

IA en acción 2024

Informe**Think**



Prólogo

Como líderes, la creación de valor es un imperativo empresarial perpetuo, y la mejor manera de llegar a alcanzar el éxito y, lo que es igual de importante, de mantenerlo. En el mercado actual, impulsado por la innovación, la IA es el camino hacia el valor. Una estrategia integral de IA sentará las bases para que su empresa pase de ser buena para el presente a grande para el futuro.

El informe AI in Action 2024 identifica lo que separa a los Líderes de la IA de los Aprendices. Desde la productividad hasta la rentabilidad, estos Líderes en IA están cosechando los frutos de la IA en la actualidad. De hecho, dos tercios de los Líderes afirman que la IA ha generado una mejora superior al 25% en la tasa de crecimiento de los ingresos. Además, entre el 27% y el 38% de los Líderes destacan mejoras significativas en 5 áreas clave de valor: productividad, ciberseguridad, experiencia del cliente, eficacia de marketing y procesos optimizados.

Un gran liderazgo es un atributo que puede afinarse. Con este espíritu de aprender a liderar, nos complace compartir con usted las cualidades y habilidades que hacen a un Líder de la IA. Lo invitamos a que dedique un tiempo a revisar el informe de AI in Action 2024. En él, escuchará a expertos que contextualizarán los resultados, proporcionando información estratégica y correlaciones que pueden catapultarle hacia delante en su camino hacia la IA.

El futuro lo espera. Estas informaciones estratégicas le ayudarán a desplegar la IA de manera responsable, creando más valor y acelerando el crecimiento que le separa del resto.

Mohamad Ali
Vicepresidente sénior de
IBM Consulting

Índice

05	Introducción
11	Capítulo 1 Con los ojos puestos en la hoja de ruta de la IA
19	Capítulo 2 Los datos generan innovación
27	Capítulo 3 La perfección es enemiga del progreso
35	Capítulo 4 Prepárese para el camino que tiene por delante
40	Apéndice 1 La IA en el mundo
42	Apéndice 2 Acerca de la investigación



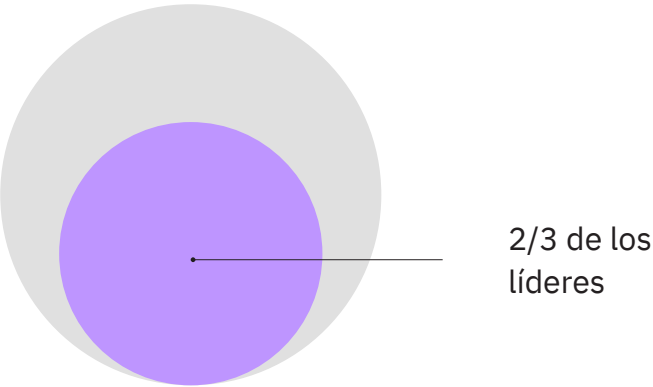
Ya es de día en la era de la IA

Tras décadas de crear cimientos y de ver avances graduales, la IA ha dado un salto exponencial. Lo que antes era una novedad se ha convertido en una necesidad empresarial.

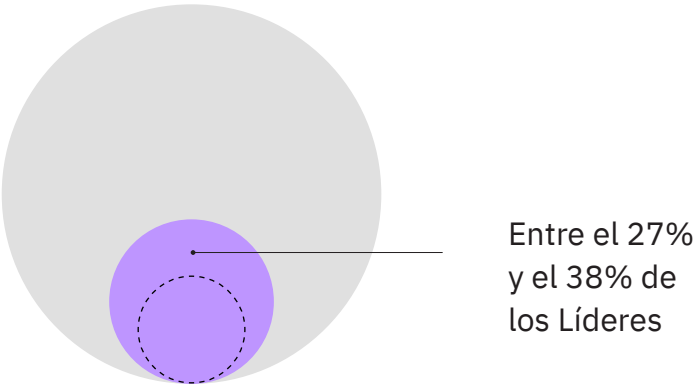
El entusiasmo en torno a la IA ha inspirado un sinfín de exageraciones e hipérboles. Tampoco han sido pocas las conjeturas. AI in Action aporta datos reales a la conversación para esclarecer una cuestión sencilla en este periodo crítico, ¿qué lecciones podemos aprender de una vanguardia de la IA que ya está obteniendo resultados?

Para ello, IBM se asoció con The Harris Poll y encuestó a 2000 organizaciones de todo el mundo. Descubrimos que el 15%, un grupo a quien nos referimos como Líderes, se eleva por encima de los rumores y logra resultados cuantificables.

De hecho, dos tercios de los Líderes afirman que la IA ya ha generado una **mejora superior al 25%** en la tasa de crecimiento de los ingresos. Vea los datos en la página 9



Entre el 27% y el 38% de los Líderes ya están observando mejoras significativas en 5 áreas clave de valor: ciberseguridad y resiliencia; satisfacción, interacción y retención de los clientes; eficacia del marketing; optimización de los procesos; y productividad del personal.



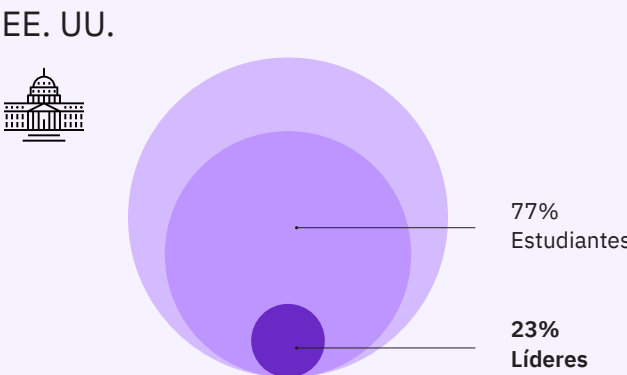
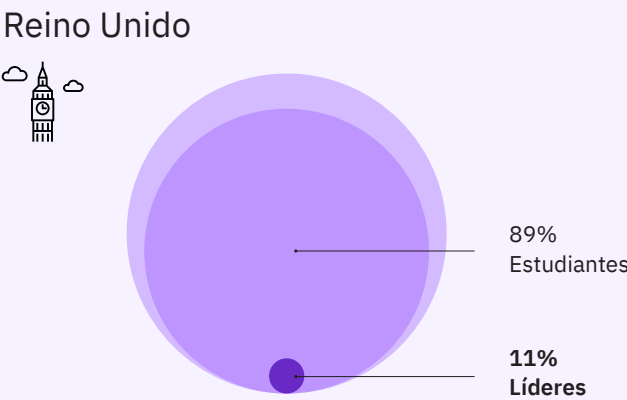
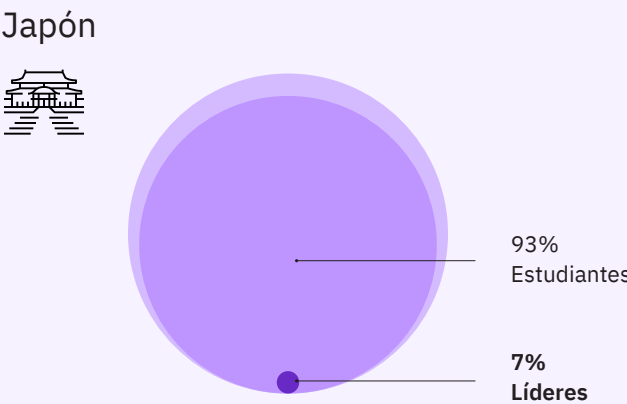
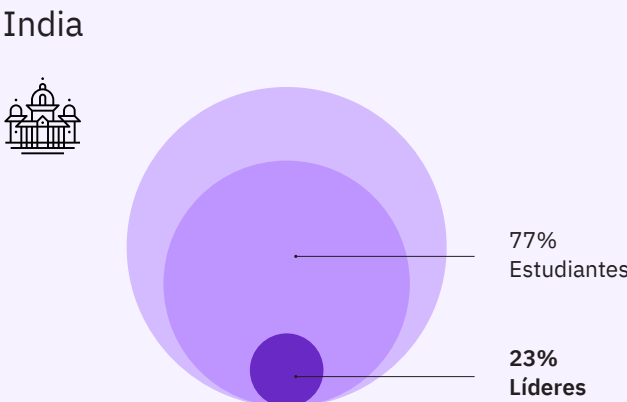
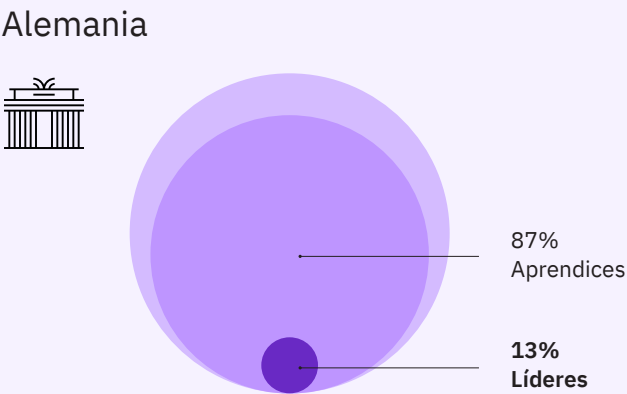
AI in Action proporciona una evaluación clara de los Líderes y ofrece comentarios de expertos sobre cómo los Aprendices, el 85% restante de los encuestados, pueden unirse a sus filas.

