

EL IMPACTO DE LA IA EN EL ENTORNO CORPORATIVO



MicroStrategy AI.

El colaborador más inteligente e innovador
que jamás haya tenido.



[Solicite una demostración.](#)

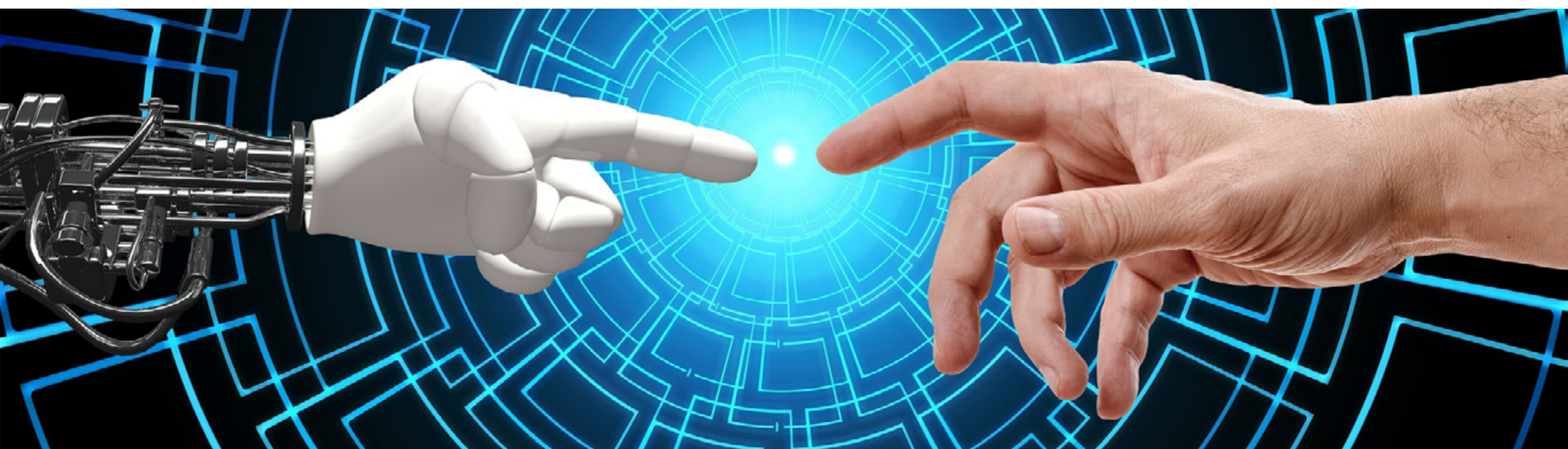


www.microstrategy.com

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN LA REALIDAD DE LA EMPRESA

La IA generativa ha copado los titulares tecnológicos del último año. No es un hype al uso: se ha convertido en una realidad con su llegada a usuarios de todo el mundo y su incorporación a todo tipo de soluciones de software, desde la ofimática hasta la nube o la ciberseguridad. La mayor parte de compañías la han implantado ya o se están planteando su uso. ¿Cómo se deben preparar para ella? ¿Cómo definir sus casos de uso?

En la reciente [feria Fitur](#), decía Joan Barceló, CIO de World-2Meet, que la inteligencia artificial generativa es como un cuñado: sabe de todo y lo que no sabe, se lo inventa. También se ha convertido en algo parecido al fútbol: todo el mundo tiene algo que decir de ella. Es el resultado de un año en el que la IA ha estado presente en todos los ámbitos, desde el senado de los Estados Unidos hasta la Presidencia española de la Unión Europea; desde ChatGPT para el público general hasta las nuevas aplicaciones en todo tipo de software profesional; desde la ciberseguridad y la ciberguerra hasta las



normativas gubernamentales y las cuestiones éticas.

Las estadísticas de las consultoras ponen sobre la mesa datos inequívocos. PwC estima que el mercado de la IA podría suponer 15,7 billones de dólares para la economía global en 2030. Gartner señala que este mismo año el 60% de las empresas de todo el mundo adoptarán la inteligencia artificial y el machine learning en sus operaciones. En España, un 70% de las empresas ya están haciendo uso de la IA, según HubSpot.

UNA ADOPCIÓN IMPULSADA DESDE EL NEGOCIO

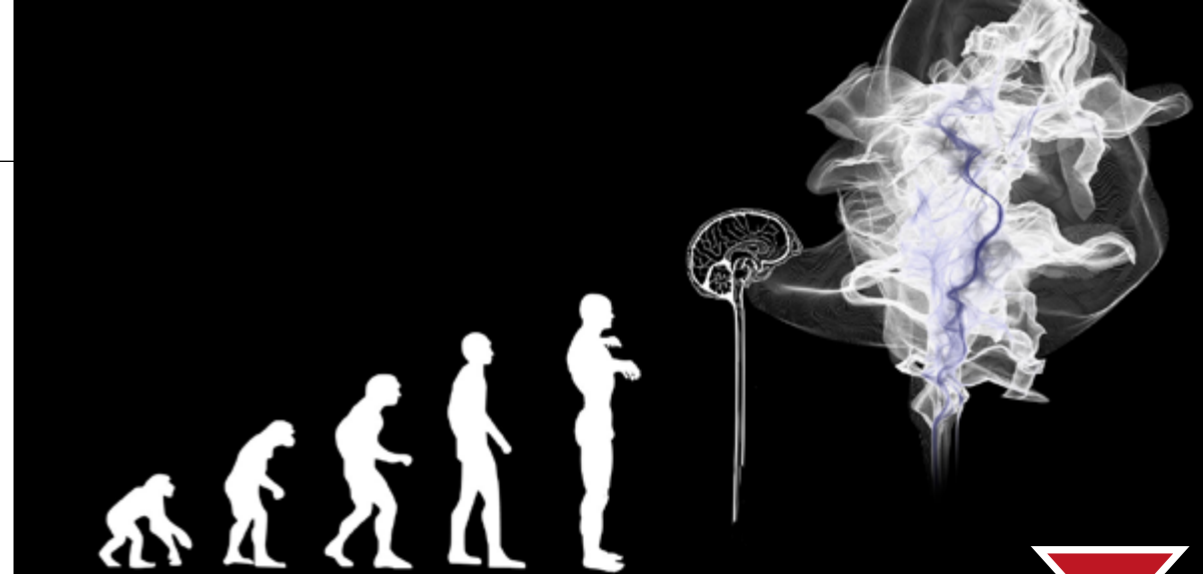
Y si las estadísticas no son suficientes, basta con hablar con los responsables tecnológicos de casi cualquier tipo de compañía. Tradicionalmente, la introducción de nuevas tecnologías traía aparejados factores como la necesidad de convencer a la alta dirección o el manejo de la resistencia al cambio por parte de los empleados. En el caso de las IA generativa, es el negocio el que presiona a IT para poder disponer de herramientas de inteligencia artificial. Todo ello, pese a la reticencia que todavía existe en cuanto a las cuestiones éticas o el temor a la pérdida de empleos.

