

Un informe de Forrester Consulting  
encargado por IBM

Enero de 2020

# Superar los obstáculos que implica la IA a escala

Invertir y potenciar la IA para liderar el sector

# Índice

- 1 Resumen ejecutivo
- 2 La IA ha pasado a ser una competencia indispensable para alcanzar y mantener el liderazgo del sector
- 4 La potenciación de la IA es el siguiente desafío para acceder al valor multiplicador de los datos
- 6 Para liderar el sector, las empresas deben responder al imperativo de la IA
- 8 Principales recomendaciones
- 9 Apéndice

**Directora del proyecto:**

Rachel Linthwaite,  
consultora principal de impacto de  
mercado

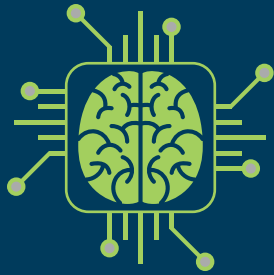
**Colaboran en la investigación:**

Grupo de investigación Aplicación,  
desarrollo y entrega de Forrester

ACERCA DE FORRESTER CONSULTING

Forrester Consulting presta servicios de consultoría basados en análisis objetivos e independientes para ayudar a los líderes a cosechar éxitos en sus empresas. Con un alcance muy extenso que va desde una breve sesión de estrategias hasta proyectos personalizados, los servicios de Forrester Consulting le ponen en contacto directo con analistas que elaboran informes especializados sobre los retos específicos de su empresa. Para obtener más información, visite [forrester.com/consulting](https://forrester.com/consulting).

© 2020, Forrester Research, Inc. Todos los derechos reservados. Queda terminantemente prohibido reproducir o copiar este documento. La información está basada en los recursos disponibles. Las opiniones aquí presentadas reflejan juicios de valor válidos en el momento de su realización y están sujetas a cambios. Forrester®, Technographics®, Forrester Wave, RoleView, TechRadar y Total Economic Impact son marcas comerciales de Forrester Research, Inc. El resto de marcas comerciales son propiedad de sus respectivas empresas. Para obtener más información, visite [forrester.com](https://forrester.com). [E-45748]



La IA impulsará la próxima era de progreso de la humanidad.



Las empresas que han potenciado la IA tienen casi siete veces más probabilidades de experimentar un crecimiento más rápido que las empresas que no han potenciado la IA.

## Resumen ejecutivo

En un momento en el que se considera que la IA es el motor propulsor de la próxima era de progreso de la humanidad, las empresas no pueden permitirse obviar esta tendencia.<sup>1</sup> Las empresas interesadas en la transformación digital deben comprender que anclarse en la situación actual les hará vulnerables ante las empresas de la competencia que aprovechen esta oportunidad antes.

Hasta ahora, las empresas habían experimentado hasta cierto punto con la IA. Sin embargo, para competir en 2020 y en el futuro, las empresas deben dar un paso gigante. La IA es capaz de crear un importantísimo valor para aquellas empresas que deseen reducir costes, aumentar la productividad y mejorar la experiencia de sus clientes.<sup>2</sup> Por ello, es necesario superar cualquier tipo de reticencia. Las empresas deben invertir considerablemente en iniciativas que lleven la IA a toda la empresa si quieren liderar el sector.

En octubre de 2019, IBM encargó a Forrester Consulting un análisis sobre cómo las empresas están convirtiendo la IA en una realidad. Forrester realizó una encuesta en línea a 518 responsables de TI, datos y líneas de negocio globales con poder de decisión sobre la estrategia de datos, IA y análisis de sus empresas con el objetivo de analizar la cuestión. Forrester se percató de que, si bien las empresas consideran que las iniciativas de IA son prioritarias para la transformación digital y un motor para conseguir resultados empresariales sustanciales, se enfrentan a diversos desafíos por lo que respecta a los datos que les impiden llevar la IA a toda la empresa y maximizar las ventajas competitivas.