Descubrimos que los Líderes no siguen las tendencias al azar. Por el contrario, buscan la intersección de la oportunidad, la necesidad y las capacidades internas para desarrollar una hoja de ruta orientada a la acción. Fomentan la alineación de toda la organización a través de una comunicación clara y auténtica.

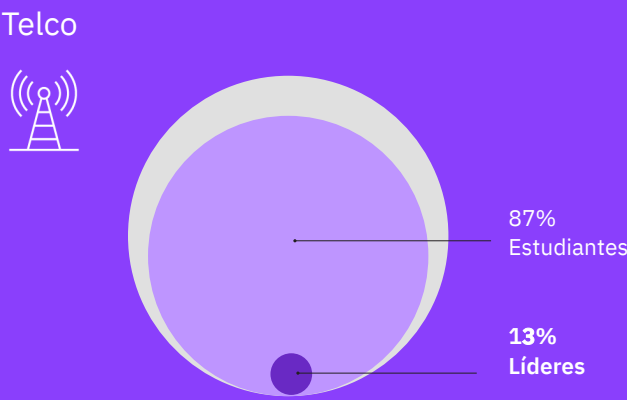
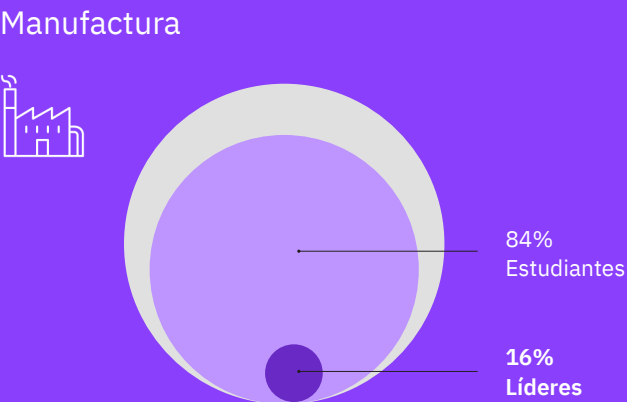
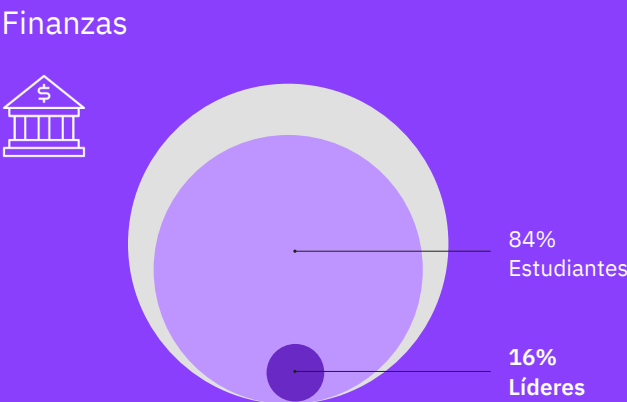
Exploremos el camino que ya han trazado. Y si usted es un Líder y quiere continuar así, siga leyendo.

Los Líderes también entienden que un fundamento sólido de datos proporciona la flexibilidad necesaria para personalizar la IA. Confían en una estrategia de nube híbrida y en un enfoque multimodelo basado en plataformas. Entienden los peligros de “la trampa de la perfección”, buscan asociados que puedan generar confianza y están comprometidos con la mejora incremental a través de la experimentación continua.