Así las cosas, en esta ocasión muchos equipos de IT tienen la tarea de enfriar las expectativas. En primer lugar, porque las soluciones de IA se basan en otro elemento, que previamente tiene que estar bien trabajado: el dato. La primera pregunta es: ¿qué puede hacer la IA con los datos que tenemos? ¿Tienen la suficiente calidad? ¿Tenemos una estructura de gobierno del dato que nos permita tomar decisiones en torno a una base real? ¿Es funcional la infraestructura de datos para las necesidades de la IA?

Según PwC, el 54% de las empresas no disponen de procedimientos para medir la cultura del dato y el 38% no cuenta con una fuente reputada para los datos críticos. De modo que es, precisamente, crítico, hacer un buen trabajo de preparación de los datos de modo que cualquier decisión que se tome en torno a la IA pueda crecer en un terreno fértil. Es un principio fundamental para que sea posible crear una estrategia de implantación de la IA, sea generativa o no, que tenga un efecto claro y positivo sobre el negocio.

IDENTIFICAR LOS CASOS DE USO SEGÚN LAS NECESIDADES CORPORATIVAS

Una vez establecida esa base, se puede empezar a pensar en so-



LAS TRES ETAPAS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Aunque ha habido variaciones en las tipologías de IA propuestas y en la estimación de tiempos en los que serán una realidad, en la actualidad hay cierto consenso en torno a tres grandes etapas:

Artificial Narrow Intelligence.

Se trata de una versión de la inteligencia artificial orientada a objetivos concretos, que realiza tareas específicas como la detección de software malicioso, la generación de informes o el análisis de datos. En estos momentos nos encontramos todavía en esta fase, aunque en el último año su potencial se ha visto multiplicado.

Artificial General Intelligence. Esta inteligencia sería capaz de realizar cualquier tarea intelectual que desarrollamos los humanos. Incluso podría superar la capacidad de

un ser humano medio. Todavía es hipotética, aunque Omar Hatamleh, Chief Advisor de Inteligencia Artificial e Innovación del Goddard Space Flight Center de la NASA, considera que tan solo estamos a unos cinco años de que sea una realidad.

Artificial Superintelligence. Este concepto es mucho más futurista de ciencia ficción, aunque cada vez parece más posible. IBM la define como "un sistema de inteligencia artificial hipotético basado en software con una capacidad intelectual que va más allá de la inteligencia humana. A su nivel más básico, esta IA superinteligente tiene funciones cognitivas punteras y capacidades de razonamiento altamente desarrolladas, más avanzadas que las de cualquier humano".

#REPORTAJE

luciones para el negocio. Aquí sí, como en cualquier innovación tecnológica previa, hay que tener muy claro el caso de uso. Que pueda resolver cuestiones concretas del negocio en lugar de generar nuevas incógnitas. Que responda a necesidades reales de la empresa y proporcione soluciones específicas y cuantificables. Y a partir de ahí iniciar pruebas de concepto y proyectos piloto que permitan a la empresa beneficiarse de la IA generativa. Porque, pese a ese “enfriar las expectativas”, todo el mundo tiene claro el enorme potencial de esta inteligencia.

El beneficio más inmediato y evidente es el aumento de la productividad. El concepto de copiloto, popularizado por Microsoft y ya ampliamente utilizado en la industria, es la clave de esa productividad. Un asistente que te ayuda a agilizar las tareas cotidianas y que va desde las herramientas de ofimática hasta la creación de códigos de desarrollo. La palabra escogida, además, da la idea de que el usuario, el humano, sigue estando al mando, lo que pretende alejar el temor de que la IA nos controle.

Este incremento de la productividad es transversal, toca a todo tipo

de sectores. Los casos de uso más específicos tienen que ver con las necesidades concretas de las empresas. La IA generativa es capaz de analizar y sacar conclusiones rápidamente en entornos que manejan grandes volúmenes de datos, como las industrias que tienen desplegadas soluciones de IoT. En el ámbito de la ciberseguridad, puede detectar los cambios en los patrones de comportamiento y agilizar enormemente el análisis y la detección de amenazas. Tiene el potencial de proporcionar eficiencias a cualquier sistema complejo, generar conocimientos útiles para el negocio, me-

jorar las soluciones sanitarias, identificar tendencias y generar nuevos mercados.

Los expertos coinciden en señalar que, en realidad, estamos apenas en los albores de la revolución de la IA generativa. Su potencial es enorme en cualquier ámbito. La tarea de las empresas es descubrir de qué modo concreto pueden sacarle partido. Teniendo claro el trabajo previo que deben realizar en torno a los datos y su infraestructura tecnológica. Y definiendo los casos de uso que mejor se ajustan a sus necesidades para la implantación de la IA tenga resultados exitosos. ■



MÁS INFO +

- » [El gasto en soluciones de IA en Europa rondará los 47.600 millones de dólares en 2024](#)
- » [El 96% de las empresas está tomando medidas para mejorar el uso de la IA generativa](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

appian

Orchestrate Change

Appian process automation
moves business forward.

Visit [appian.com](https://www.appian.com)



INTELIGENCIA ARTIFICIAL: POTENCIANDO EL ANÁLISIS DE DATOS Y LA TOMA DE DECISIONES

Si la inteligencia artificial clásica se limitaba a casos de uso muy específicos como la analítica predictiva, la IA generativa promete cambiar el modo en que trabajan muchas empresas de una manera mucho más amplia y fundamental. Las empresas están desarrollando proyectos de implementación, a menudo a través de pequeños casos de uso que luego se van extendiendo. ¿Están bien preparadas para aprovechar la revolución de la GenAI?