### PRINCIPALES HALLAZGOS

- › **La IA es un motor clave para el crecimiento empresarial.** Las empresas encuestadas prevén que las iniciativas de IA serán fundamentales para su transformación digital en el futuro. Además, serán un catalizador importante para el crecimiento empresarial y para mejorar tanto la experiencia del cliente (CX) como la de los empleados (EX). A pesar de que las empresas ya están usando tecnologías de IA, ahora están mucho más dispuestas a llevar los casos de uso de IA a todas sus divisiones.
- › **Los datos son un gran obstáculo para la expansión de la IA.** Lamentablemente, el 90 % de las empresas debe hacer frente a dificultades a la hora de llevar la IA a toda la organización y los datos son, en gran medida, los responsables. Más de la mitad de los encuestados admite desconocer cuáles son las necesidades en cuanto a datos sobre IA. Asimismo, a las empresas no les resulta fácil garantizar la calidad de los datos y superar los problemas de integración, lo que les impide conectar distintas fuentes de datos. Si los datos no se mantienen bien, habrá deficiencias en las iniciativas de IA, lo que implicará un incremento de los costes, un incumplimiento de los plazos y riesgos normativos.
- › **Los líderes del sector ya están aprovechando la ventaja competitiva que representa la IA.** Las empresas que ya se han beneficiado de la mejora de la eficacia y del aumento de los ingresos derivados de las primeras experimentaciones con IA son conscientes de que potenciar la IA les permitirá seguir siendo competitivas en un mercado cada vez más copado. De hecho, Forrester se percató de que las empresas que han potenciado la IA tienen casi siete veces más probabilidades de experimentar un crecimiento más rápido que las empresas que no han potenciado la IA.

# La IA ha pasado a ser una competencia indispensable para alcanzar y mantener el liderazgo del sector

Los líderes empresariales de hoy están de acuerdo en que la IA es fundamental para garantizar el éxito y la salud de sus negocios digitales. Cuando se les pidió que mencionaran iniciativas estratégicas prioritarias, más del 60 % de los encuestados incluyó las iniciativas de IA entre las más relevantes para el éxito de la transformación digital. De hecho, actualmente las iniciativas de IA ocupan el segundo puesto en importancia entre los líderes empresariales, solo por detrás del uso de análisis basados en datos para mejorar los productos y servicios. Habida cuenta de la relevancia de la IA para las empresas digitales modernas, Forrester se marcó como objetivo comprender cómo utilizan las empresas la IA en la actualidad. El estudio determinó lo siguiente:

- Las iniciativas de IA respaldan la salud general de las empresas.** Las empresas confían en que sus iniciativas de IA mejorarán todos los aspectos de su negocio, lo que repercutirá en clientes, empleados y beneficios finales. El primer objetivo de estas iniciativas es el aumento de los ingresos (43 %), seguido de cerca por el aumento de la productividad de los empleados, la mejora de la experiencia de los clientes y el incremento de la rentabilidad (consulte la figura 1). Lógicamente, los principales casos de uso reflejan estos objetivos clave; más del 70 % de las empresas usa o está aumentando el uso de las tecnologías de IA, lo que respalda la atención al cliente, la eficacia operativa y los contextos de uso de la inteligencia empresarial.
- Las empresas están dando prioridad a la formación para llevar a cabo iniciativas y desarrollar soluciones.** El 60 % de los encuestados está formando a su personal en temas de IA/aprendizaje automático (AA)/aprendizaje profundo. Cabe destacar que la formación es una prioridad mayor que la identificación estratégica de casos de uso (55 %), la implementación de soluciones de terceros (52 %) y el desarrollo de soluciones de IA a nivel interno (37 %). Si no cuentan con las aptitudes necesarias, los equipos no serán capaces de usar las soluciones y no lograrán ejecutar con éxito los casos de uso.



La IA respalda metas de negocio críticas, como el aumento de los ingresos y la mejora de la experiencia del cliente.