● Líderes y ● Aprendices por región

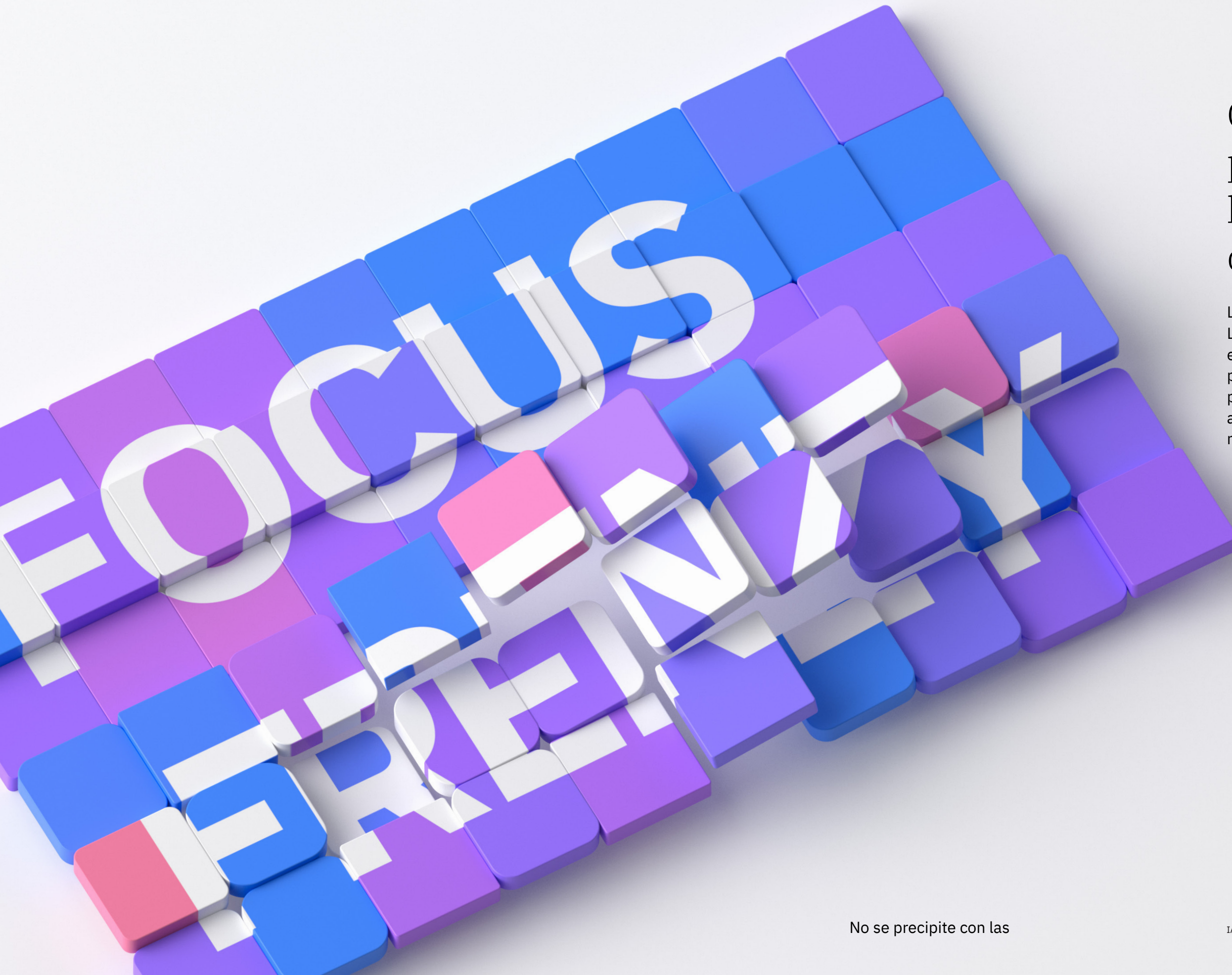


● Líderes y ● Aprendices por industria



Con los ojos puestos en la hoja de ruta de la IA

La IA tiene un potencial extraordinario. Las organizaciones deben enfocarse en medio de una avalancha de posibilidades con una hoja de ruta procesable que trace un camino a través de su particular terreno, no de una situación idealizada.



Los datos de la encuesta revelan que los Líderes crean una hoja de ruta informada por 4 dimensiones de la IA: estrategia, kits de herramientas, gestión de datos y aplicaciones. La estrategia requiere visión e inversión; los conjuntos de herramientas deben contar con el apoyo de un personal técnico y una infraestructura flexible; la gestión de datos se basa en la accesibilidad y la gobernanza; las aplicaciones deben hacer frente de manera confiable a una amplia gama de casos de uso objetivo.

Una hoja de ruta de alta fidelidad requiere retroalimentación. Los Líderes escuchan a todos los stakeholders y son conscientes de las limitaciones internas.

Las 4 dimensiones de la IA

Estrategia

La estrategia requiere visión e inversión.

Kits de herramientas

Los kits de herramientas deben estar respaldados por personal técnico e infraestructura flexible.

Gestión de datos

La gestión de datos se basa en la accesibilidad y la gobernanza.

Aplicaciones

Las aplicaciones deben hacer frente de manera confiable a una amplia gama de casos de uso objetivo.

Una hoja de ruta clara fomenta el tipo de alineación de altos ejecutivos que separa a Líderes y Aprendices. Traza objetivos específicos a lo largo de un calendario y define las métricas utilizadas para medir el éxito de su implementación.

“Para lograr el escalamiento de la IA, tiene que presentar un caso de valor realmente ajustado sobre cómo la IA va a lograr la misión de su organización”.

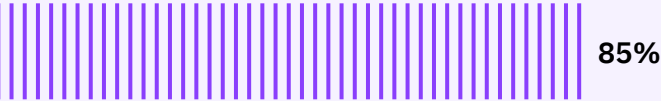
Cathy Reese
asociada sénior, Tecnología y Transformación de Datos de IBM Consulting®

Cuando los Líderes comparten una visión común, evitan sembrar la confusión y la inercia en toda su organización. “Una pequeña vacilación en los altos mandos se convierte en un gran obstáculo en el personal de base”, advierte Kurup Prasad, asociado sénior, líder de línea de servicio de IBM Consulting.

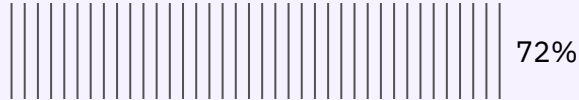
La amplitud de la visión es también un factor distintivo entre Líderes y Aprendices: los Líderes cubren más terreno con sus hojas de ruta. En lugar de un enfoque fragmentario, prefieren estrategias integrales.

Los encuestados que siguen una hoja de ruta para la IA en lugar de adoptar un enfoque más oportunista

Líderes

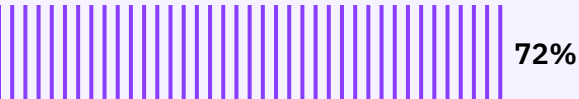


Estudiantes

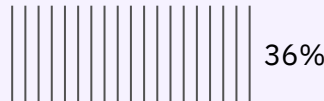


Los encuestados que dicen que sus altos ejecutivos están totalmente alineados con la dirección de TI sobre lo que hay que hacer para lograr la madurez de la IA

Líderes

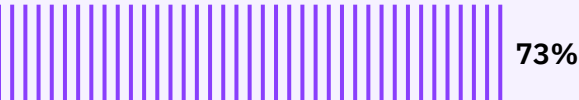


Estudiantes

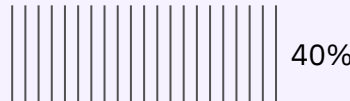


Porcentaje de quienes dicen que su liderazgo entiende claramente el valor empresarial de las inversiones en IA

Líderes



Estudiantes



Para los Líderes, amplio no significa ambiguo. Según los datos de la encuesta, dan prioridad a 4 casos de uso: mejora de **la experiencia del cliente, operaciones y automatización de TI, asistentes virtuales** para aplicaciones externas y **ciberseguridad**.

Principales casos de uso por industria

Industria	Caso de uso principal
de Finanzas	Asistente virtual para aplicaciones externas y motores de búsqueda habilitados para IA
Telco	Operaciones de TI/ automatización y asistentes virtuales para aplicaciones internas
Ventas minoristas	Mejor experiencia para los clientes
Manufactura	Operaciones de TI y automatización



Los Líderes tienen aproximadamente un 80% más de probabilidades que los Aprendices de invertir en los 4 casos de uso principales.

Shobhit Varshney, vicepresidente y asociado principal, líder de IoT de IA generativa en las Américas, IBM Consulting, insta a las organizaciones a identificar los casos de uso haciendo hincapié en el impacto en lugar de la conveniencia. “Es tentador comenzar un camino de IA con lo que es más rápido de implementar, pero los Líderes descubren grandes oportunidades sustanciosas que van a impulsar el movimiento”, señala.

Varshney recomienda enfocarse en los flujos de trabajo de extremo a extremo. “La IA y la automatización pueden hacer que un flujo desordenado sea inteligente”, afirma.

Nadie siente más intensamente los puntos débiles internos que los empleados de primera línea. Los trabajadores están cada vez más deseosos de soltar tareas rutinarias y repetitivas como el papeleo y la introducción manual de datos para poder enfocarse en actividades de mayor valor. Hacerles partícipes de una estrategia de IA les permite desarrollar mayor consciencia e interactuar, y despierta el entusiasmo en torno a una tecnología que, de otro modo, podrían considerar intimidatoria.

Crecimiento de los ingresos

Encuestados que informan de una mejora significativa, superior al 50%, en la tasa de crecimiento de los ingresos atribuible a sus iniciativas de IA

30%

17%

Líderes

Estudiantes

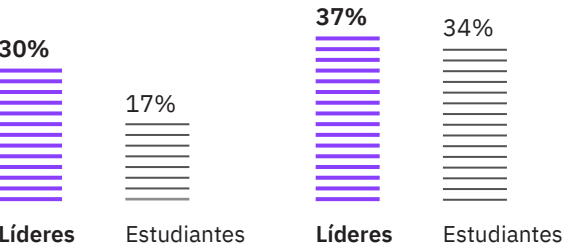
Encuestados que informan de una mejora moderada, superior al 25% pero inferior al 50%, en la tasa de crecimiento de los ingresos atribuible a sus iniciativas de IA

37%

34%

Líderes

Estudiantes



“Por muy estelares que sean sus habilidades técnicas, plataformas y capacidades, nunca logrará el éxito si no muestra un liderazgo y una gestión del cambio sólidos”, explica Reese. “Debe mantener al usuario en primer plano”.