Desde inicios de 2023 ChatGPT estaba en boca de todos y, en mayo, Microsoft publicó un informe Work Trends Index centrado en la inteligencia artificial generativa y el entorno laboral. Todavía estábamos lejos de que herramientas como Copilot llegaran a los trabajadores de oficina, pero ya entonces el hype era muy alto por las posibilidades de la nueva tecnología: el 35% de los directivos españoles creían en ese momento que la IA impulsaría la productividad de sus organizaciones.

No es de extrañar que, en este 2024, el 70% de las empresas españolas ya están haciendo uso de la



IA, según un informe de HubSpot. Al menos, es la intención de muchas empresas. La inteligencia artificial generativa ha cautivado a las unidades de negocio, que por primera vez son las que están presionando a los

equipos de IT para poder tener a su disposición herramientas de GenAI.

Las posibilidades de la IA, tanto de la clásica como de la generativa, parecen evidentes y van mucho más allá de la productividad. Pero ¿están

realmente las empresas preparadas para ella? ¿Tienen la necesaria madurez digital para poder hacer frente al cambio que supone? Y, sobre todo, su infraestructura tecnológica y su gestión de la información...

¿Son capaces de afrontar el considerable reto que supone la implementación de la IA?

CÓMO PREPARARSE PARA EL DESPLIEGUE DE LA IA

Para entender mejor si las compañías están preparadas para esta nueva inteligencia y cómo es el trabajo previo que debe realizarse con los datos, hemos reunido en un Encuentro de la Comunidad IT User a expertos en tecnología de empresas de perfil muy diferente, desde **Grupo Construcia** y la **Universidad Nebrija**, hasta **Grupo Santander**, **Cash Converters** y **Grupo ASV**, en una mesa redonda auspiciada por **MicroStrategy**.

Para que el despliegue de la IA generativa sea funcional y tenga posibilidades de tener éxito, es clave



ENCUENTRO IT USER >> Para entender mejor si las compañías están preparadas para esta nueva inteligencia y cómo es el trabajo previo que debe realizarse con los datos, hemos reunido en un Encuentro de la Comunidad IT User a expertos en tecnología de empresas de perfil muy diferente, desde Grupo Construcia y la Universidad Nebrija, hasta Grupo Santander, Cash Converters y Grupo ASV. En este vídeo puedes ver las conclusiones de un encuentro auspiciado por MicroStrategy.

PARA QUE LA GENAI SEA FUNCIONAL Y PUEDA TENER ÉXITO, ES CLAVE QUE LOS DATOS QUE UTILIZA SEAN DE CALIDAD Y ESTÉN BIEN ESTRUCTURADOS

“ LA ESTRATEGIA DE LOS ÚLTIMOS AÑOS DE DISPONIBILIZAR DE FORMA GENERALIZADA EL DATO ES FALLIDA. HAY QUE VOLVER A PARTIR DE LA PREGUNTA: ¿QUÉ VA A RESOLVER EL DATO? ”

PABLO VEGA,
CIO, **Cash Converters**

GenAI que vaya más allá del asistente de ofimática.

Hay empresas que ya tienen potentes políticas de datos, especialmente las nativas digitales o las que ya han alcanzado cierta madurez digital a través de proyectos previos como el Big Data o la inteligencia artificial clásica, que ya requerían el adecuado tratamiento de los datos. Un nivel de madurez que normalmente es mayor en sectores tecnológicamente dependientes.

Ya en 2024, incluso los sectores menos basados en tecnología, como

“ HAY QUE ELEGIR UN CASO PEQUEÑO ADECUADO, CON DATOS DE CALIDAD Y UN BUSINESS CASE. A PARTIR DE AHÍ SE ABREN OTROS CASOS DE USO ”

MARIO DE FELIPE,
director de Innovación y Transformación, **Grupo ASV**

implantación de la IA. Noelia Marbán, directora de Tecnología de la Universidad Nebrija, señala que “se está aplicando IA en distintos casos de uso: Salesforce para ventas; en el call center, en encuestas a los alumnos y profesores; en la gestión documental; y también en el proyecto Adonis, dónde se documentan todos los procesos”.

Grupo Construcia no trabaja en un sector que dependa en gran medida de la tecnología y pese a ello se encuentra inmersa en un proyecto de transformación digital. Mario Moreno, director de Sistemas de



que los datos que utiliza estén bien estructurados y tengan la calidad suficiente. Además, deben estar respaldados por una estrategia de gobierno del dato que asegure el mantenimiento de esa estructura y calidad en el tiempo. Se trata de un trabajo previo básico sin el que no tiene sentido cualquier proyecto de



la construcción o la educación superior, se encuentran inmersos en procesos de digitalización y de implantación de gobierno del dato. Hacer casi tabula rasa en este momento permite introducir los conceptos básicos de gestión del dato y cultura corporativa desde la base, lo que puede favorecer la solidez en la

“ ES MUY COMPLEJO INTRODUCIR LA CULTURA DIGITAL Y CAMBIAR LOS PROCESOS DE COMPAÑÍAS QUE SON POCO TECNOLÓGICAS ”

MARIO MORENO,
director de Sistemas,
Grupo Construcia

IA ALLÍ DONDE TIENE SENTIDO PARA EL NEGOCIO

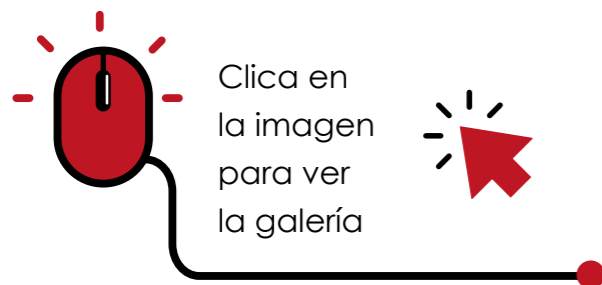
En otros perfiles de empresa, la inteligencia artificial tiene sentido en ciertas unidades de negocio. En el caso de Cash Converters sobre todo apoya a su línea de financiación responsable con la marca Dineo, mientras que en Grupo ASV es particularmente útil para su aseguradora, pero no se está incorporando para el transporte sanitario o su negocio funerario.