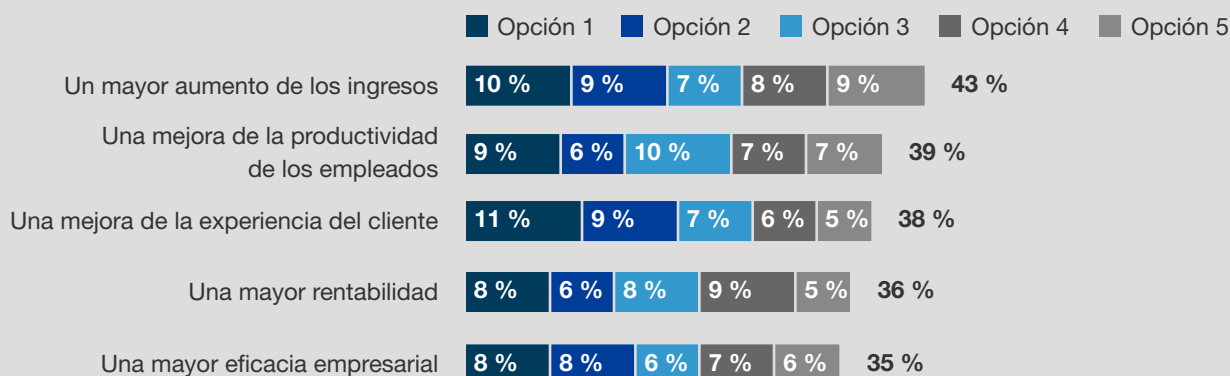
“La IA nos ayuda a mejorar la calidad y a optimizar todos los procesos necesarios para las operaciones y la experiencia del cliente.”

*Responsables con poder de decisión sobre la estrategia de IA de su empresa*



Figura 1

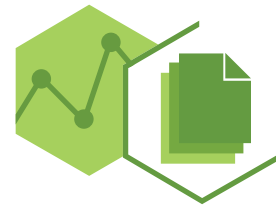
“¿Cuáles son las principales metas a las que aspira específicamente con sus iniciativas de IA?”



Base: 518 responsables de datos y líneas de negocio globales con poder de decisión sobre la estrategia de análisis, IA y datos de sus empresas

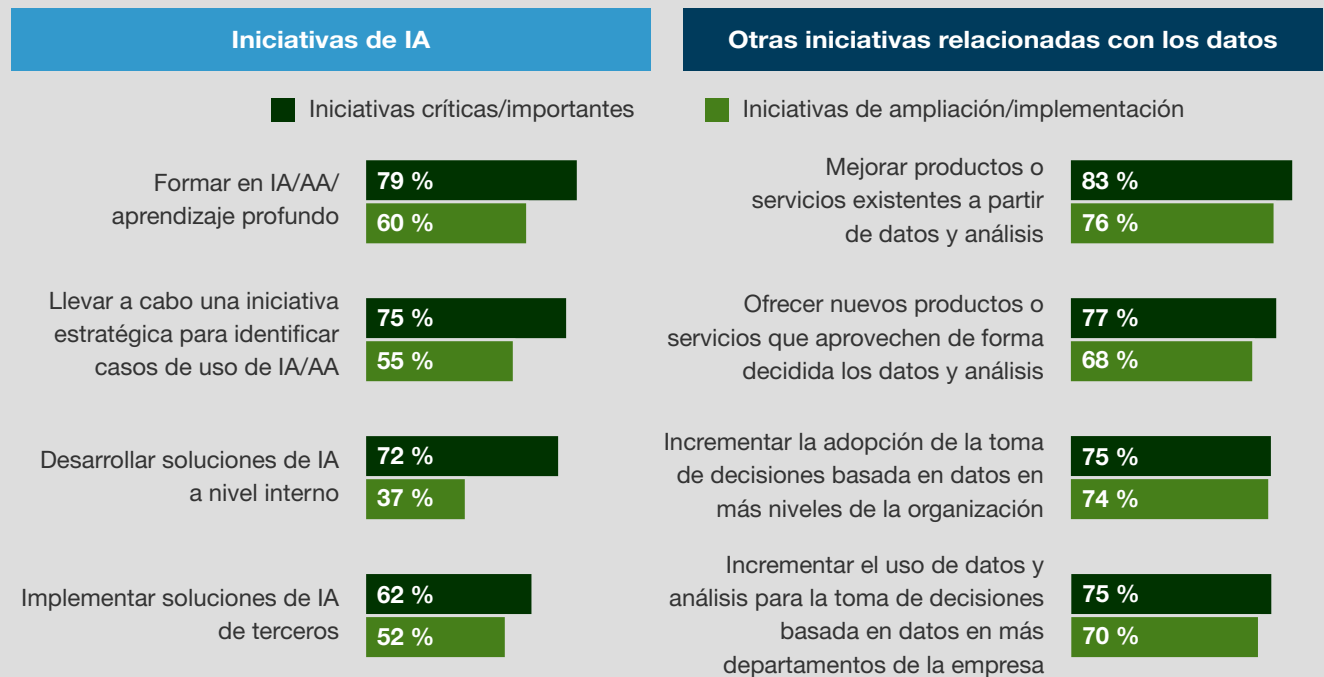
Fuente: Estudio realizado por Forrester Consulting para IBM, octubre de 2019