Reese insta a las organizaciones a evitar la jerga trillada y los temas de conversación demasiado optimistas. En el lenguaje de los negocios, no hay nada más convincente que el éxito, por lo que Reese cree que es importante anunciar las victorias de la IA. Los datos de la encuesta revelan que los Líderes tienen mucho que celebrar.

Rentabilidad

Encuestados que declaran una mejora significativa, superior al 50%, de los márgenes de beneficios desde el principio de sus iniciativas de IA

29%

18%

Líderes

Estudiantes

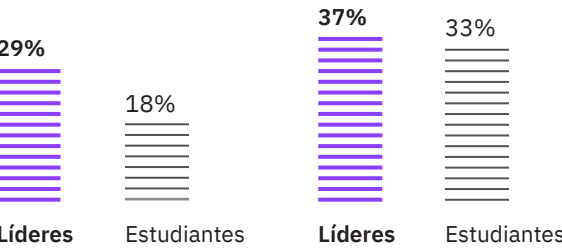
Encuestados que informan de una mejora moderada, superior al 25% pero inferior al 50%, de los márgenes de beneficios desde el inicio de sus iniciativas de IA

37%

33%

Líderes

Estudiantes



Conclusiones clave

1

No importa si una hoja de ruta de la IA funciona en los informes; debe funcionar en la práctica. La elaboración de una hoja de ruta requiere una evaluación clara de los objetivos empresariales, las capacidades técnicas internas y la gestión del cambio de una organización.

2

Los Líderes persiguen una estrategia integral de IA e interactúan con los stakeholders de toda su organización para que puedan priorizar la incorporación de la IA dondequiera que sea más impactante. Dan a los empleados la oportunidad de rediseñar sus puestos de trabajo hacia un trabajo de mayor valor.

3

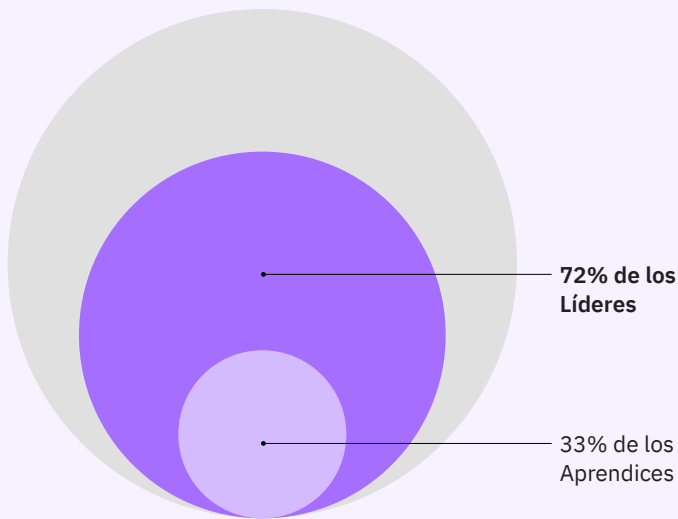
Los Líderes deben tener una gran capacidad de narración para generar entusiasmo y aceptación. El éxito es contagioso. Celebre las victorias y comuníquelo con autenticidad.

Los datos generan innovación

Cuando una nueva tecnología se impone, la innovación puede volverse monótona. Lo que antes agudizaba una ventaja competitiva, la ensombrece. Los Líderes reconocen que deben personalizar sus herramientas de IA para destacar entre la multitud. Los datos marcan la diferencia y comprometerse con una base técnica sólida, que incluya una estrategia de nube híbrida y un enfoque multimodelo basado en plataformas, alimenta la agilidad.

“Un Aprendiz suele copiar escenarios predefinidos utilizando tecnologías listas para usar, pero un Líder desarrolla innovaciones a la medida”.

Dr. Stephan Bloehdorn
Asociado ejecutivo y líder de práctica de IA, Analytics y automatización de IBM Consulting DACH

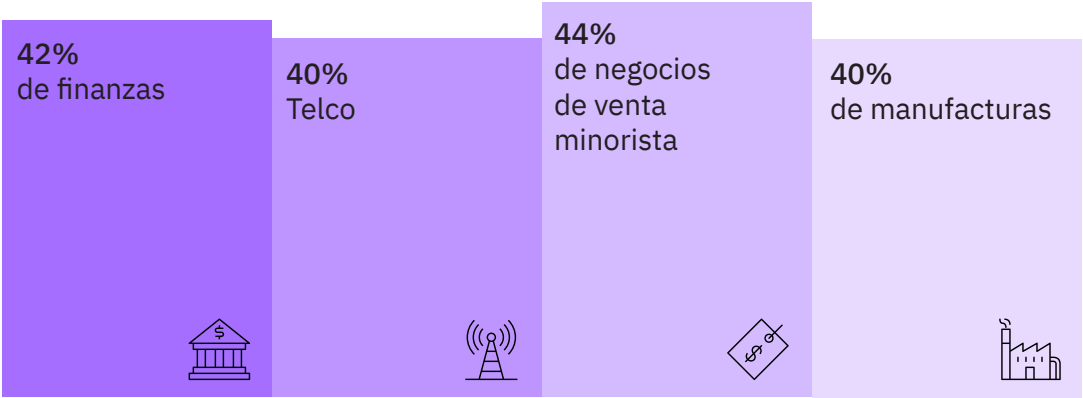


Encuestados que creen en su capacidad de personalizar los esfuerzos de IA para lograr un valor óptimo

La personalización es especialmente importante para los casos de uso que se benefician de esto, como el marketing y la experiencia del cliente. No es de extrañar, por lo tanto, que las organizaciones de venta minorista sean las más propensas a informar sobre la necesidad de personalizar las soluciones de IA para obtener un valor óptimo.

“La IA puede proporcionar respuestas realmente significativas a las preguntas cuando dispone de los datos adecuados”, explica Varshney. “Ahora mismo, hay un acceso sin complicaciones al conocimiento externo. La próxima frontera es conseguir que la IA cruce el abismo y se introduzca en el interior de una empresa para que pueda absorber, aprender y convertirse en su ventaja competitiva”.

Encuestados que están de acuerdo en que la afirmación “Personalizamos las soluciones de IA para obtener un valor óptimo” los describe muy bien

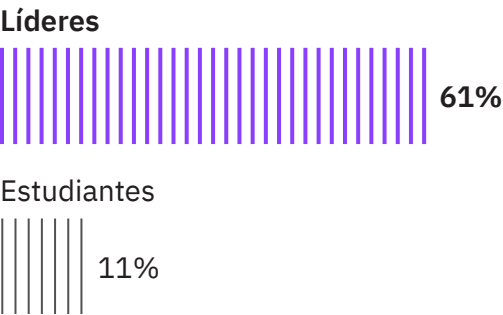


Según la encuesta, la confianza en la gestión de datos es una de las diferencias más marcadas entre los Líderes y los Aprendices.

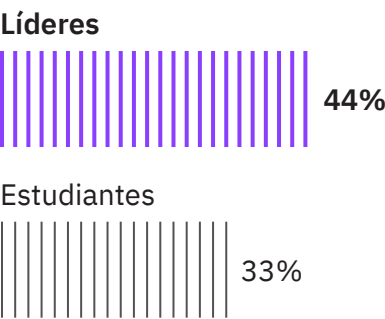
Muchos Líderes utilizan tejidos de datos para derribar silos, garantizar la interoperatividad y orquestar el movimiento fluido de datos entre plataformas. Del mismo modo, los lagos de datos ayudan a las organizaciones a rastrear dónde se originan los datos, cómo fluyen a través de los sistemas y cómo se transforman por el camino. Este tipo de linaje visual de datos impulsa la gobernanza y la confianza.

El etiquetado sólido de los datos también es una parte importante de la gestión de datos. Asimismo, la generación de datos sintéticos y la adquisición de datos pueden colmar las lagunas de datos.

