

La inteligencia artificial se afianza como la prioridad de los directivos

INFORME ACCENTURE/ La mayor parte de las empresas internacionales acentúan la inversión en inteligencia artificial respecto a otras tecnologías, con el fin de mejorar la resiliencia operativa en el actual entorno de mercado.

Jesús de las Casas, Madrid

El 73% de las empresas de todo el mundo está dando prioridad a la inteligencia artificial sobre otras inversiones en tecnologías digitales. Su objetivo es alcanzar una mejora de la resiliencia operativa en un entorno tan incierto y cambiante como el actual, según destaca el nuevo informe Reinventando las operaciones empresariales, elaborado por Accenture a partir de encuestas a 1.700 directivos de 12 países y 15 sectores diferentes.

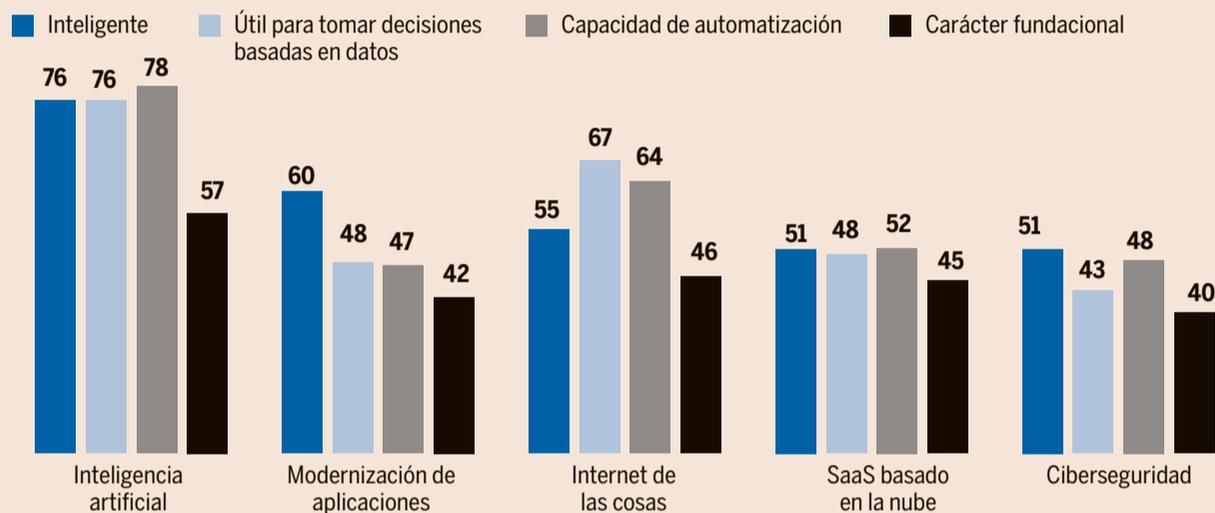
Como refleja el estudio, nueve de cada diez directivos que llevan a cabo estas inversiones en inteligencia artificial lo hacen para abordar aspectos relacionados con la resiliencia operativa. Este enfoque abarca desde capacidades basadas en los datos, como la contabilidad y la gestión con los proveedores, hasta las facetas más experimentales como la inteligencia artificial generativa.

Áreas de mejora

En España, los directivos afirman que es necesario aplicar las innovaciones tecnológicas en las áreas en las que están invirtiendo: principalmente la cadena de suministro, la estrategia de negocio, la experiencia de cliente y el ámbito financiero. Asimismo, un 10% de los encuestados en España opina que la tecnología es clave para la transformación verde de sus empresas y para

LAS CINCO PRINCIPALES TECNOLOGÍAS DE FUTURO

Según su potencial para impulsar el crecimiento de las empresas



Expansión

Fuente: Accenture

la consecución de los objetivos fijados en materia de sostenibilidad.

El informe de Accenture evalúa la madurez operativa de las organizaciones en seis puntos clave: inteligencia artificial, datos, procesos, talento, colaboración y experiencias de las partes interesadas. Son muy pocas empresas –alrededor del 9%– las que demostraron tener madurez en todos estos frentes, pero sus ventajas competitivas son claras: estas compañías multiplicaron por 1,4 su margen operativo respecto a las demás, aceleraron la innovación en un 42%, mejoraron la sosteni-

NEREA IDRIN
‘Managing director’ de Operaciones de Accenture en España, Portugal e Israel

“Aplicar de manera sostenible las palancas que ofrece la tecnología impulsa a nuevas fronteras de rendimiento”

bilidad en un 34% y mejoraron los índices de satisfacción de sus clientes en un 30%.