- › **Sin embargo, existen deficiencias en las iniciativas de implementación y ampliación.** A pesar de la importancia de las iniciativas de IA, las empresas se han centrado más en otras iniciativas de datos. Las deficiencias en la ejecución de iniciativas son muy superiores en el ámbito de la IA que en el espacio del análisis y los datos mencionado en la encuesta (consulte la figura 2). Las deficiencias son especialmente importantes en cuanto a desarrollo de soluciones a nivel interno. Aunque prácticamente tres cuartos de los encuestados afirman que es importante, solo el 37 % las está llevando a cabo. Las empresas se han centrado en las soluciones de terceros, en particular en tecnologías de AA, ingeniería del conocimiento y *bots* conversacionales. En términos generales, esto indica que muchas empresas están aún en una fase muy temprana de uso de la IA. Aunque la necesidad y la predisposición son fuertes, aún queda mucho por hacer.
- › **En el futuro, el número de casos de uso de IA se incrementará.** El 80 % de las empresas prevé un aumento del número de casos de uso de IA en los próximos 18-24 meses. Para algunas empresas, este incremento será muy relevante: el 40 % anticipa un aumento de más del 15 %. Para respaldar este crecimiento, las empresas quieren utilizar más tecnologías de IA. Más del 30 % de los encuestados afirma estar implementando o tener planes de implementar plataformas de comprensión del lenguaje natural, inteligencia empresarial enriquecida con IA y tecnologías de automatización en los próximos 12 meses.



El 80 % de las empresas prevé un incremento del número de casos de IA en los próximos dos años.

Figura 2



Base: 518 responsables de datos y líneas de negocio globales con poder de decisión sobre la estrategia de análisis, IA y datos de sus empresas

No se muestran todas las respuestas.

Fuente: Estudio realizado por Forrester Consulting para IBM, octubre de 2019

# La potenciación de la IA es el siguiente desafío para acceder al valor multiplicador de los datos

Las empresas afirman que confían en la implementación de nuevos casos de uso, la identificación de sesgos en los modelos actuales y la gestión de datos sobre IA. Sin embargo, esta confianza podría ser poco inteligente. ¿Por qué? La mayoría de los encuestados (90 %) admite tener dificultades a la hora de llevar el número de casos de uso de IA a sus empresas. Por lo tanto, la pregunta sería: ¿cuál es la razón de esta desconexión y qué está retrasando a las empresas?

## LOS DATOS IMPLICAN UN DESAFÍO IMPORTANTE

La calidad de los sistemas de IA es directamente proporcional a los datos empleados para entrenarlos.<sup>3</sup> Lamentablemente, menos de la mitad de las empresas consultadas considera que está aprovechando de forma óptima los datos en sus iniciativas de IA. De hecho, el 12 % admite no estar aprovechándolos en absoluto. El problema radica en que la IA por sí misma no puede arrojar resultados positivos si los datos no se preparan y mantienen correctamente. Uno de los factores parcialmente responsables podría ser la diversidad de tipos de datos que las empresas aprovechan actualmente para los procesos de IA, entre los que se incluyen imágenes, datos relacionales estructurados y gráficos (consulte la figura 3). De forma general, podríamos clasificar los problemas que las empresas experimentan con los datos en tres categorías (consulte la figura 4):