Encuestados que creen en su capacidad para acceder y gestionar eficazmente los datos de su organización para apoyar las iniciativas de IA



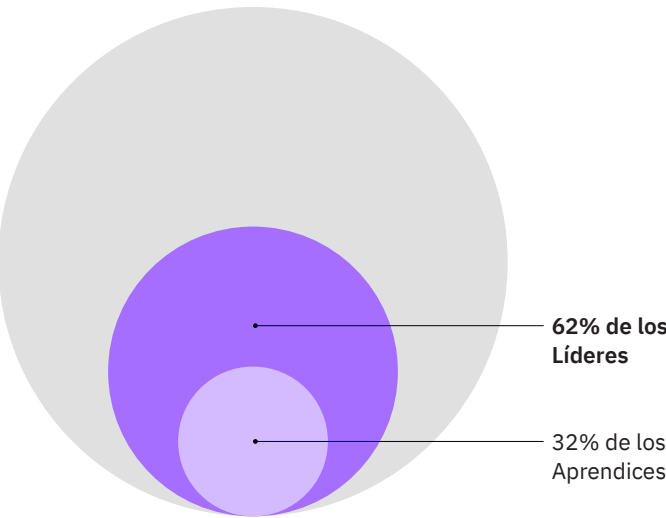
Encuestados que invierten en un tejido de datos para permitir el acceso a datos de alta calidad



Crear un conjunto de datos único puede potenciar la IA personalizada. Los Líderes reconocen que experimentar con múltiples modelos, o crear modelos únicos, también genera diferenciación.

Elegir el modelo adecuado es un ejercicio de equilibrio entre ventajas y desventajas, como el tamaño, el costo, la velocidad, la seguridad y la importancia de obtener resultados únicos. Los modelos comerciales suelen ser poderosos, pero también opacos e inflexibles. Cuando los Líderes ajustan los modelos abiertos o crean modelos especializados con sus propios datos, se hacen con el control. Pueden reducir el riesgo, adaptar el tamaño al caso de uso y obtener resultados contextualmente relevantes.

Encuestados que utilizan varios modelos

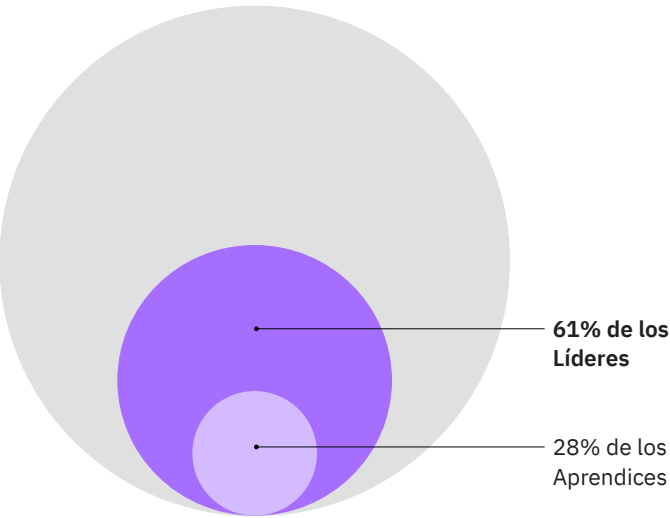


Centralizar los activos de IA en una plataforma también facilita la flexibilidad y el escalamiento, explica Varshney. Las herramientas y bibliotecas integradas generan productividad, mejoran la seguridad y optimizan la gestión de datos.

“Cuando se crea sobre una plataforma, se puede entrar en producción más rápidamente y con más confianza”, explica.

Además, una estrategia de nube híbrida fomenta el tipo de flexibilidad rentable necesaria para escalar proyectos de IA a través de infraestructuras personalizadas.

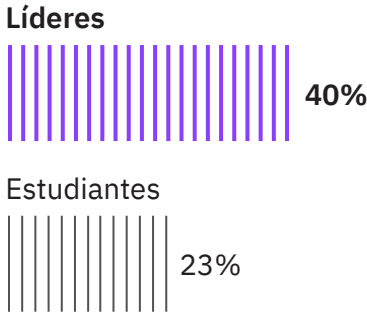
Encuestados que utilizan API para crear sus propias soluciones



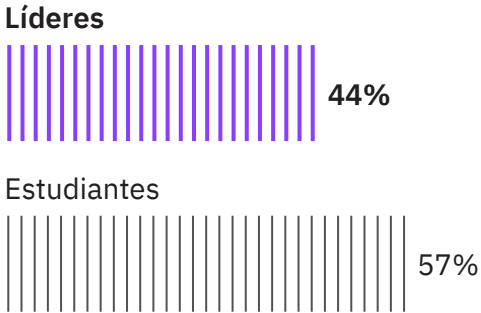
“Si tiene una estrategia de nube híbrida, puede cambiar a diferentes escenarios de despliegue y adaptarse rápidamente a los cambios tecnológicos y a las cambiantes demandas de marketing. Por ejemplo, puede poner en marcha más GPU y más recursos de computación”.

Dr. Stephan Bloehdorn
Asociado ejecutivo y líder de práctica de IA, Analytics y automatización de IBM Consulting DACH

Encuestados que **están muy de acuerdo** en que, sin una estrategia de nube híbrida, será difícil lograr todo el potencial de su estrategia de IA



Encuestados que **están algo de acuerdo** en que será difícil lograr todo el potencial de su estrategia de IA.



Conclusiones clave

1

Incorporar datos propios de alta calidad a la IA ayuda a los Líderes a cultivar una ventaja competitiva. Invertir en herramientas y procesos que faciliten datos listos para la IA es una parte importante para alcanzar la madurez de la IA.

2

Un enfoque basado en múltiples modelos y plataformas genera flexibilidad y ayuda a mitigar los riesgos. Ajustar los modelos con datos propios mejora la precisión y la eficiencia.

3

Una estrategia de nube híbrida ayuda a los líderes a alcanzar sus objetivos de IA.

La perfección es enemiga del progreso

La IA no es una mera palanca de impacto a corto plazo; es una disciplina que puede generar dividendos a perpetuidad. Los Líderes entienden que deben establecer una cultura abierta y comprometida con el progreso deliberado e incremental.

“Los Aprendices suelen caer en la ‘trampa de la perfección’”, señala Prasad. “Pierden mucho tiempo intentando que las cosas salgan perfectas”.

