

Anuncios

Estudio de IBM: Los CEOs adoptan la IA generativa a medida que la productividad salta a la cima de sus agendas

Un 50% de CEOs afirma que ya está integrando la IA generativa en productos y servicios digitales, pero a más de la mitad (57%) de los CEOs encuestados le preocupa la seguridad de los datos y al 48% le preocupa la parcialidad o la exactitud de los datos

Menos de uno de cada tres (28%) CEOs encuestados ha evaluado el impacto potencial de la IA generativa en sus plantillas y el 36% afirma que tiene previsto hacerlo en los próximos 12 meses

En España, la modernización tecnológica y la sostenibilidad son las principales prioridades para los CEOs, seguidas de la experiencia de cliente y la productividad



ARMONK, Nueva York, 27 de junio de 2023 - Un nuevo estudio del IBM (NYSE:IBM) [Institute for Business Value](#) ha revelado que casi la mitad de los CEOs encuestados a nivel global identifica la productividad como su principal prioridad empresarial, frente al sexto puesto que ocupaba en 2022. Asimismo, reconocen que la modernización tecnológica es clave para alcanzar sus objetivos de productividad, situándola como segunda prioridad a nivel global y la primera entre los CEOs de España. Sin embargo, los CEOs pueden enfrentarse a barreras clave en su carrera por modernizarse y adoptar nuevas tecnologías como la IA generativa.

El estudio anual de CEOs*, [CEO decision-making in the age of AI, Act with intention](#), mostró que tres cuartas partes de los CEOs encuestados creen que la ventaja competitiva dependerá de quién tenga la IA generativa más avanzada. Sin embargo, los ejecutivos también están sopesando los posibles riesgos o barreras de esta tecnología como son los sesgos, la ética y la seguridad. Más de la mitad (57%) de estos ejecutivos encuestados está preocupado por la seguridad de los datos y al 48% le preocupa la parcialidad o la exactitud de los datos.

“ La IA generativa puede reducir los obstáculos para la adopción de la IA y la mitad de los CEOs encuestados está explorándola activamente para impulsar una nueva ola de productividad, eficiencia y calidad de servicio en diversos sectores. Los CEOs deben evaluar sus requisitos empresariales en torno a la privacidad de datos, la

También existe una desconexión entre los CEOs y sus equipos en lo que respecta al grado de preparación para adoptar la IA. La mitad (50%) de los CEOs encuestados afirma que ya está integrando la IA generativa en productos y servicios, y el 43% afirma que la utiliza para fundamentar decisiones estratégicas. Sin embargo, sólo el 29% de sus equipos ejecutivos está de acuerdo en que tiene la experiencia interna para adoptar la IA generativa; y solo el 30% de los altos ejecutivos encuestados que no son CEOs dice que su organización está preparada para adoptar la IA generativa de manera responsable.

protección a la propiedad intelectual, la seguridad, la responsabilidad algorítmica y la gobernabilidad para poder planificar el despliegue de casos prácticos emergentes de IA generativa a escala. ”

“La IA generativa puede reducir los obstáculos para la adopción de la IA y la mitad de los CEOs encuestados está explorándola activamente para impulsar una nueva ola de productividad, eficiencia y calidad de servicio en diversos sectores,” dijo Jesús Mantas, Global Managing Partner, IBM Consulting. “Los CEOs deben evaluar sus requisitos empresariales en torno a la privacidad de datos, la protección a la propiedad intelectual, la seguridad, la responsabilidad algorítmica y la gobernabilidad para poder planificar el despliegue de casos prácticos emergentes de IA generativa a escala”.

Las principales conclusiones del estudio, **a nivel global y en España**, son:

1.- Los CEO afirman que la productividad –y la tecnología que ayudará a conseguirla– es una prioridad acuciante

- A nivel global, casi la mitad (48%) de los CEO encuestados señala la productividad como la principal prioridad de su organización, frente al sexto puesto que ocupaba en 2022; la modernización tecnológica es la segunda prioridad (45%), pero los CEOs también indican que se encuentra entre sus principales retos.
- Respecto a las principales prioridades para los directores generales españoles, la modernización tecnológica y la sostenibilidad ocupan el primer puesto (ambos con 50%), seguidas de la experiencia de cliente (44%) y la productividad (42%).
- Asimismo, la sostenibilidad y la modernización tecnológica también suponen los mayores retos para sus organizaciones de cara a los próximos 2-3 años (ambos con un 43%), seguidos de la ciberseguridad y la protección de datos (41%) como el tercer mayor desafío para los CEOs españoles.
- Por cuarto año consecutivo, los CEOs encuestados, tanto a nivel global como en España, afirman que los factores tecnológicos siguen siendo la principal fuerza externa que afectará a su organización en los próximos tres años (un 51% en el caso de España). También recibieron una importante consideración la ciberseguridad (40%), los factores regulatorios y los factores de mercado (ambos con un 38%) como fuerzas externas que los CEOs españoles esperan tendrán un impacto en sus organizaciones.