- › **Calidad de los datos.** Los problemas de calidad son el principal desafío al que se enfrentan las organizaciones (58 %). Esta categoría engloba la falta de datos correctamente mantenidos para entrenar a los sistemas de IA (45 %) y los problemas de control de los datos (40 %). Por ello, no debe sorprendernos que menos de la mitad de las empresas no confíe en su capacidad para garantizar la calidad de los datos.
- › **Integración.** Otro problema clave es la falta de integración. Más del 50 % de las empresas experimenta dificultades para integrar datos en las plataformas de ciencia de los datos/AA y las plataformas de análisis/inteligencia empresarial. Por ello, más de un tercio de los participantes no confía en su capacidad para conectar múltiples fuentes de datos.
- › **Falta de conocimiento.** Quizá lo más preocupante de la encuesta sea que el 52 % de los encuestados sencillamente no sabe cuáles son sus necesidades de datos en relación con sus procesos de IA. Esta realidad resulta inquietante. Si las empresas no saben qué necesitan, se enfrentarán a dos problemas: se lanzarán a ciegas a iniciativas de IA abocadas al fracaso o, en el peor de los casos, nunca darán el paso hacia la IA.

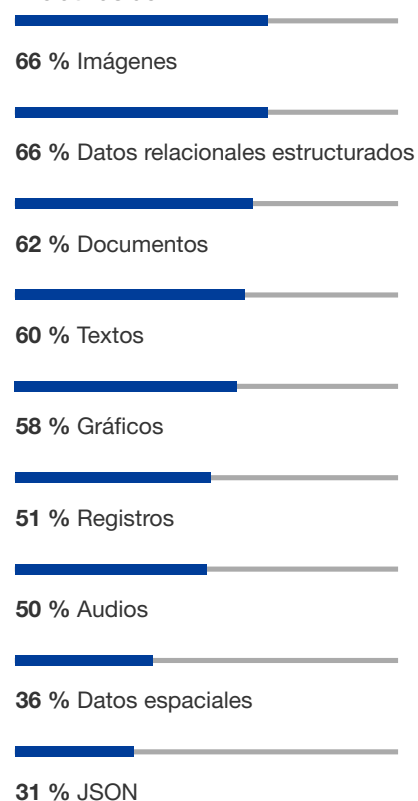
## Cualquier iniciativa de IA fracasará si el conjunto de datos no se prepara y mantiene correctamente.

### LAS EMPRESAS TAMBIÉN SE ENFRENTAN A DIVERSOS DESAFÍOS RELACIONADOS CON EL TALENTO Y LA TECNOLOGÍA

- › **La falta de aptitudes es una importante amenaza.** Las empresas hacen bien al dar prioridad a la formación entre sus principales iniciativas de IA. Tres de los cuatro principales desafíos del talento indican que los equipos no cuentan con las habilidades necesarias para potenciar la IA. Las empresas carecen de recursos de ingeniería de datos (71 %), ciencia de los datos (70 %) y habilidades de desarrollo (65 %). Los problemas derivados de la falta de formación de los equipos se intensifican cuando no se adoptan buenas prácticas de forma generalizada (67 %) y no existe una coordinación entre los equipos de análisis y ciencia de los datos. Contar con personal debidamente formado no es solo esencial para garantizar el éxito de las iniciativas de IA, sino que también es fundamental para ayudar a las empresas a alcanzar su objetivo de mejora de la productividad de los empleados.

Figura 3

Tipos de datos empleados en las iniciativas de IA



Base: 518 responsables de datos y líneas de negocio globales con poder de decisión sobre la estrategia de análisis, IA y datos de sus empresas  
Fuente: Estudio realizado por Forrester Consulting para IBM, octubre de 2019

**Alerta: más de la mitad de los responsables de la estrategia de IA de sus empresas no sabe cuáles son sus necesidades de datos para los procesos de IA.**

› **Las empresas carecen de las herramientas adecuadas y tienen dificultades con la fuente abierta.** Además de la escasez de aptitudes, las empresas también se enfrentan a una carencia de herramientas adecuadas. El 58 % de los encuestados mencionó la falta de herramientas y plataformas para desarrollar modelos de análisis y aprendizaje automático avanzados, el 50 % necesita soluciones para poner en marcha estos modelos y otro 50 % no cuenta con soluciones para supervisar los modelos en producción. La fuente abierta también entraña un problema: el 56 % de los encuestados afirma no contar con un apoyo adecuado para los modelos y marcos de trabajo de programación de AA de fuente abierta y otro 50 % tiene dificultades para implementar y mantener las plataformas de aprendizaje automático de fuente abierta.

