

DITRENDIA

# INFORME IA 2025

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

EN ESPAÑA Y EL MUNDO

# ÍNDICE

## 01. ESTADÍSTICAS DE IA

- ▶ Tamaño del mercado de la IA **5**
- ▶ ¿Estamos preparados? **9**
- ▶ Impacto de la IA en la economía **11**

## 02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA

- ▶ Adopción de la IA **14**
- ▶ Uso de la IA en las organizaciones **15**
- ▶ Uso de la IA en las empresas españolas **25**

## 03. IA EN MARKETING

- ▶ Adopción de la IA en marketing **31**
- ▶ Impacto de la IA en los resultados de marketing **42**
- ▶ El futuro de la IA en marketing **45**

## 04. IA EN BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS

- ▶ Adopción de la IA en el sector financiero **47**
- ▶ Adopción de la IA en el sector financiero español **55**
- ▶ El futuro de la IA en banca y finanzas **56**

## 05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

- ▶ Adopción de la IA en el sector asegurador **58**
- ▶ Adopción de la IA en el sector asegurador en Europa **65**
- ▶ Adopción de la IA en el sector asegurador en España **68**

Con el apoyo de:



# INTRODUCCIÓN

**La Inteligencia Artificial-IA avanza rápidamente, consolidándose en nuestras actividades diarias y transformando industrias.**

Desde asistentes virtuales hasta modelos avanzados de lenguaje, la IA está redefiniendo el futuro, extendiéndose prácticamente a todos los ámbitos, abriendo nuevas oportunidades e impulsando innovaciones.

En el último año, las conversaciones sobre inteligencia artificial generativa, grandes modelos de lenguaje y herramientas avanzadas de automatización han acaparado titulares, dejando claro que estamos en una nueva etapa de adopción y comprensión de estas tecnologías.

En DITRENDIA, llevamos años analizando las tendencias que impactan el mercado digital,

desde nuestro Informe de Internet iniciado en 2001 hasta nuestro Informe Mobile de 2014.

Con esta **nueva edición de nuestro Informe IA** queremos proporcionarte una visión completa y actualizada de cómo la inteligencia artificial está moldeando el futuro. Nuestro objetivo es ofrecerte datos relevantes, casos de éxito y análisis que te ayuden a comprender el potencial de la IA y cómo aprovecharlo en tus estrategias de marketing y ventas digitales.

Porque en una era en la que la IA cambia las reglas, queremos acompañarte en esta evolución y ayudarte a aprovechar todo su potencial.

01.