POTENCIAR
EXPERIMENTAR
EVOLUCIONAR

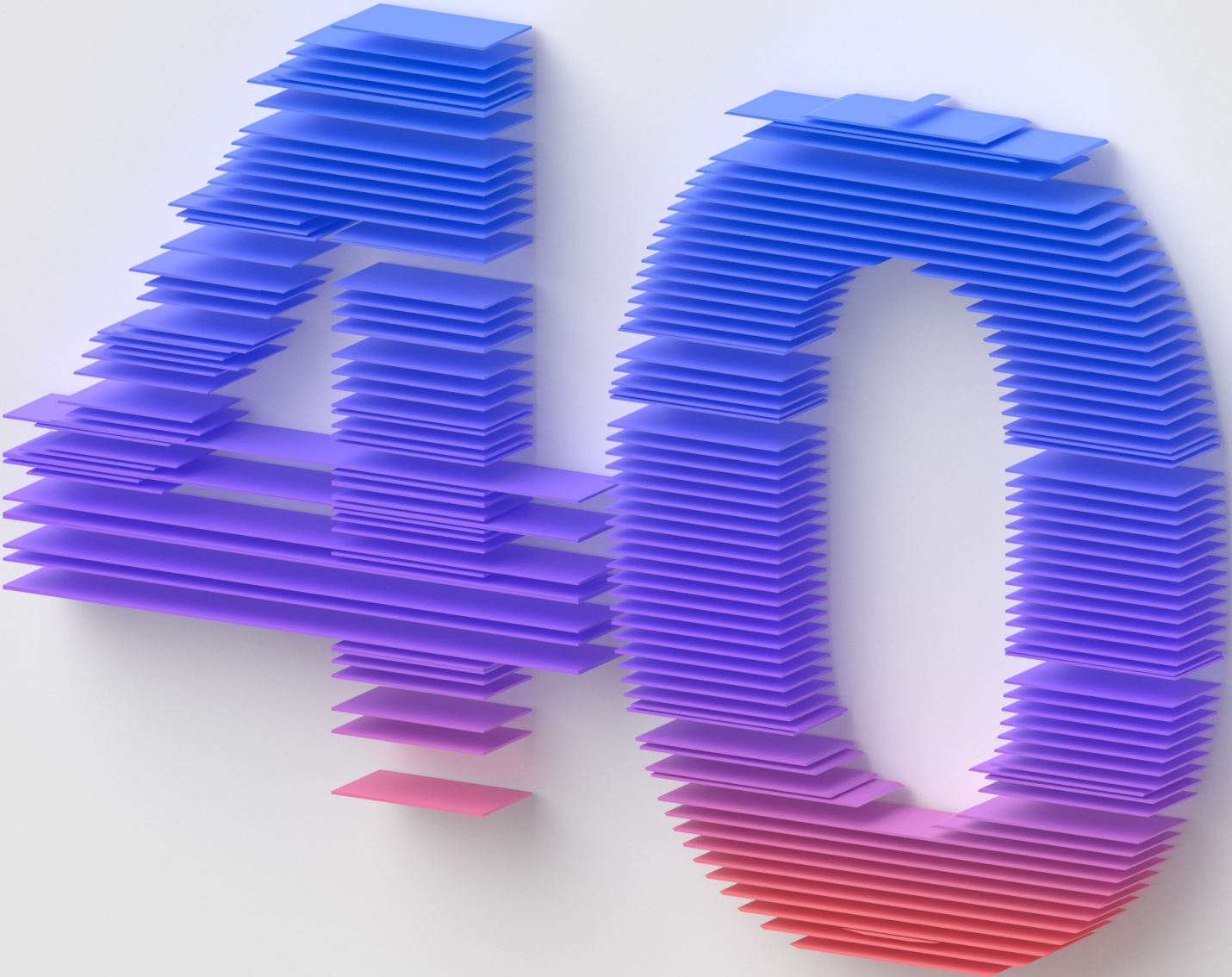
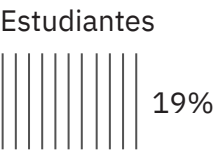
Reese se ha encontrado con Aprendices que se atascan en una prueba de concepto tras otra: “Es un círculo vicioso. Los Aprendices acaban pensando que han sido víctimas de la exageración, pero en realidad es una cuestión de disciplina”.

“Solo hay que empezar. La muerte por iteración y reiteración puede obstaculizar el progreso en el punto de partida”, afirma Dylan Titherley, director de Alianzas Globales de Adobe. “Para tener éxito en este tema, se necesitan ideas audaces, seguro, pero más que eso, se necesita el apetito de experimentar, de equivocarse, de hacer las cosas bien y de seguir siempre adelante”.

Encuestados que no están de acuerdo con la afirmación “Hay mucho revuelo en la IA y el valor no está claro”



Porcentaje de los que describen su organización como muy agresiva con respecto a la realización de inversiones en IA

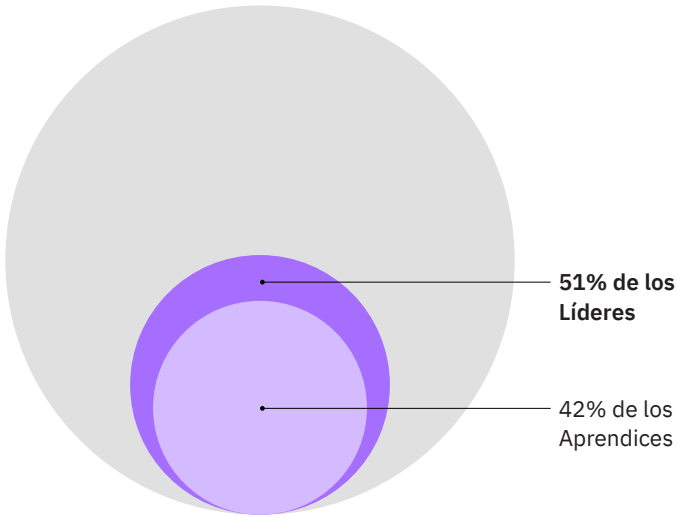


Los Líderes tienen actualmente un 40% más de aplicaciones de IA en producción que los Aprendices y tienen previsto duplicar el número de sus aplicaciones de IA durante los próximos 12 meses.

“Puede que su primer caso de uso no funcione o no tenga un retorno de la inversión (ROI) significativo”, plantea Bloehdorn. “Pero a medida que explora más casos de uso, surgen sinergias. La gente interactúa más, está más capacitada, es más adepta a implementar cambios significativos. Ese éxito puede convertirse en un faro para otras áreas de su negocio”.

Los Líderes convierten las iniciativas de IA en una competencia básica, en lugar de una actividad de nicho, creando y capacitando equipos de especialistas.

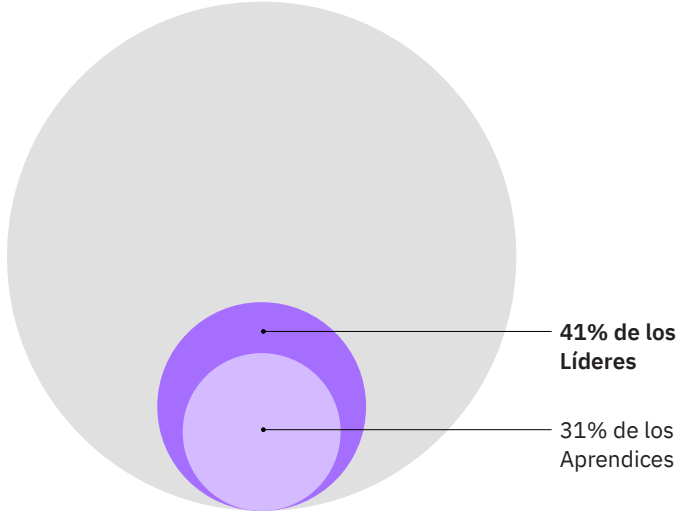
Encuestados que crearon una dirección de IA



“No existe un modelo único para todos. Cada uno tiene fortalezas y deficiencias particulares, y están en constante evolución. Usted querrá crear un inventario de opciones con flexibilidad para cambiar cuando sea necesario. Ese inventario debe incluir modelos específicos para cada dominio que se ajusten a las tareas que más importan a su organización.

Dr. Walter Sun
Vicepresidente sénior y director global de IA
SAP

Encuestados que crearon un centro de excelencia de IA

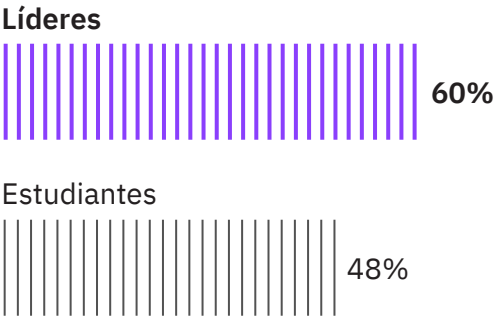


La estrategia de IA no debería estar aislada, pero centralizar la responsabilidad de las pautas ayuda a las organizaciones a asegurarse de que no se desvíen de sus valores ni persiguen tendencias sin sentido.