El abanico de desafíos es enorme. Como resultado de ello, las empresas se enfrentan a un incremento de los costes, los plazos y los riesgos normativos asociados con los proyectos de IA. El 56 % de los participantes de la encuesta afirma que el coste de un proyecto de IA superó la cifra prevista, el 41 % destaca que el proyecto se entregó tarde y el 36 % experimentó un incremento de los riesgos normativos.

Figura 4

Principales desafíos relacionados con los datos para la IA



Base: 518 responsables de datos y líneas de negocio globales con poder de decisión sobre la estrategia de análisis, IA y datos de sus empresas

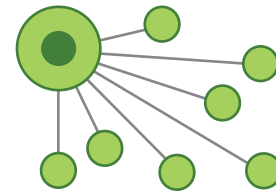
Fuente: Estudio realizado por Forrester Consulting para IBM, octubre de 2019

# Para liderar el sector, las empresas deben responder al imperativo de la IA

A pesar de la amplia variedad de datos, personas y retos tecnológicos, las empresas deben avanzar en sus iniciativas de IA. ¿Por qué? Porque es un elemento fundamental para su propia supervivencia. El estudio puso de manifiesto que:

- › **Las empresas ya se están beneficiando de las ventajas.** Las empresas están comprobando que las iniciativas de IA contribuyen a alcanzar metas de negocio clave (consulte la figura 5). El 62 % de las empresas encuestadas ha observado una mejora de la experiencia de los clientes, el 60 % se ha beneficiado de un aumento de los ingresos y el 58 % ha mejorado su rentabilidad. A estas ventajas se suman las derivadas de los datos: el 64 % ha logrado gestionar sus datos de forma más eficaz y el 59 % se ha beneficiado de una mayor eficiencia en los procesos de análisis. Además, se prevén muchas otras ventajas empresariales, como la mejora de la productividad de los empleados o el incremento de la captación y retención de clientes.
- › **Ninguna empresa puede permitirse el lujo de quedarse atrás.** Las empresas son conscientes de que la IA les brindará la posibilidad de diferenciarse claramente. El 50 % de las empresas cree que potenciar la IA les permitirá seguir siendo competitivos y el 39 % considera que les convertirá en líderes del sector. Esta es la razón por la que ninguna empresa puede permitirse el lujo de quedarse atrás. En palabras de un encuestado: "Todos los sectores están invirtiendo en IA a nivel mundial. Por ello, las empresas que no inviertan en IA se quedarán atrás".

Como consecuencia del imperativo de la IA, la mayoría de las empresas encuestadas planea seguir invirtiendo en tecnologías de IA en los próximos 18-24 meses y centrar la mayor parte de la inversión en aquellas áreas en las que actualmente se encuentran más rezagadas. Las plataformas de inteligencia empresarial enriquecida mediante IA y las soluciones de automatización experimentarán un mayor desarrollo, aunque el ámbito en su conjunto (incluida la generación de lenguaje natural y el aprendizaje automático) recibirá una mayor inversión.



El 89 % de los responsables empresariales afirma que la potenciación de la IA les diferenciará de la competencia.

Figura 5

“¿Cuáles han sido las ventajas empresariales derivadas de la potenciación de los casos de uso de la IA a toda la empresa?”



Base: 518 responsables de datos y líneas de negocio globales con poder de decisión sobre la estrategia de análisis, IA y datos de sus empresas

No se muestran todas las respuestas.

Fuente: Estudio realizado por Forrester Consulting para IBM, octubre de 2019



## LAS EMPRESAS QUE POTENCIAN LA IA CON ÉXITO LIDERAN SUS SECTORES

Las empresas todavía tienen mucho trabajo por delante para garantizar el éxito y la madurez de sus iniciativas de IA: Forrester se percató de que el 62 % de las empresas está empezando a percibir los resultados de su inversión en IA.<sup>4</sup> Sin embargo, un subconjunto de empresas ya ha logrado definir un proceso satisfactorio de potenciación de la IA.