# ESTADÍSTICAS DE IA

## 01. ESTADÍSTICAS DE IA

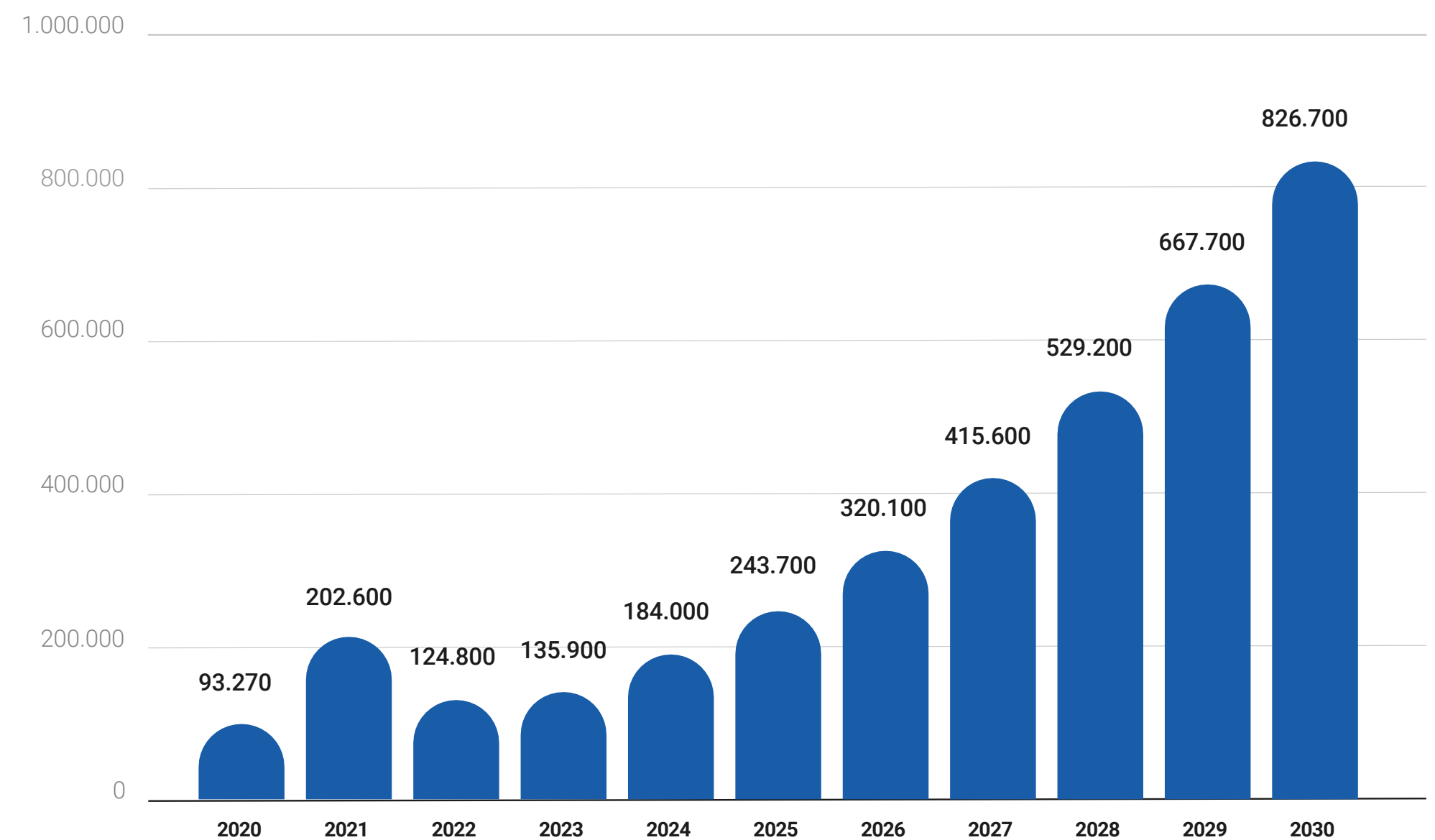
TAMAÑO DEL  
MERCADO  
DE LA IA

El mercado de la IA está en plena expansión y su impacto será cada vez más visible en las operaciones empresariales a nivel mundial, generando nuevas oportunidades de negocio y cambiando la forma en que interactuamos con la tecnología.

Si en 2020 el tamaño del mercado era de aproximadamente 93.270 millones de dólares, esta cifra alcanza los 184.000 millones de dólares en 2024 y se espera que continúe este rápido crecimiento con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 36,6% hasta 2030, año en que alcance los 826.700 millones de dólares, impulsado por avances tecnológicos y una mayor adopción en diversas industrias.