Mario De Felipe, director de Innovación y Transformación de Grupo

“ LA INNOVACIÓN DEBE SACAR AL DESARROLLADOR DE LA ZONA DE CONFORT, PERO TIENES QUE AÑADIR LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL Y GESTIONAR EL CAMBIO CULTURAL ”

IVÁN BLÁNQUEZ,
Global Head of Cloud, División
Wealth Management and
Insurance, **Grupo Santander**

Por su parte, Pablo Vega, CIO de Cash Converters, ve un paralelismo con la transformación digital de hace una década, cuando los clientes eran digitales mucho antes que las empresas. La población general ya ha adoptado la GenAI, por lo que “las empresas tienen que ir rápido en la adopción. Pero para lo que nos de valor, hay que integrarlo en los procesos de la compañía. Por ejemplo, para generar código y contenido, o en el trato al cliente, de modo que pueda permear a toda la organización”.



Clica en la imagen para ver la galería

la compañía, es consciente de los retos que afronta y considera que “las claves del éxito para proyectos como la IA generativa son los casos de éxito pequeños, la simplificación, tener claro lo que quiere la dirección, la agilidad y la capilaridad que permita que la innovación llegue a todos los departamentos”.



Clica en la imagen para ver la galería

ASV, considera que “la IA generativa afectará a los procesos en sí mismos y hay que darle la importancia que tiene. Está cambiando la manera en la que vamos a ser eficientes y hay que darle un reconocimiento específico en los planes estratégicos de las compañías. Es el momento de cambiar y aprovechar la tecnología”.

“ DEBEMOS PARARNOS A PENSAR QUÉ ANÁLISIS QUIERE HACER EL NEGOCIO Y COMO PUEDE AYUDAR LA IA EN ELLO. TODO ELLO SIN PERDER EL FOCO DE SIMPLIFICAR ”

NOELIA MARBÁN,
directora de Tecnología,
Universidad Nebrija

“ EN LA ALTA DIRECCIÓN DE LAS EMPRESAS, DEBEN TENER MUY EN CUENTA QUE LA TECNOLOGÍA HA PASADO DE SER UNA COMMODITY, A SER UN MUST ”

SERGIO TAGUA,
experto en tecnología e
innovación del **sector financiero**



Clica en la imagen para ver la galería

tores. Entidades bancarias con mucho músculo y un potente desarrollo tecnológico, como el Grupo Santander, están explorando diferentes usos para la inteligencia artificial generativa.

Pero incluso en una organización con un potente background tecnológico, el trabajo con el dato es constante. Iván Blánquez, Global Head of Cloud de la división de Wealth Management and Insurance de Grupo Santander, indica que “estamos definiendo una estrategia sólida, siempre acompañados del CDO, que define cómo es el gobierno del dato, y del CISO, para decidir dónde alojarnos, cómo es la política de

GENAI EN LOS SECTORES MÁS TECNOLÓGICOS

En España, uno de los sectores tecnológicamente más avanzados es el bancario. Las entidades financieras llevan años trabajando en proyectos de tecnología basados en datos, por lo que es un ámbito en el que están mucho más maduros que otros sec-



Clica en la imagen para ver la galería

accesos... A partir de ahí, dejamos de pensar en proyectos y empezamos a construir una plataforma, concebida como un framework de desarrollo lo más liviano posible”.

Sergio Tagua, experto en tecnología e innovación del sector financiero, coincide en el enorme potencial que están encontrando en la IA genera-

tiva. En su caso ya ha trabajado en la automatización de procesos muy concretos, como el hipotecario, en proyectos de IA predictiva, análisis en base a datos y toma de decisiones con la inteligencia artificial clásica.

“Con la explosión de la IA generativa, empezamos a experimentar con ChatGPT, Azure, Google, herramientas open source... En estos momentos, OpenAI y Microsoft son los que nos dan más seguridad”, señala Tagua, que en la actualidad está trabajando, entre otras cosas, en un asistente inclusivo y antifraude, así como en sendos asistentes para los

MARIO DE FELIPE, GRUPO ASV

“En nuestra línea de seguros vemos más potencial para la inteligencia artificial generativa”

En el marco del Encuentro de la Comunidad IT, tuvimos ocasión de entrevistar a Mario de Felipe, director de Innovación y Transformación de Grupo ASV, una organización con más de 2.000 empleados y numerosas áreas de trabajo, entre

las que destacan sus tres principales líneas de negocio: el transporte sanitario, los servicios funerarios y los seguros, con Seguros Meridiano. El experto nos detalló las apuestas tecnológicas de la compañía, con la IA en un lugar destacado.



empleados y para los programadores de código.

NO SOLO ES CUESTIÓN DE TECNOLOGÍA

Tanto en empresas que ya tienen un importante background de inteligencia artificial como en compañías que están dando ahora sus primeros pasos, hay que tener en cuenta otros factores además de la infraestructura de datos. Por un lado, la gestión del cambio, un factor siempre presente en los despliegues de nuevas tecnologías. Mucho más con un elemento como la inteligencia

“ LA PARTE DE COMPUTACIÓN LA HACEMOS EN LA CAPA DE MICROSTRATEGY, LO QUE REDUCE AL MÍNIMO LAS ALUCINACIONES ”

DAVID VALLADARES,
responsable de Cuentas,
MicroStrategy



Clica en la imagen para ver la galería

artificial generativa, con capacidad para transformar de forma fundamental los procesos de trabajo. Y por otro, de la mano de la gestión del cambio, la formación. Aplicar programas de formación en las nuevas tecnologías es importante no solo para que los proyectos puedan tener éxito, sino para que los empleados se sientan cómodos con los nuevos desarro-

llos y limiten su resistencia al cambio. Las tecnologías como la IA generativa evolucionan además muy deprisa, por lo que esos planes de formación tendrán que ir adaptándose de forma continua.