2.- Los CEOs tienen cada vez más en cuenta a los líderes operativos, tecnológicos y de datos como responsables de la toma de decisiones estratégicas

Asimismo, el estudio arrojó los siguientes datos:

- Cuando se les preguntó qué miembros de la alta dirección (C-Suite) tomarán las decisiones más cruciales en los próximos tres años, los CEOs encuestados señalaron a los COOs (62% a nivel global y 59% en España) y a los CFOs (52% a nivel global y 43% en España).
- La influencia de los líderes tecnológicos en la toma de decisiones es cada vez mayor: el 38% de los CEOs encuestados a nivel global señala a los CIOs (frente al 19% de hace un año), seguidos de los Chief Technology o Chief Digital Officer (30%) como responsables de tomar las decisiones más cruciales en su organización.

- Los CEOs españoles encuestados coinciden y el 38% señala a los CIOs, seguidos de los Chief Technology o Chief Digital Officer (28%) y los Chief Data Officer (28%) como responsables de tomar las decisiones más cruciales en su organización.

3.- Un estudio aparte llevado a cabo entre 200 CEOs estadounidenses de empresas multinacionales arrojó que los CEOs están preparados para adoptar la IA generativa, pero otros ejecutivos tienen dudas

- Tres de cada cuatro (75%) CEOs encuestados creen que la organización con la IA generativa más avanzada tendrá una ventaja competitiva.
- La mitad (50%) de los CEOs encuestados afirmó que ya está integrando la IA generativa en productos y servicios; el 43% dice que está utilizando la IA generativa para fundamentar decisiones estratégicas y el 36% utiliza la tecnología para decisiones operativas.
- Mientras que el 69% de los CEOs encuestados a nivel global ve amplios beneficios de la IA generativa en toda su organización, sólo el 29% de sus equipos ejecutivos (no CEOs) está de acuerdo en que tienen la experiencia interna para adoptar la IA generativa de forma responsable.
- Sólo el 30% de los altos ejecutivos encuestados que no son CEOs dice que su organización está preparada para adoptar la IA generativa de manera responsable.

4.- La IA generativa está impulsando cambios en la fuerza laboral, pero el análisis más detallado de su impacto en la fuerza laboral está rezagado

- Alrededor del 43% de los CEOs encuestados afirma haber reducido o redistribuido su plantilla debido a la IA generativa, y un 28% más indica que tiene previsto hacerlo en los próximos 12 meses.
- Al mismo tiempo, el 46% de los CEOs encuestados ha reclutado a más empleados debido a la IA generativa y el 26% afirma que tiene previsto realizar más contrataciones en el futuro.
- Sin embargo, menos de un tercio de los CEOs (28%) encuestados ha evaluado el impacto potencial de la IA generativa en sus plantillas, y el 36% afirma que tiene previsto hacerlo en los próximos 12 meses.

Para consultar el estudio completo, visite: <https://ibm.co/c-suite-study-ceo>.

Para saber más sobre las principales tendencias y apuestas estratégicas que están haciendo los líderes empresariales para impulsar la productividad, visite <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/en-us/report/seven-bets>.

***Metodología del estudio**

El IBM Institute for Business Value, en colaboración con Oxford Economics, entrevistó a 3.000 CEOs de más de 30 países y 24 sectores como parte de la 28ª edición de la serie IBM C-Suite Study. Estas conversaciones se centraron en las perspectivas de los ejecutivos sobre el liderazgo y los negocios; sus funciones y responsabilidades cambiantes; y la toma de decisiones de los CEO en la actualidad, incluidos los principales retos y oportunidades, su uso de la tecnología, los datos y las métricas, y sus visiones de futuro. El IBM Institute for Business Value también realizó una encuesta entre 200 CEO de Estados Unidos sobre

sus respuestas a la IA generativa.

El IBM Institute for Business Value, el think tank de liderazgo de pensamiento de IBM, combina investigación global y datos de rendimiento con la experiencia de los pensadores de la industria y los principales académicos para ofrecer ideas que hacen que los líderes empresariales sean más inteligentes. Para más información sobre liderazgo intelectual de primera clase, visite: www.ibm.com/ibv.

Acerca de IBM

IBM es un proveedor líder de nube híbrida global e IA, y de experiencia en consultoría. Ayudamos a clientes de más de 175 países a capitalizar los conocimientos de sus datos, agilizar los procesos empresariales, reducir costes y obtener una ventaja competitiva en sus sectores. Más de 4000 entidades gubernamentales y corporativas en áreas de infraestructura crítica como servicios financieros, telecomunicaciones y atención médica confían en la plataforma de nube híbrida de IBM y Red Hat OpenShift para afectar sus transformaciones digitales de manera rápida, eficiente y segura. Las revolucionarias innovaciones de IBM en IA, computación cuántica, soluciones de nube específicas del sector y consultoría ofrecen opciones abiertas y flexibles a nuestros clientes. Todo ello respaldado por el legendario compromiso de IBM con la confianza, la transparencia, la responsabilidad, la inclusividad y el servicio. Visite www.ibm.com para obtener más información.

For further information: Miguel Gimenez de Castro. Dpto. Comunicación. Miguel.gimenezdc@ibm.com