“Aplicar de manera sostenible las palancas que ofrece la tecnología –mientras se avanza en talento, datos y procesos– es lo que impulsa hacia una nueva frontera de rendimiento”, considera Nerea Idirin, *managing director* de Operaciones de Accenture en España, Portugal e Israel.

Respecto a las estrategias de talento y su reflejo en la madurez digital y de datos, las empresas alcanzan una productividad media casi tres veces mayor cuando priorizan la formación y las habilidades

especializadas para abordar las necesidades de talento. A esto se suman las inversiones realizadas las nuevas formas de trabajo y aquellas orientadas a aumentar el talento especializado y técnico en los próximos tres años, que destaca la mayor parte de los encuestados.

Como concluye Yusuf Tayob, director ejecutivo del grupo de Operaciones de Accenture global, “todos los consejeros delegados están bajo presión para digitalizar más rápido, poner más resiliencia en el negocio y encontrar nuevas vías de crecimiento”.

La ventaja de optimizar las operaciones

9%

El 9% de las compañías con un índice de madurez más alto en sus operaciones registran una serie de ventajas en términos de rendimiento respecto a las demás empresas:

1,4x

Obtienen un margen operativo aproximadamente 1,4 veces más alto que el resto.

42%

Son un 42% mejores a la hora de innovar en sus productos y en sus procesos.

34%

Alcanzan un 34% de mejora en eficiencia energética y reducción de huella de carbono.

30%

La experiencia que ofrecen satisface a los usuarios un 30% más que las demás.

Medidas para mejorar el rendimiento en las compañías

1 Muchas empresas han alcanzado un alto nivel de madurez en la aplicación de la automatización a procesos como la facturación, las nóminas o la gestión de proveedores, pero afrontan resistencias en otras áreas. Una de las claves para reinventar las operaciones y alcanzar incrementos de eficiencia radica en humanizar las experiencias vinculadas a la inteligencia artificial. Esto implica explorar nuevos casos de uso para mejorar los resultados de la experiencia y simplificar las relaciones tanto con empleados como con clientes.

2 En materia de gestión de los datos, es importante que las compañías definan una estrategia clara que permita gobernar cómo se crean, recopilan y enriquecen. En este proceso, debe fomentarse el debate a escala interna y hacer un esfuerzo para eliminar cualquier sesgo, con el fin de extraer los aprendizajes que resulten más útiles para guiar la toma de decisiones. El gran desafío es hacer frente a la sobredosis de datos para extraer lecciones que resulten verdaderamente fiables.

3 Los procesos empresariales y las tareas asociadas tienden a adquirir una complejidad no deseada con el paso del tiempo. En este sentido, aplicar conocimientos basados en la inteligencia artificial para descubrir nuevas vías de eficiencia y simular cambios de escenario es una fórmula para optimizar la mejora de los procesos empresariales. Entre otras tecnologías, los gemelos digitales se han convertido en una ventana de transparencia y un modo de iluminar el funcionamiento interno de una empresa.

4 La próxima ola de transformación empresarial implica pasar de la creación de capacidades digitales aisladas a la construcción de los cimientos de una nueva realidad, a medias entre el mundo físico y el digital. Esta transición, sin embargo, es extremadamente compleja para organizaciones cuyos equipos tienen distintas experiencias y habilidades. Por ello, es fundamental fomentar la agilidad dentro de la estrategia de plantilla y proporcionar a los empleados distintas herramientas tecnológicas para satisfacer sus necesidades.

5 Las organizaciones deben adoptar un nuevo enfoque de 360°, que pasa por el impulso a la creación de valor de forma holística. Para conseguirlo, es necesario apostar por ello desde la base y en todas las áreas fomentando el uso de información basada en los datos de los clientes, los empleados y otros actores del ecosistema. Atender a esta perspectiva global es la única vía para que puedan acceder al talento necesario y explotar en última instancia el potencial creativo de sus empleados.