

# IA: oportunidades y retos para las empresas

**Joaquín López Pascual  
y Salvador Cruz Rambaud**

La inteligencia artificial (en adelante, IA) puede definirse como la implementación de la inteligencia humana en máquinas que son capaces de pensar y aprender como humanos, utilizando para ello sistemas informáticos y algoritmos, siendo también capaces de desarrollar un proceso de autoaprendizaje que les permita realizar tareas tradicionalmente reservadas para el hombre.

En efecto, los sistemas impulsados por IA pueden ayudar a automatizar determinadas tareas humanas, especialmente las más repetitivas, que consumen mucho tiempo. Entre otras muchas otras aplicaciones, podemos citar la entrada de datos, la percepción de voz e imágenes, el reconocimiento y atención al cliente o la traducción de idiomas. Esta redistribución de la actividad permite a las empresas liberar gastos, identificando y solucionando cuellos de botella e ineficiencias que limitan el crecimiento y la escalabi-

lidad de sus negocios.

En una reciente publicación, titulada *Artificial intelligence-driven scalability and its impact on the sustainability and valuation of traditional firms*, en la revista *Humanities and Social Sciences Communications* se aborda el impacto de la IA en los márgenes económicos y financieros de las empresas, particularmente en la mejora de sus ingresos y la minimización de gastos.

El estudio, basado en una metodología que emplea planes de negocios, demuestra que los ahorros generados por la IA impactan en determinados parámetros clave para las empresas, proporcionando beneficios económicos y sostenibilidad financiera. Este impacto se determina mediante el análisis del Ebitda (acrónimo de beneficio antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización) como indicador de dichos márgenes financieros y económicos empresariales.

La conclusión es clara: el impacto de la IA es positivo tanto en el valor de mercado y escalabilidad empresarial como en la sostenibilidad financiera de las empresas. En efecto, la IA puede ser una herramienta muy útil para ayudar a las empresas

a identificar nuevas oportunidades de crecimiento e innovación, a través de tendencias y patrones muy difíciles de detectar con los métodos tradicionales, generando nuevos productos y servicios más innovadores y ajustados a las necesidades reales de los clientes.

Las nuevas oportunidades y posibilidades que trae consigo la IA, como señalamos en nuestro estudio, son infinitas pudiéndose destacar entre otras las siguientes:

- La eficiencia operativa y la automatización, especialmente de tareas repetitivas, optimizando así procesos y reduciendo el error humano.
- La relación personalizada con los clientes, dado que la IA permite a las empresas analizar grandes cantidades de datos de sus clientes, personalizando su relación con los mismos. Obviamente, todo ello repercute en una mayor satisfacción y lealtad del cliente, además de poder incrementar las ventas.
- La aceleración en la creación de nuevos productos, más innovadores, que generen nuevas fuentes de ingresos.
- La toma de decisiones basada en datos proporcionados en tiempo real que permitan generar tendencias que

mejoren las decisiones estratégicas.

• La disrupción y competencia a la que las empresas tradicionales se enfrentan por la aparición de nuevas firmas competidoras que ya nacen con IA y capacidades digitales plenas. Todo ello supondrá que las empresas necesiten adaptar sus modelos de negocio integrando la IA para responder a la dinámica cambiante del mercado.

• La innovación que incorpora la IA, permitiendo nuevos modelos de negocio antes inviables. Por ejemplo, modelos basados en suscripción, precios basados en resultados y datos en tiempo real.

• La colaboración de empresas tradicionales con startups de IA, implementando la innovación en sus operaciones. Estas colaboraciones pueden ayudar a aprovechar la experiencia y las tecnologías externas para impulsar los modelos de negocio.

• La transformación de la fuerza laboral, integrando la IA en procesos de negocio, para lo que se requerirá una mayor inversión en programas de formación y creación de una cultura que abraza el cambio tecnológico.

• Las consideraciones éticas y regulatorias que aparecen con la IA,

planteando nuevos desafíos éticos y regulatorios (privacidad, transparencia, etc.) que deben abordarse cuidadosamente.

• Finalmente, la adopción y desarrollo de modelos de ciberseguridad que garanticen la protección de datos sensibles ante posibles ciberataques.

En definitiva, la IA ofrece un nuevo y amplio mundo de oportunidades, ventajas, retos y evolución empresarial que dependerá de múltiples factores como son el sector, el tamaño empresarial, la dinámica del mercado y, sin duda, la proactividad de la empresa en su grado de integración de la IA.

No cabe la menor duda de que la IA puede mejorar la eficiencia, reduciendo costes y descubriendo oportunidades de crecimiento, pudiendo impulsar un crecimiento sostenible y acelerado en el cambiante panorama digital. A medida que las tecnologías de IA evolucionen y maduren iremos viendo su potencialidad, para remodelar, significativamente, la forma en que las empresas operan, crean valor y se relacionan con sus clientes.

**Catedráticos de Economía  
Financiera y Contabilidad de la  
Universidad Rey Juan Carlos y de la  
Universidad de Almería.**