para habilitar la Inteligencia Artificial en sus negocios, “Liderazgo en IA”, “Analítica Avanzada” y “Gestión de Datos” emergieron como las más importantes.

Al autoevaluar las capacidades en las que las empresas españolas son menos competentes, los encuestados apuntaron a la “Inteligencia Emocional” y las “Alianzas Externas”.

En resumen, el desafío que tenemos por delante parece ser tanto sobre cultura y liderazgo como sobre datos, analítica y tecnología.

Las empresas españolas necesitan acelerar la adopción de la IA

“Los avances en la Inteligencia Artificial están creando nuevas oportunidades para que las empresas españolas aceleren la innovación, mejoren su competitividad y lideren su sector de actividad. El Estudio de Microsoft, elaborado por EY, muestra que las organizaciones en España deben cerrar la brecha existente con sus homólogas europeas, acelerando el despliegue de la Inteligencia Artificial para profundizar en su transformación digital y mejorar su posición competitiva”.

Pilar López,
Presidenta. Microsoft España

Cinco pasos clave para acelerar el despliegue de la IA

- 1. Realizar una aproximación consistente a la IA**, priorizando el ámbito de aplicación de estas soluciones, definiendo su alcance y las necesidades de negocio específicas en cada una de las cuatro áreas clave para las organizaciones: experiencia de cliente, optimización de operaciones, gestión del talento y transformación de productos y servicios.
- 2. Garantizar el liderazgo al máximo nivel**, comunicando de forma clara a la organización los objetivos con relación a la IA y apostando por la adopción de las soluciones de Inteligencia Artificial en todos los niveles, desde el comité de dirección hasta los empleados.
- 3. Contar con las capacidades necesarias**, enfocándose en la construcción de las habilidades y los conocimientos requeridos para progresar a lo largo de la curva de aprendizaje de la IA, contando también con las aportaciones de partners estratégicos tecnológicos en la construcción de soluciones de Inteligencia Artificial.
- 4. Definir una estrategia de datos que permita contar con datos válidos para “alimentar” las aplicaciones de IA**, así como establecer una estrategia tecnológica que soporte los desarrollos de Inteligencia Artificial.
- 5. Generar confianza en la IA. Es imprescindible optar por una aproximación de “primero las personas, luego la tecnología”**, contemplando el desarrollo de la IA desde un diseño ético que garantice la privacidad y la seguridad, adaptando las experiencias a la manera en que se utiliza la tecnología, respetando la diversidad y promoviendo la confianza en las soluciones de Inteligencia Artificial.

Solo el **5%**

de las empresas españolas utilizan activamente la IA en “muchos procesos y habilitan tareas avanzadas”

Porcentaje de empresas españolas que aún están en las etapas de planificación o piloto:

65%

El **70%**

de las empresas responde que la IA se considera “un tema importante” en sus comités de dirección

El **50%**

de las empresas españolas espera que la IA tenga un alto impacto en ‘áreas de negocios que hoy en día son desconocidas’

El **95%**

de los encuestados en España espera que la aplicación de la Inteligencia Artificial permitirá optimizar las operaciones de sus compañías en el futuro

El **80%**

de las empresas esperan que la Inteligencia Artificial sea beneficiosa al “empoderar a los empleados”