- › **La madurez de la IA depende de la escalabilidad del proceso.** El 43 % de las empresas encuestadas cuenta con un proceso de IA definido, repetible y escalable del que se ha derivado un amplio abanico de proyectos demostrables. La madurez de la IA es importante porque ayuda a las organizaciones a optimizar y automatizar los procesos en toda la empresa y les permite mejorar la eficacia y obtener resultados. En palabras de un encuestado: “La IA nos ayuda a mejorar la calidad y a optimizar todos los procesos necesarios para las operaciones y la experiencia del cliente.”
- › **Los líderes en IA son líderes de su sector.** Las empresas que han potenciado la IA tienen casi siete veces más probabilidades de ser los negocios con el crecimiento más rápido del sector en comparación con las empresas que no potencien la IA (consulte la figura 6). Por otro lado, aquellas que no amplíen las soluciones de IA tienen 1,4 veces más probabilidades de situarse en la media en materia de tasa de aumento de ingresos que sus competidores.

“El uso de la IA permite mejorar la productividad, reducir los costes y fortalecer la seguridad.”

*Responsables con poder de decisión sobre la estrategia de IA de su empresa*



Figura 6

“¿Cuál es la tasa de aumento de los ingresos en comparación con la de sus competidores?”

■ Con IA a escala ■ Sin IA a escala



Somos la organización con un crecimiento más rápido de nuestro sector.

Base: 518 responsables de datos y líneas de negocio globales con poder de decisión sobre la estrategia de análisis, IA y datos de sus empresas; 223 con proceso repetible para la escalación de la IA, 295 sin proceso repetible para la escalación de la IA. No se muestran todas las respuestas.

Fuente: Estudio realizado por Forrester Consulting para IBM, octubre de 2019

Las organizaciones que han desarrollado un proceso repetible y satisfactorio para potenciar la IA son líderes de su sector.

# Principales recomendaciones

La IA es esencial para obtener una ventaja competitiva. En este sentido, el camino más rápido hacia la adopción de soluciones de IA líderes en el sector es formular y ejecutar una estrategia para potenciar casos de uso de IA, de 5 a 50 y a 500. El estudio en profundidad que elaboró Forrester dio lugar a varias recomendaciones importantes:



**Desarrolle una estructura de casos de uso de IA que pueda implementarse consecutivamente.** Para poder potenciar la IA, es necesario contar con casos de uso reales y listos para ser implementados. Cree equipos pioneros en IA formados por profesionales de negocios, tecnologías e IA encargados de examinar los procesos de negocio críticos y las interacciones con los clientes para identificar las oportunidades de aplicación de la IA. Ordene los casos de uso en función de su viabilidad técnica y el impacto en el liderazgo de su empresa en el sector. La adopción de un enfoque que lidere el sector y no se limite a mejorar los procesos empresariales existentes le ayudará a garantizar que los casos de uso de la IA implementados sean relevantes para la transformación digital de su empresa con respecto a la competencia.



**Forme a sus equipos de ingeniería en IA.** Los científicos de datos son una pieza fundamental para convertir los datos en modelos de IA inteligentes. Sin embargo, una queja recurrente entre los científicos de datos y las empresas es la incapacidad de poner en funcionamiento los modelos de IA. La razón es que la implementación de casos de uso de IA transformadores requiere contar con un equipo amplio (un equipo de ingeniería de IA) formado por científicos de datos, analistas de negocio, desarrolladores, expertos en operaciones y gestores de proyectos. Si crea equipos de ingeniería de IA interfuncionales que colaboren desde el inicio de la implementación de los casos de uso, estos detectarán problemas técnicos que pueden abordarse de forma paralela al desarrollo de modelos.



**Analice las entidades que se verán afectadas por la IA.** La IA moldea el futuro del trabajo. Como ocurre con el resto de tecnologías, la IA automatizará algunos procesos, ampliará las capacidades de los empleados y creará puestos de trabajo totalmente novedosos. Por cada caso de uso de la IA, cree entidades que representen a los empleados y los clientes existentes que puedan verse afectados por las soluciones de IA. Analice cómo afectará la solución al puesto de cada entidad representada. Utilice este análisis para ayudar a los individuos a comprender cómo la tecnología mejorará la empresa, la experiencia del cliente y sus puestos.