El grado de madurez para la inteligencia artificial generativa difiere mucho según los sectores, aunque los procesos de fondo que la hacen posible, como el gobierno del dato o la gestión del talento, requieren de una constante atención para que las estrategias de IA tengan éxito. Lo que es indudable es que empresas de todos los perfiles están asimilando su potencial para cambiar de forma radical el modo en que trabajan. ■

MÁS INFO +

- » [Las empresas españolas están en una fase incipiente de adopción de la IA generativa](#)
- » [El 29% de las empresas digitales ya tiene políticas en relación a la IA](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

RESPONDIENDO A LOS RETOS DEL SECTOR

DAVID VALLADARES, RESPONSABLE DE CUENTAS DE MICROSTRATEGY

“Nuestra IA es un asistente, un científico de datos que está ahí, dándote la información que necesitas”

David Valladares, responsable de Cuentas de *MicroStrategy*, indica respecto a la mesa redonda que “hemos visto cómo empresas de diferentes tamaños y diferentes sectores tienen esas iniciativas de inteligencia artificial y tienen retos similares. Hay mucha coincidencia los retos principales que podemos encontrar en este tipo de soluciones, con temas de fiabilidad, del sistema de inteligencia artificial, de evitar alucinaciones o los temas regulatorios”.

Para dar respuesta a esos retos, Valladares considera que la compañía “ofrece una solución de inteligencia artificial que está basada en diferentes LLM del



mercado”, pero sin “estar pasando toda la información y todos tus datos a los sistemas públicos, sino que toda esa capacidad computacional se realiza en la capa de *MicroStrategy*”. Su

solución pone el acento también en la facilidad de uso, con una plataforma low-code, que permite crear soluciones sin “saber ningún lenguaje específico de programación”.

SAMSUNG

Nuevo Galaxy S24+

Galaxy AI ✨ ha llegado para mejorar tu negocio



Imágenes alteradas con fines publicitarios. Las funciones de Galaxy AI serán gratuitas al menos hasta finales de 2025 en los dispositivos Samsung Galaxy disponibles (AI=Inteligencia Artificial). Imagen alterada con fines publicitarios. Debe iniciar sesión en su cuenta personal de Samsung para hacer uso de las herramientas de Galaxy AI. Algunas lenguas serán añadidas en el futuro.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, DANDO POTENCIA AL NEGOCIO

La llegada de GenIA a las empresas supone un aumento de la productividad. Pero es un beneficio que por sí mismo quizá no justifique el alto coste que puede llegar a tener esta tecnología. Los líderes de IT sí que apuestan por su uso, pero de forma cauta: identificando para qué puede servir y para qué no, y avanzando sobre casos de uso que permitan ver el ROI a corto plazo.

Ante la llegada de una nueva tecnología, normalmente los líderes tecnológicos tienen que hacer una importante labor de evangelización, tanto de cara al comité de dirección como a los demás empleados. No solo para demostrar el alcance de la innovación y enseñar su uso, sino para hacer frente a la resistencia al cambio que suele surgir, especialmente con elementos que conllevan cambios en los procesos habituales a los que están acostumbrados los empleados. La inteligencia artificial generativa está siendo una de las excepciones de esa norma.



La GenIA ha llegado mucho antes a los usuarios que a las empresas y el hype que la ha acompañado a lo largo de 2023 ha despertado el interés y la imaginación de las unidades de negocio. El apetito por el riesgo ha surgido allí donde

antes había incluso rechazo por la innovación y los CIO se ven en la tesitura de tener que enfriar las expectativas de los usuarios corporativos.

Así, la inteligencia artificial generativa se ha convertido en una rea-

lidad en las empresas españolas. Y lo ha hecho, quieran o no los responsables de tecnología. En muchos casos, ha llegado por la puerta de atrás, en forma de shadow IT. Esto es, sin el conocimiento, y las medidas de seguridad apropia-

das, de los líderes tecnológicos, lo que supone un riesgo que debe ser controlado.

Las empresas españolas están utilizando o se están preparando para la llegada de la IA generativa de forma muy generalizada. Para conocer el trabajo que se está haciendo con esta tecnología, hemos reunido en un Encuentro de la Comunidad IT User a expertos de **Alstom, Destinia, Ferrovial, Holcim, ING España & Portugal, Ontier, Phone House y Zurich Seguros**. El encuentro fue apoyado por **Appian, Samsung y Schneider Electric**.

ESTRATEGIAS BIEN DEFINIDAS PARA EL ÉXITO DE LA IA

Empresas de diferentes sectores, distintos tamaños y necesidades

EL INTERÉS QUE HA DESPERTADO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA HA AGUDIZADO UNO DE LOS GRANDES RETOS DEL SECTOR TIC: LA ESCASEZ DE TALENTO



ENCUENTRO IT USER >> Para conocer el trabajo que se está haciendo con la inteligencia artificial generativa, hemos reunido en un Encuentro de la Comunidad IT User a expertos de Alstom, Destinia, Ferrovial, Holcim, ING España & Portugal, Ontier, Phone House y Zurich Seguros. En este vídeo puedes ver las conclusiones de un encuentro apoyado por Appian, Samsung y Schneider Electric.

“ HAY QUE DEFINIR LOS CASOS DE USO EN LOS QUE REALMENTE VA A TENER IMPACTO ESTA NUEVA INTELIGENCIA ARTIFICIAL A CORTO Y MEDIO PLAZO ”

ÁLVARO URECH,

Director de Innovación,
Alstom España y Portugal

muy diversas coinciden en al potencial transformador de la inteligencia artificial generativa. Para empezar, supone una sacudida para los recursos humanos. Algunas de las empresas que ya lleva un tiempo trabajando con GenIA considera que no provoca una reducción de la plantilla, sino que consigue que la que tienen llegue mucho más lejos.