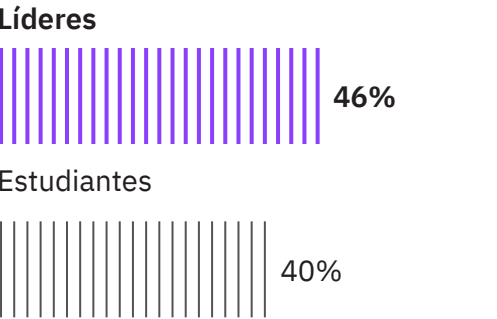
“Los mecanismos de protección ayudan a saber cuándo hacer una pausa o girar, sobre todo cuando establecen métricas de rendimiento”.

Reese insta a las organizaciones a mantener conversaciones francas sobre la ética y la gobernanza de la IA. “Poner en marcha esos equipos y políticas y hacer que se comuniquen con el resto de la organización es una parte importante para crear confianza”, subraya. También ayuda a fomentar la gestión de riesgos y el cumplimiento normativo.

Encuestados que ya están invirtiendo en tecnología

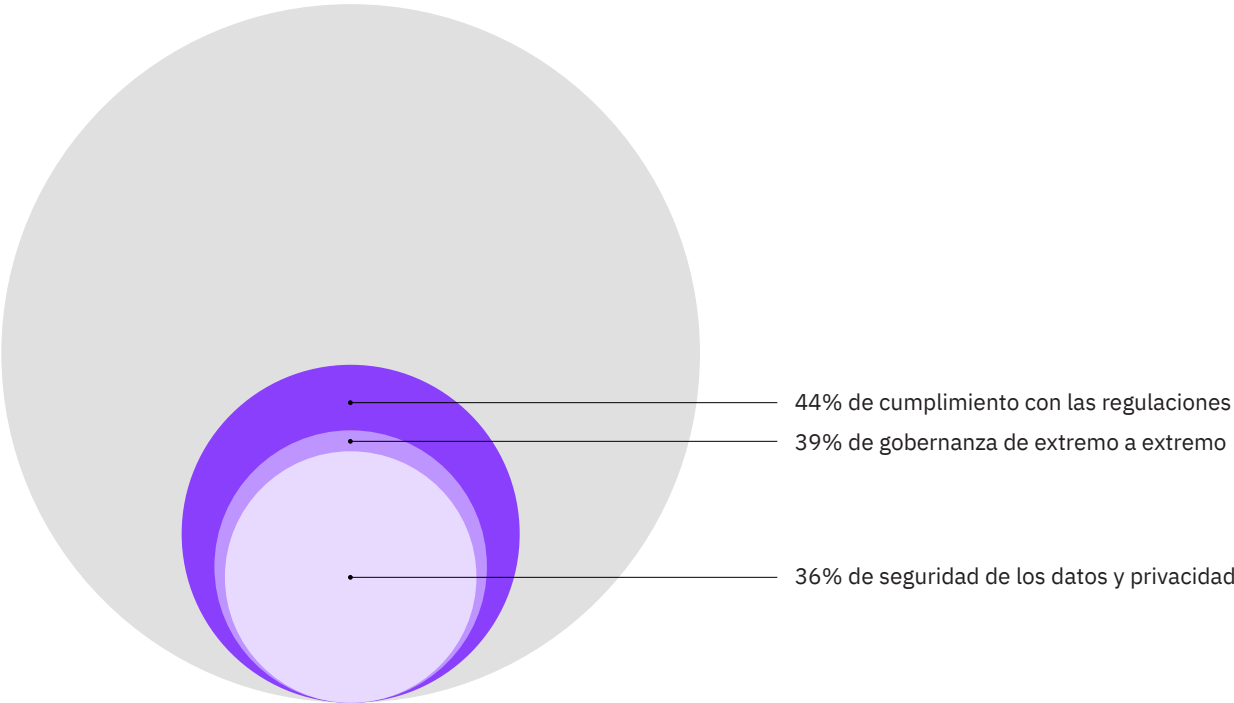


Encuestados que están invirtiendo en personal para garantizar el cumplimiento con las regulaciones de datos



La mayoría de los Líderes aumentan su talento interno con la ayuda de terceros con experiencia para desplegar y acelerar la IA a escala. El 84% de los Líderes utiliza proveedores de servicios y el 57% indica que los asociados externos tienen una gran influencia en su toma de decisiones sobre IA. A la hora de elegir asociados, los Líderes también buscan la capacidad de fomentar la conformidad, la seguridad de los datos y la gobernanza de extremo a extremo.

A la hora de elegir asociados, porcentaje de Líderes que buscan ayuda con:



Conclusiones clave

1

La perfección es enemiga del progreso. Los Líderes ponen en producción los proyectos de IA lo antes posible y tienen la disciplina de iterar y perseguir la mejora incremental.

2

Moverse rápido no implica que los Líderes sean imprudentes. Los centros de excelencia de IA ayudan a garantizar que las organizaciones innoven sin ejecutar principios internos o regulaciones externas.

3

Los Líderes buscan la ayuda de terceros confiables, como proveedores de servicios y consultorías.

Prepárese para el camino que tiene por delante

A medida que avanza la era de la IA, pensar como un líder es imprescindible para seguir el ritmo de las oportunidades emergentes... y de la competencia.

CULTURAL CHANGE

“Es difícil no entusiasmarse con lo que se puede hacer con la IA generativa. Las industrias cambiarán. Las expectativas de los clientes cambiarán. Nuestra forma de trabajar cambiará. Las nuevas empresas nativas de IA que empiecen sin deudas tecnológicas tendrán una ventaja de velocidad”.

Cathy Reese
asociada sénior, Tecnología y
Transformación de Datos
de IBM Consulting

Reese cree que las organizaciones heredadas deben desprenderse de ineficiencias onerosas para competir con las advenedizas. Sugiere 7 áreas estratégicas para la reflexión:

- 1. Visión**
¿Cuenta su organización con objetivos de IA compartidos por todas las líneas de negocio?
¿Cómo medirá la generación de valor?
- 2. Modelo operativo de IA**
¿Cuáles son sus principales casos de uso de la IA? ¿Puede un centro de excelencia ayudar a generar resultados?
- 3. Datos y tecnología**
¿Están sus datos preparados para la IA?
¿Son de alta calidad, seguros y están gobernados?
- 4. Ingeniería y operaciones de IA**
¿Qué herramientas utiliza para desplegar y mantener los modelos?
- 5. Gestión del cambio**
¿Qué complejidad tiene su organización?
¿Hasta qué punto se adapta al cambio?
- 6. Personal**
¿Está su personal preparado para la IA?
¿Qué habilidades necesitan? ¿Cómo puede permitir una mentalidad de crecimiento?
- 7. Ética**
¿Se está desviando de los valores de su organización? ¿Está desplegando IA de forma reflexiva solo porque es fácil?

Los Líderes son optimistas sobre el futuro, pero no están ciegos ante los riesgos potenciales. Todas las organizaciones deberían tener en cuenta lo que los Líderes consideran los principales retos de la IA:

- 1. Seguridad de los datos**
- 2. Hacking de modelos de IA**
- 3. Datos inexactos y sesgo**
- 4. Uso irresponsable**
- 5. Cambios regulatorios, especialmente en torno a la privacidad de datos y la confidencialidad.**