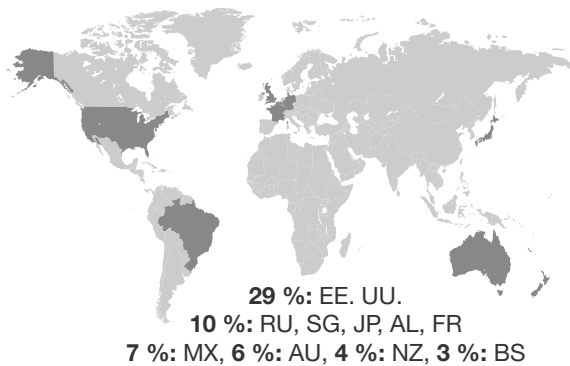


**Cuente con el apoyo de la directiva.** Al fin y al cabo, los responsables de las acciones u omisiones de cualquier organización serán sus ejecutivos y directivos. La mayoría es consciente de la necesidad transformadora de la IA en su sector. Sin embargo, es posible que no comprendan el alcance y la inversión necesarios para implementar la IA a escala. Infórmeles sobre el éxito de los casos de uso iniciales y no olvide mencionar claramente cuáles serán los requisitos tecnológicos y organizacionales necesarios para implementar los casos de uso de IA a escala.

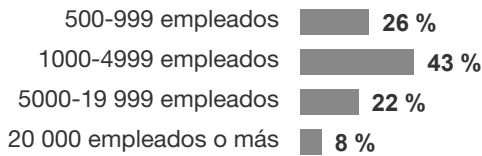
# Apéndice A: Metodología

Para completar este estudio, Forrester llevó a cabo una encuesta en línea a 518 responsables de la toma de decisiones en materia de TI, datos y líneas de negocio de EE. UU., Reino Unido, Alemania, Francia, Singapur, Japón, Australia, Nueva Zelanda, México y Brasil para evaluar cómo invierten las empresas en casos de uso de IA y tratan de potenciarlos. Forrester ofreció un incentivo a los encuestados a modo de agradecimiento por el tiempo dedicado a responder a la encuesta. El estudio comenzó en octubre de 2019 y finalizó en noviembre de 2019.

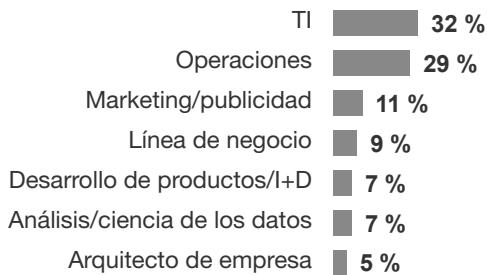
# Apéndice B: Datos demográficos



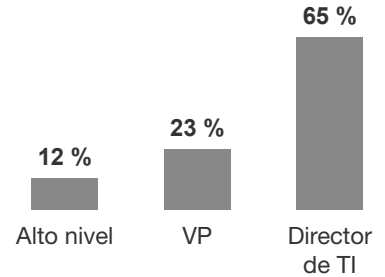
### TAMAÑO DE LAS EMPRESAS



### DEPARTAMENTO



### TÍTULO



### SECTOR



Base: 518 responsables de datos y líneas de negocio globales con poder de decisión sobre la estrategia de análisis, IA y datos de sus empresas

Nota: Los porcentajes pueden no sumar un 100 % debido al redondeo.

Fuente: Estudio realizado por Forrester Consulting para IBM, octubre de 2019

## Apéndice C: Material complementario

### INVESTIGACIONES RELACIONADAS REALIZADAS POR FORRESTER

“The Future Of Machine Learning Is Unstoppable,” Forrester Research, Inc., 25 de abril de 2019.

“Predictions 2020: Artificial Intelligence,” Forrester Research, Inc. 30 de octubre de 2019.

“Forrester Infographic: AI Experiences A Reality Check,” Forrester Research, Inc. 17 de mayo de 2019.

## Apéndice D: Notas finales

<sup>1</sup> Fuente: “The Future Of Machine Learning Is Unstoppable,” Forrester Research, Inc., 25 de abril de 2019.

<sup>2</sup> Fuente: “Predictions 2020: Artificial Intelligence,” Forrester Research, Inc. 30 de octubre de 2019.

<sup>3</sup> Fuente: “Forrester Infographic: AI Experiences A Reality Check,” Forrester Research, Inc. 17 de mayo de 2019.

<sup>4</sup> *Ibid.*