## Tamaño del mercado de la IA a nivel mundial 2020-2030

En miles de millones de dólares



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Statista Market Insight

## 01. ESTADÍSTICAS DE IA TAMAÑO DEL MERCADO DE LA IA

## Tamaño del mercado de la IA por soluciones

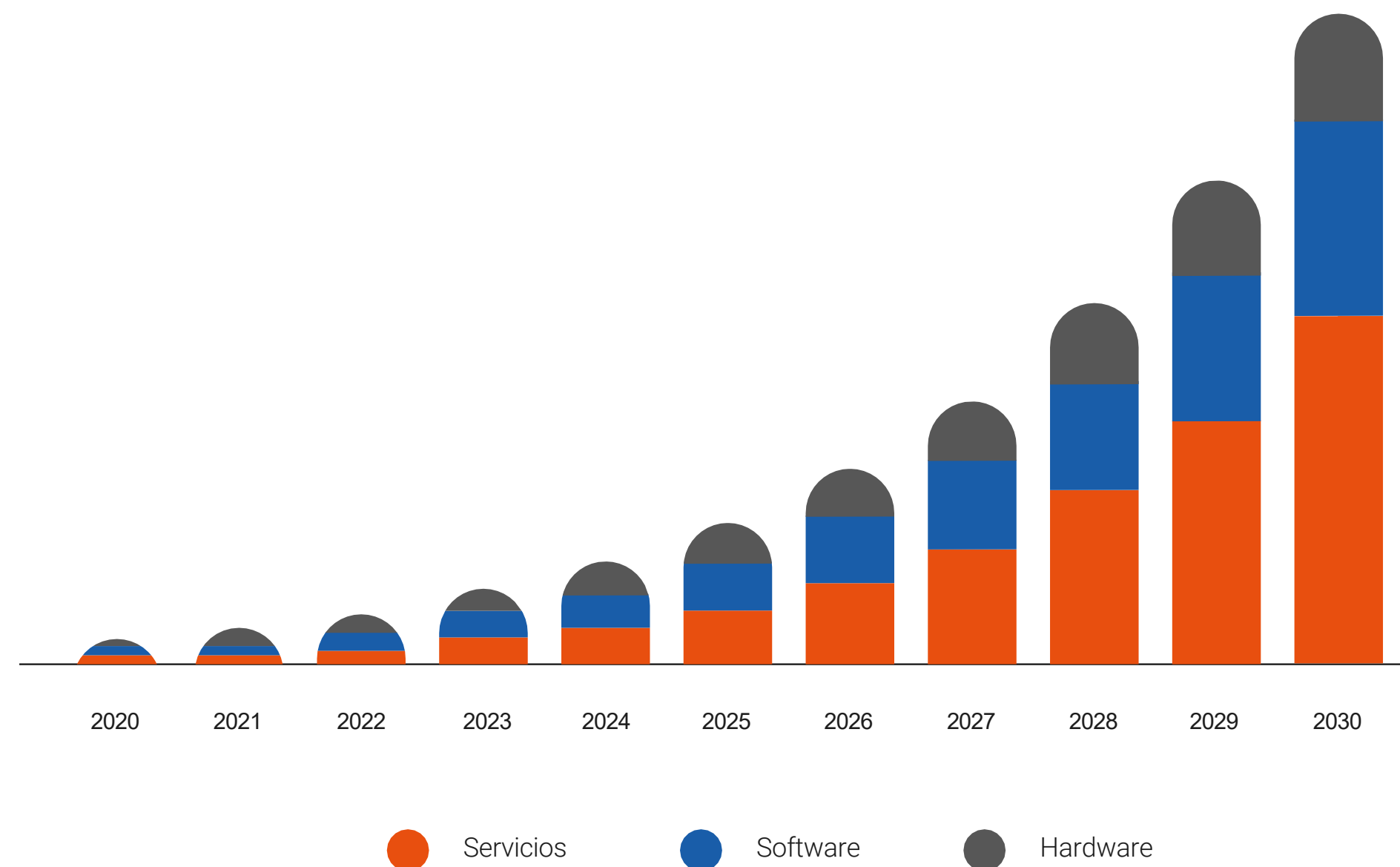
En miles de millones de dólares

Segmentando los datos por **soluciones (servicios, software y hardware)** la proyección muestra un aumento significativo en la demanda de software y hardware, siendo estos componentes clave para el desarrollo y la implementación de soluciones de IA a escala global.

Además, **los servicios** relacionados con la inteligencia artificial, como la **integración y el soporte técnico, seguirán creciendo**, como reflejo del aumento en la adopción de IA en diversos sectores empresariales y gubernamentales.

Esto puede atribuirse al **aumento de aplicaciones de IA** en sectores como **salud, finanzas, comercio minorista, y logística**, donde se está utilizando para mejorar la automatización, la eficiencia y la personalización.

La proliferación de modelos de IA generativa y aprendizaje automático **también impulsará la demanda de infraestructura y servicios tecnológicos avanzados.**