El temor a la sustitución laboral es uno de los pocos puntos de fricción que tiene esta tecnología. El Fondo Monetario Internacional señaló en enero de este año que



la inteligencia artificial afectará a cerca del 40% de los empleos en todo el mundo, “reemplazando algunos y complementando otros”. Una cifra que se eleva en las economías avanzadas, que pueden ver cómo hasta el 60% de los empleos se verá afectado de un modo u otro por la IA. Es paradójico que sea un

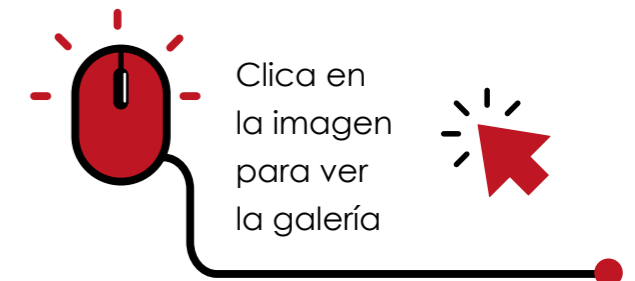
“ VAMOS PROBANDO SOLUCIONES Y VEMOS DÓNDE NOS ENCAJA LA IA GENERATIVA. Y CUANDO ENCAJA ALGO, EL RETO QUE TENEMOS ES ESTABILIZARLO DE CARA AL CLIENTE FINAL ”

DARÍO RODRÍGUEZ DE DIEGO,

Chief Technology Officer, **Destinia**

de las tecnologías que puede despertar mayor temor y también la que ha llamado más la atención de empleados de todo tipo.

En empresas de nueva creación como las startups, hay ciertos roles que tardarían años en tener que cubrir si se apoyasen en la IA generativa. Como mínimo, es un becario que no se cansa. Hay estimaciones que indican la desaparición de uno de cada cuatro puestos de trabajo, aunque desde Ontier consideran que en el caso del sector jurídico el impacto puede ser mucho mayor, del orden de uno de cada dos.



Todo ello es el efecto del aumento de la productividad en los trabajos de oficina. Más allá de ese elemento de entrada, se están desarrollando proyectos con GenIA destinados mejorar servicios y procesos específicos de las compañías. En algunos casos se establecen casos de uso muy concretos

“ ES IMPORTANTE ENTENDER LO QUE ES UN LLM: NO ES QUE APRENDA CONTENIDO, SINO QUE PREDICE CUÁL ES LA MEJOR PALABRA SIGUIENTE ”

LUIS CARLOS PRIETO,
Head of AI CoE, **Ferrovial**

empresarial bien definida. Según el tipo de empresa y el modelo de negocio, la GenAI cambiará el modo en el que se trabaja en el día a día, de modo parecido a lo que supuso la incorporación de Internet en los entornos corporativos. Y eso sin pensar en desarrollos y casos de uso específicos que pueden tener implicaciones mucho mayores. La dirección debe ser consciente de ese alto impacto e impulsar su implantación de modo racional.

Como señala Ángel Báscones, CIO de Ontier, se trata de un proyecto que debe abarcar a toda la empre-



que permiten tener un control de los costes y luego se pueden escalar. En otros, la apuesta por la IA ha significado la creación de centros de excelencia internos para impulsar su desarrollo.

En todo caso, la implantación de la inteligencia artificial generativa requiere de una estrategia



sa. Además, el experto indica que “todas las compañías deben establecer unas reglas de juego, unas normas de uso de la inteligencia artificial que permitan cuidar mucho la privacidad y la confidencialidad de los datos. También hay que tener mucho cuidado con la gestión de la ética y de los sesgos

“ LA GENAI SUPONE UNA TRANSFORMACIÓN ORGANIZATIVA, PERO HAY QUE TENER UNA ESTRATEGIA DE ADOPCIÓN Y GESTIONAR LAS EXPECTATIVAS, NORMALMENTE REDUCIRLAS ”

LUIS VÁZQUEZ DE PARGA,
Global I&O Head of Transformation, **Holcim**

cognitivos que afectan a los resultados de la IA generativa”.

EL VIAJE DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL NO GENERATIVA A LA GENERATIVA

Los despliegues de IA generativa pueden contar con la referencia de los trabajos realizados con la inteligencia artificial no generativa o clásica. Unai Obieta, CIO & CDO de Phone House, recuerda la experiencia con la inteligencia artificial clásica, en la que “solo el 50% de

“ HAY QUE TENER UN EQUILIBRIO ENTRE EL USO DE LA IA GENERATIVA Y EL CONTROL DE LOS RIESGOS A LOS QUE TE PUEDES EXPONER ”

VÍCTOR CANO,
Chief Architect,
ING España & Portugal



Clica en la imagen para ver la galería

los modelos predictivos continúan operativo 4 ó 5 años después. El reto está en que el proyecto de IA generativa tenga unas bases sólidas, que pueda funcionar el día de mañana y que además sea mantenible. Además, hay que ver en qué casos concretos puede aportar valor la herramienta y si el caso de

negocio permite mantener el control de costes”.

En el caso de Alstom, ya llevan tiempo utilizando la IA clásica en elementos como el mantenimiento predictivo, la conducción autónoma de los trenes o el cálculo del flujo de pasajeros, además de los elementos incorporados en las fábricas para la optimización de los procesos. En el caso de la IA generativa, Álvaro Urech, director de Innovación de la compañía para España y Portugal, indica que están “implicados, pero con cautela, ya que es básico detectar los casos

“ LA IA GENERATIVA ES UN PROYECTO DE EMPRESA, NO DE TECNOLOGÍA. HAY QUE ESTABLECER UNA GESTIÓN DEL CAMBIO MUY POTENTE ”

ÁNGEL J. BÁSCONES,
CIO, **Ontier**



Clica en la imagen para ver la galería

donde se puede generar más valor, no todo tiene ser IA generativa. Hacemos pruebas, estamos aprendiendo, porque si no tienes una idea de cómo funciona, después es difícil elegir modelo o proveedor. Por seguridad, hemos cerrado el acceso a las plataformas públicas de inteligencia artificial generativa,

pero tenemos un despliegue interno de un Enterprise GPT y otras aplicaciones”.

Una especial atención a la seguridad que también es una de las claves del uso de la IA generativa en un entorno muy regulado como el asegurador. En Zurich Seguros, por ejemplo, piensan más en inteligencia artificial aumentada para mejorar la productividad y buscan casos de uso muy específicos. Ricard Guasch, Head of IT de la empresa, considera que “nuestro rol como responsables de TI es controlar la innovación constante. Si generamos obsolescencia de nuestras

“ CON LA IA CLÁSICA TRABAJABAS SOBRE CASOS DE USO DE EMPRESA. CON GENAI, EL CASO DE USO ES PARA CUALQUIERA ”

UNAI OBIETA,
CIO & CDO, **Phone House**



Clica en la imagen para ver la galería

soluciones de forma tan rápida, nunca recogemos los frutos de las implantaciones. No puedes ser tan innovador que no de tiempo a obtener los beneficios de la innovación”.