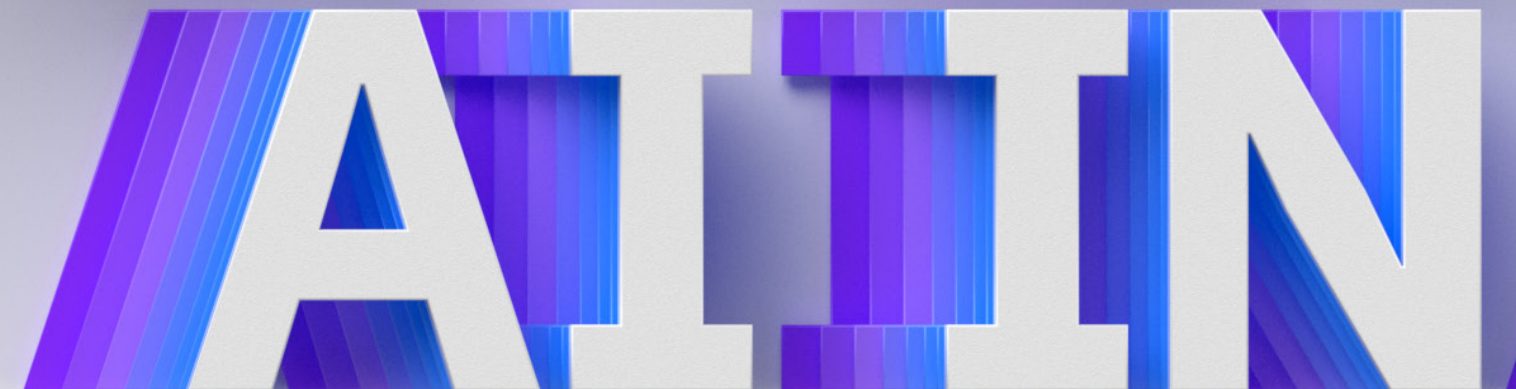
AI IN IA



AI IN ACTION

En conjunto, los datos de la encuesta que sustenta este informe, y los expertos que le dan vida, revelan que el éxito de la IA es sorprendentemente humano. Sí, una gran tecnología es imprescindible, pero también lo es un liderazgo visionario y decisivo que inspire experimentación, agilidad y persistencia. Las organizaciones deben hacer balance de sí mismas sin perder de vista un ámbito de IA en constante cambio. La IA está en constante movimiento; usted también debería estarlo.

Conozca cómo IBM puede ayudarle a activar la IA con el informe AI in Action hoy mismo en ibm.com/mx-es/artificial-intelligence.



AI IN



AI IN

Apéndice 1:
La IA en el mundo

India destaca en varias categorías. Son más propensos que sus homólogos mundiales a elaborar estrategias integrales, perseguir múltiples casos de uso, comprender el valor de un sólido fundamento de datos y mostrar confianza en su infraestructura de IA. Además, tienden a adaptar las soluciones de IA y a experimentar con múltiples modelos.

Kurup afirma que el crecimiento relativamente joven de la economía india es una ventaja de la IA. Obliga a las organizaciones a innovar constantemente, experimentar y asumir riesgos calculados.

Estadísticas clave de la investigación sobre AI in Action (y comparaciones geográficas)

Mundial	US	India	Reino Unido	Alemania	Japón
15% de los encuestados se identifican como Líderes en IA.	23%	23%	11%	13%	7%
41% tiene una estrategia integral para utilizar la IA ampliamente en toda la empresa.	El 46%	50%	38%	38%	32%
28% de las empresas están invirtiendo muy agresivamente en IA.	24%	29%	14%	32%	40%
45% están totalmente de acuerdo en que la dirección de su empresa comprende el valor empresarial de la IA.	54%	56%	41%	42%	34%
54% ha observado una mejora de moderada (25%-50%) a significativa (>50%) en el crecimiento de los ingresos como resultado de la IA; el 54% ha observado una mejora de moderada a significativa en la rentabilidad.	60% (ingresos) 63% (rentabilidad)	67% (ingresos) 65% (rentabilidad)	52% (ingresos) 53% (rentabilidad)	34% (ingresos) 34% (rentabilidad)	53% (ingresos) 53% (rentabilidad)
45% está totalmente de acuerdo en que el camino de la IA de su empresa requerirá habilidades significativas.	51%	52%	41%	46%	33%
39% afirma que “personalizar las soluciones de IA para obtener un valor óptimo” describe muy bien a su empresa en la actualidad; el 54% dentro de 12 meses.	50% (el día de hoy) 64% (en 12 meses)	51% (el día de hoy) 64% (en 12 meses)	32% (el día de hoy) 46% (en 12 meses)	34% (el día de hoy) 51% (en 12 meses)	29% (el día de hoy) 46% (en 12 meses)
80% está muy de acuerdo o algo de acuerdo en que sin una estrategia de nube híbrida será difícil aprovechar todo el potencial de la IA.	78%	89%	78%	78%	79%
19% está completamente de acuerdo en el estado de preparación de los datos de su empresa para la IA en la actualidad; el 38% en 12 meses.	24% (el día de hoy) 44% (en 12 meses)	30% (el día de hoy) 57% (en 12 meses)	13% (el día de hoy) 34% (en 12 meses)	11% (el día de hoy) 26% (en 12 meses)	15% (el día de hoy) 28% (en 12 meses)

Apéndice 2: Acerca de la investigación

La investigación para este informe fue realizada en línea por The Harris Poll en nombre de IBM del 20 de febrero al 24 de abril de 2024. La encuesta se realizó entre responsables de la toma de decisiones empresariales y de TI de EE. UU., Japón, Alemania, Reino Unido e India. Las entrevistas en cada país se realizaron de la siguiente manera: una muestra panindustrial en la que *n* equivale al menos a 400 entrevistas más sobremuestras de hasta 100 en cada una de las siguientes industrias: finanzas, venta minorista, manufactura y telecomunicaciones.

Los responsables de la toma de decisiones debían poseer un profundo conocimiento de las herramientas o procesos basados en IA de su empresa en todas sus formas y trabajar para grandes empresas con unos ingresos anuales de más de 500 millones de dólares o un tamaño de empresa de más de 1000 empleados.

The Harris Poll
The Harris Poll es una de las empresas de investigación de mercado más antiguas de Estados Unidos, que da seguimiento a la opinión pública, las motivaciones y la percepción social desde 1963. Ahora forma parte de Harris Insights & Analytics, una empresa global de consultoría e investigación de mercados que se esfuerza por revelar los auténticos valores de la sociedad moderna para inspirar a los líderes a crear un mejor futuro. Trabaja con clientes en 3 áreas principales: crear una reputación corporativa del siglo XXI, elaborar una estrategia de marca y dar seguimiento a su rendimiento, así como conseguir medios de comunicación orgánicos mediante la investigación de las relaciones públicas. Su misión es proporcionar información estratégica y asesoramiento para ayudar a los líderes a tomar las mejores decisiones posibles.

© Copyright IBM Corporation 2024

IBM y el logotipo de IBM son marcas registradas o comerciales de International Business Machines Corporation en Estados Unidos y en otros países. Otros nombres de productos y servicios pueden ser marcas registradas de IBM o de otras empresas. Puede consultar una lista actualizada de las marcas registradas de IBM en ibm.com/mx-es/legal/copyright-trademark.

Este documento está vigente a partir de la fecha inicial de publicación, pero IBM puede modificarlo en cualquier momento.

No todas las soluciones están disponibles en todos los países en los que opera IBM.

LA INFORMACIÓN INCLUIDA EN ESTE DOCUMENTO SE PROPORCIONA “TAL CUAL” SIN NINGUNA GARANTÍA, EXPRESA O IMPLÍCITA, INCLUSO SIN NINGUNA GARANTÍA DE COMERCIALIZACIÓN, IDONEIDAD PARA UN PROPÓSITO PARTICULAR NI GARANTÍA O CONDICIÓN DE NO INFRACCIÓN. Los productos de IBM están amparados de acuerdo con los términos y condiciones de los acuerdos bajo los cuales se proveen.

Ningún sistema o producto de TI debe considerarse completamente seguro y ningún producto, servicio o medida de seguridad por sí solo puede ser completamente eficaz para prevenir el uso o acceso no autorizado. IBM no garantiza que ningún sistema, producto o servicio sea inmune o hará que su empresa sea inmune a la conducta maliciosa o ilegal de cualquier parte.

El cliente es responsable de garantizar el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables. IBM no brinda asesoría legal ni representa ni garantiza que sus servicios o productos asegurarán que el cliente cumpla con las leyes o regulaciones.

