

La dimensión humana de la IA



Por Juanjo Cano,
presidente
de KPMG en
España

La inteligencia artificial ha irrumpido en el mundo en un momento especialmente exigente para el tejido productivo. El entorno económico acumula una serie de tensiones geopolíticas y volatilidad en el comercio global. Vivimos un periodo de incertidumbre, marcado por crisis sucesivas, que se ha tensionado aún más con los conflictos bélicos recientes. En un escenario así, la tecnología es un elemento disruptivo y una oportunidad para replantear qué tipo de empresa y, en sentido más amplio, qué sociedad se quiere construir y sobre qué fundamentos.

Buen ejemplo de ello es la integración de la IA, que avanza con paso decidido, consolidándose como una herramienta que amplifica capacidades y genera valor, ya que permite automatizar tareas repetitivas y dedicar más tiempo a aquellas que son diferenciales y aportan más al cliente.

De hecho, según la última edición del informe KPMG Global Tech Report, el 65% de las empresas españolas ya generan valor empresarial a partir de casos de uso de la IA y cerca de una de cada cuatro obtiene rentabilidad en múltiples casos.

La integración de la IA, sin embargo, no debe entenderse como una merma de la dimensión humana de la empresa. A decir verdad, estos resultados no se habrían alcanzado sin la acción de los profesionales de las compañías.

En KPMG creemos que cuanto más peso tiene la IA, más necesarias serán capacidades como el pensamiento crítico, la reflexión o la creatividad para transformar las aportaciones de esta tecnología en resultados tangibles. Los equipos del futuro serán híbridos, pero el corazón seguirá siendo humano.

Un salto cualitativo

Nuestro gran desafío como una empresa en la que trabajan más de 6.400 personas es cómo hacer más humana a la organización en un entorno atravesado por la integración de la IA y el análisis avanzando de datos. Es aquí donde empieza a tomar forma la idea de regeneración empresarial. No se trata de adaptarse a una nueva herramienta, sino de aprovechar este momento para dar un salto cualitativo. Regenerarse implica revisar la estrategia, transformar la forma de trabajar y actualizar los valores que la sostienen.

En KPMG hemos puesto en marcha un

programa para capacitar a todos nuestros empleados en el uso de la inteligencia artificial. La iniciativa arrancó el año pasado y continúa a lo largo de este ejercicio. En total, hemos impulsado más de 140.000 horas de formación en IA. Se trata de un proceso de renovación de conocimiento que aspira a mejorar la empresa en su conjunto.

Aunado a ello, hemos actuado como cliente cero en el despliegue de distintos sistemas de IA, lo que ha permitido validarlos en entornos reales y asegurar tanto su fiabilidad como la calidad del servicio ofrecido. Y no solo eso.

También hemos desarrollado un enfoque propio, KPMG Trusted AI, para ayudar a las organizaciones a utilizar soluciones de IA seguras, éticas, confiables y transparentes, incorporando el cumplimiento de los requisitos normativos y la gestión del riesgo tecnológico.

No podemos olvidar que la integración de la IA obliga a definir mejor cómo se toman las decisiones y cómo se garantiza un uso responsable. Y esto implica incidir en la capacitación de los profesionales, en el desarrollo de marcos éticos que acompañen el despliegue tecnológico y en la definición de controles que garanticen la de los sistemas. Y es que la innovación por sí sola no acelera los cambios: son nece-



sarios estos elementos los que le dan consistencia y forma.

También hay que recordar que la IA reconfigura el modelo de trabajo dentro de las organizaciones. La incorporación de sistemas inteligentes no consiste solo en sumar herramientas, exige reorganizar procesos y redefinir roles dentro la organización. Nuestra experiencia demuestra que el liderazgo, la cultura y la gestión del talento condicionan de forma decisiva los resultados.

Y por ello, aspectos como la formación y la propuesta de valor al empleado no pueden desligarse de cualquier estrategia de integración de IA. Así se construyen equipos más implicados, con mucha más capacidad de adaptación y más alineados con un proyecto común.

Además, la dimensión humana de la IA implica también el impacto positivo que esta tecnología puede generar en la sociedad. Y este va más allá de eficiencia y productividad: la mejora del bienestar y de la salud, la creación de oportunidades de prosperidad o el impulso a la innovación también son susceptibles de alcanzar nuevas cotas gracias a la integración de la IA.

Y precisamente estas oportunidades nacen cuando la transformación se apoya en valores. De hecho, en un entorno competitivo como el actual, en el caso de las organizaciones europeas esos valores constituyen un elemento diferencial.

Capacidades propias

Es un hecho que Europa se ha quedado rezagada en la primera ola de digitalización a principios de este milenio. Pero es un error intentar alcanzar a otras potencias haciendo lo mismo que ellas. La clave será desarrollar capacidades propias apoyándonos en aquellos ámbitos y sectores en los que el bloque comunitario es más competitivo, como la agricultura, los procesos industriales o el turismo, y en aquellos en los que urge más serlo, como la salud o la defensa.

No solo conseguiremos hacer de la IA un motor de crecimiento, sino también una palanca para avanzar en la autonomía estratégica en un momento de crisis del multilateralismo y un contexto internacional más convulso.

Pero seríamos muy inocentes si no fuésemos conscientes de la complejidad que supone transformar la forma de trabajar porque supone una nueva forma de comportarnos en sociedad. Y hay quien habla de un impacto similar a la de la Revolución Industrial.

Y para que este proceso conduzca a un escenario de beneficios compartidos será fundamental seguir alimentando la colaboración público-privada y el diálogo entre los agentes sociales.

En definitiva, lejos de confrontarse, la tecnología y la dimensión humana avanzan juntas. La inteligencia artificial aporta escala y precisión, mientras que las personas dan criterio, responsabilidad y propósito. De esa combinación surge una empresa nueva, capaz de reinventarse.

La tecnología es un elemento disruptivo y una oportunidad para replantear qué tipo de empresa y qué sociedad se quiere construir

La IA aporta escala y precisión; las personas dan responsabilidad, criterio y propósito