En empresas más jóvenes y digitales, como Destinia, “la adopción de la IA es más rápida y te enfrentas a los problemas de otra mane-

ra”, como señala Darío Rodríguez de Diego, CTO de la compañía. “Estamos trabajando más en la IA generativa, buscando los usos más adecuados, tanto internos como externos, con casos como la generación de contenidos, el apoyo a los empleados o la mejora de los servicios al cliente final”.

EN BUSCA DE LA EXCELENCIA EN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Luis Vázquez de Parga, Global I&O Head of Transformation de Holcim, explica que crearon “un centro de excelencia que guiase como un faro, que marcara conceptos de ética,



Clica en la imagen para ver la galería

privacidad y compliance para el desarrollo de la inteligencia artificial. Hemos creado una comunidad de IA abierta a todos los empleados, organizando hackatones, y gracias a ello nos han llegado muchísimas ideas para dar cabida a la IA generativa”.

Ferrovial tiene un plan muy robusto de implantación de la IA

“ EL FACTOR DIFERENCIAL DE LA IA GENERATIVA ES QUE TODO EL MUNDO ENTIENDE QUÉ HACE Y ES FÁCIL ENCONTRAR CASOS DE USO PARA EL CLIENTE FINAL ”

RICARD GUASCH,
Head of IT, **Zurich Seguros**

generativa, después de ocho años trabajando intensamente con la inteligencia artificial no generativa. Luis Carlos Prieto, Head of AI CoE de la compañía, indica que tienen “un roadmap a 4 años para la IA generativa. Estamos desarrollado para ello una plataforma propia, con una instancia privada, que integra capas como gobernanza, prompt catching, seguridad, orquestación, prompt routing o gestión de intenciones y permisos”. En cuanto a casos de uso, se centran en elementos que aportan valor real al negocio, como “analizar el go/no go de un proyec-

LUIS VAZQUEZ, HOLCIM

“La sostenibilidad debe ser una variable en los diseños y arquitecturas de IA”

La empresa de materiales de construcción Holcim demuestra cómo la inteligencia artificial generativa está llamada a transformar todo tipo de sectores. Holcim, con operaciones en todo el mundo, tiene una en la sostenibilidad y la economía circular

uno de los principales baluartes de la estrategia corporativa. Luis Vázquez, Global I&O Head of Transformation de Holcim, nos cuenta en esta entrevista cómo la inteligencia artificial, junto a otras tecnologías, ayuda a la compañía a cumplir con estos objetivos.



to, ahí es donde nos interesa contar con el apoyo de la IA”.

En el caso de empresas como ING España & Portugal, ya utilizaban de forma amplia la inteli-

gencia artificial clásica, por lo que la compañía ya contaba con una experiencia y una base sólida sobre la que implantar GenAI. Víctor Cano, Chief Architect de la com-

“ CON LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA SE HAN SIMPLIFICADO MUCHO LOS TIEMPOS DE DESARROLLO DE CÓDIGO ”

DAVID GÓMEZ,
Account Executive, **Appian**



Clica en la imagen para ver la galería

APLICACIONES PROHIBIDAS PARA LA IA

Siguiendo los pasos habituales para las legislaciones europeas, el pasado 13 de marzo la Ley de Inteligencia Artificial de la Unión Europea recibió el visto bueno de la Eurocámara. La norma debe pasar por un proceso de comprobación y ser adoptada formalmente por el Consejo Europeo antes de publicarse en el Diario Oficial. Entrará en vigor 20 días después y será de plena aplicación 24 meses después, con algunas excepciones: las prohibiciones 6 meses después,

pañía, cree que “la IA generativa ha venido para quedarse, hacernos más productivos, llegar más rápido y más lejos”. Eso sí, desde una amplia estrategia empresarial: “Para poder desarrollar GenAI a nivel corporativo, que esté embebida en todos los proyectos, necesitas sentar las bases en todos los ámbitos: datos, cultura, tecnología, procesos...”

“HEMOS HECHO TANGIBLE LA IA EN UN TELÉFONO MÓVIL. EL S24, QUE INCORPORA UN PROCESADOR NEURONAL, PUEDE HACER TRADUCCIÓN EN TIEMPO REAL DESDE EL DISPOSITIVO”

ENRIQUE MARTÍN,
Head of Business Development and Innovation for Large Enterprises and Public Administration, **Samsung**

con supervisión humana”. Entre ellos están algunos sistemas de las fuerzas de seguridad, la migración y la gestión aduanera, la justicia y los procesos democráticos, así como las infraestructuras críticas, la educación y la formación profesional, el empleo o servicios públicos y privados esenciales como la sanidad o la banca.

La ley prohíbe además aplicaciones de inteligencia artificial



Clica en la imagen para ver la galería

los códigos de buenas prácticas 9 meses después, las normas de la IA de uso general 12 meses y las obligaciones para sistemas de alto riesgo 36 meses.

Los sistemas de alto riesgo “deben evaluar y reducir los riesgos, mantener registros de uso, ser transparentes y precisos y contar

RESPONDIENDO A LOS RETOS DEL SECTOR

DAVID GÓMEZ, ACCOUNT EXECUTIVE DE APPIAN

“Nos vamos a integrar con las componentes de IA de terceros que están liderando el mercado, conviviendo con sus modelos”

David Gómez, Account Executive de Appian, considera que “el Estado del Arte en cuanto a inteligencia artificial en España está cada vez madurando más rápido. Nos encontramos con experiencias en el ecosistema que demuestran que aporta un valor añadido a las organizaciones con independencia del sector en el que estén”. En el desarrollo de la mesa redonda se ha podido ver, de hecho, como están afrontando el reto de la inteligencia artificial generativa empresas de perfiles muy diferentes.



Gómez defiende además una visión en la que “la inteligencia artificial debe ser un componente más en los flujos de trabajo y en el día a día de las organizaciones, donde no podemos perder de vista que los humanos, las tareas robóticas y las integraciones con otros sistemas deben

coexistir en un flujo de trabajo donde también participa una pieza de inteligencia artificial. Desde Appian apostamos por una inteligencia artificial privada, en el sentido de que los datos residan en el cliente, los modelos entrenen con datos del cliente y eso no se comparta con otros modelos”.

“ EN ENTORNOS CRÍTICOS NECESITAMOS UN SER HUMANO PARA TOMAR DECISIONES, PERO DEJAMOS QUE LA IA FLUYA EN PROYECTOS PILOTO ”

MANUEL PÉREZ,

Secure Power and User Sales Manager, **Schneider Electric**

que atenten contra los derechos de los ciudadanos. Entre ellas, se encuentran “los sistemas de categorización biométrica basados en características sensibles y la captura indiscriminada de imágenes faciales de internet o grabaciones de cámaras de vigilancia para crear bases de datos de reconocimiento facial”, así como el reconocimiento de emociones en el trabajo o la escuela, los esquemas de puntuación ciudadana, la actuación policial predictiva o la manipulación del comportamiento humano por medio de la IA.



Quizá el hecho de que en este lado del mundo se esté trabajando en un marco legislativo de este perfil contribuya a que la gente vea con menos temor la IA. O puede que, simplemente, las ventajas que supone esta tecnología estén muy por delante de los miedos que pueda provocar. Pero lo cierto es

RESPONDIENDO A LOS RETOS DEL SECTOR

ENRIQUE MARTÍN, HEAD OF BUSINESS DEVELOPMENT AND INNOVATION FOR LARGE ENTERPRISES AND PUBLIC ADMINISTRATION DE SAMSUNG

“Nos espera un futuro con inteligencia artificial mucho más potente, sencillo y eficiente, en el que todos vamos a estar empoderados”

Enrique Martín, Head of Business Development and Innovation for Large Enterprises and Public Administration de Samsung, indica que uno de los temas centrales del debate ha sido la escalabilidad de los sistemas de IA, particularmente ligada a la parte de costes. En el caso de Samsung, entre otras cosas utilizan la IA para “mejorar la seguridad en nuestra plataforma Samsung Knox” o “ayuda a los gestores de grandes parques de dispositivos a tener un mayor control con modelos predictivos nos van a permitir tener un parque



mucho más eficiente, controlado y seguro”.

Además, Martín recuerda que Samsung lleva la IA generativa al borde. “Los nuevos procesadores tienen esas capacidades que te permiten hacer traducción simultánea en tiempo real de una llamada, traducir un chat y poder hablar con otra persona

en otro lenguaje, grabar una reunión, transcribirla y hacer un pequeño resumen de esa reunión. Las capacidades están ligadas a empoderar las aplicaciones con inteligencia artificial, con una usabilidad que permita a cualquiera dotar de inteligencia artificial a una aplicación”.

que los temores en torno a la inteligencia artificial generativa poco a poco van desapareciendo de las encuestas y su aterrizaje en el entorno corporativo es una realidad.

El interés de todo tipo de sectores en la inteligencia artificial generativa ha agudizado un reto que ya estaba presente en el sector TIC: la escasez de talento. Además de la búsqueda y contratación de nuevo personal, muchas empresas están acelerando sus planes de formación para incrementar la capacitación interna, además de asociarse con las empresas que están trabajando en la evolución de la IA generativa para impulsar su desarrollo mutuo.

Escuchar a los empleados de todos los ámbitos para descubrir usos y aplicaciones de la IA generativa, identificar el business case concreto para desplegar soluciones con un objetivo concreto y cuantificable, mantener el control de los gastos y tener una estrategia de implantación de la inteligencia artificial amplia y coherente, capaz de gestionar el cambio cultural y las expectativas creadas, son algunas de las principales claves que marcarán el éxito en las operaciones de IA.

Junto a todo ello, el hecho de que haya un marco regulatorio

muy fuerte genera ciertas dudas. Por un lado, por la posibilidad de que suponga un freno para la innovación, como ha sucedido con otras tecnologías. Por otro, por la posible posición de Europa en desventaja competitiva con respecto a otros mercados menos regulados, como China o Estados Unidos. Pese a ello, grandes impulsoras de la IA como Microsoft se muestran favorables a los marcos regulatorios fuertes y además, en el caso de GenAI, la existencia de una regulación de este tipo cuenta con un importante respaldo social. ■

MÁS INFO +

- » [Las empresas españolas están en una fase incipiente de adopción de la IA generativa](#)
- » [El 43% de las empresas ya está invirtiendo en IA generativa](#)



COMPARTIREN REDES SOCIALES

RESPONDIENDO A LOS RETOS DEL SECTOR

MANUEL PÉREZ, SECURE POWER AND USER SALES MANAGER DE SCHNEIDER ELECTRIC

“Para que la IA dé valor, el dato tiene que estar bien contextualizado, tiene que fluir entre las diversas plataformas”

Manuel Pérez, Secure Power and User Sales Manager de Schneider Electric, indica que, con la IA generativa, “a nivel de optimización de procesos vemos una gran oportunidad. Está claro que al final cuando hablamos de optimización de procesos de IA aplicada a nuestra vida real, vamos a conseguir eficiencias. Pero hay un tema que es muy importante: el dato. El dato tiene que estar bien contextualizado, tiene que fluir entre las diversas plataformas y realmente esa es



la manera de que la IA vaya a dar valor en un futuro”. En cuanto al trabajo de Schneider en torno a la IA, Pérez señala que, “como proveedores de software, lo que queremos es ayudar a nuestros clientes principalmente en las fases de diseño y de

operación a tomar decisiones rápidas basadas en datos. Al final lo que hacemos con la IA es analizar datos, datos y más datos para poder tomar decisiones rápidas que nos ayuden a ser más eficientes o a evitar los problemas que puedan surgir”.

¿Está tu centro de datos preparado para el crecimiento de la IA?

Te ayudamos a rediseñar tu infraestructura física para adaptarla a las nuevas necesidades de la IA.

Descarga nuestra guía para **maximizar la IA** en tus centros de datos en los ámbitos de energía, refrigeración, racks y herramientas de software.

Life Is On

Schneider
Electric

Descarga la guía