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Grand View Research

## 01. ESTADÍSTICAS DE IA TAMAÑO DEL MERCADO DE LA IA

## Tamaño del mercado de la IA por sector de uso final

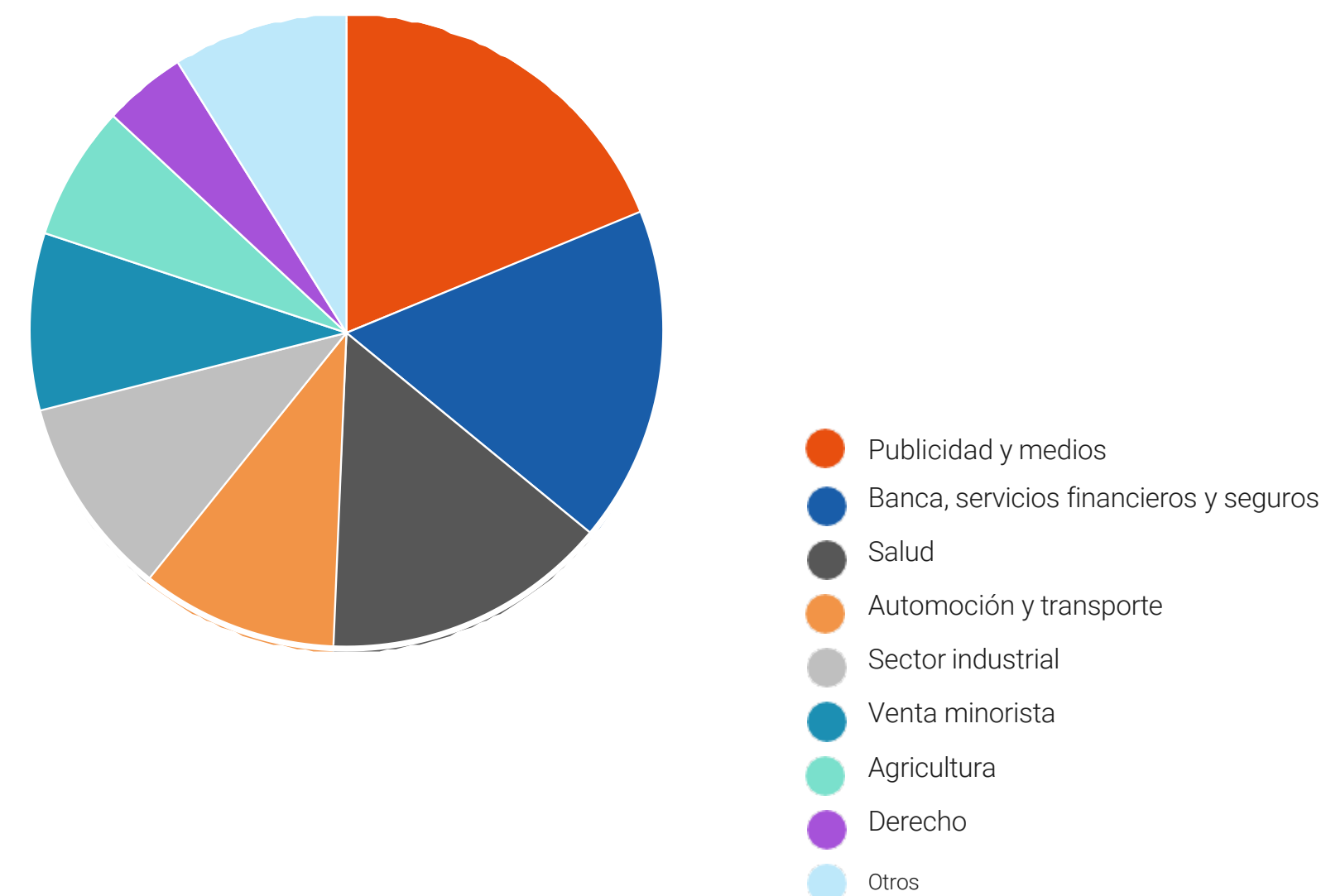
En %

La versatilidad de la IA está transformando de manera significativa diversas industrias, mejorando la eficiencia operativa y abriendo nuevas oportunidades de crecimiento en múltiples sectores.

En términos de la adopción de la IA, el **sector líder es el de la publicidad y medios** donde se utiliza principalmente para la personalización de contenido, análisis de datos de consumidores y automatización de campañas publicitarias. **banca, servicios financieros y seguros** es otro de los sectores que más ha adoptado el uso de la IA, principalmente para la mejora de la detección de fraudes, la automatización procesos de crédito y la optimización de la gestión de riesgos.

En el ámbito de la **salud**, la IA ha sido fundamental para avanzar en el diagnóstico médico, la personalización de tratamientos y la investigación clínica. Además, la **industria automotriz y de transporte** está integrando IA en tecnologías de vehículos autónomos, optimización de rutas y gestión de flotas.

Otros sectores clave son el **industrial**, donde la IA se utiliza para la automatización de procesos y mantenimiento predictivo **y el comercio minorista (retail)** donde se emplea principalmente para la personalización de experiencias de compra y la optimización del inventario.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Grand View Research

## 01. ESTADÍSTICAS DE IA TAMAÑO DEL MERCADO DE LA IA

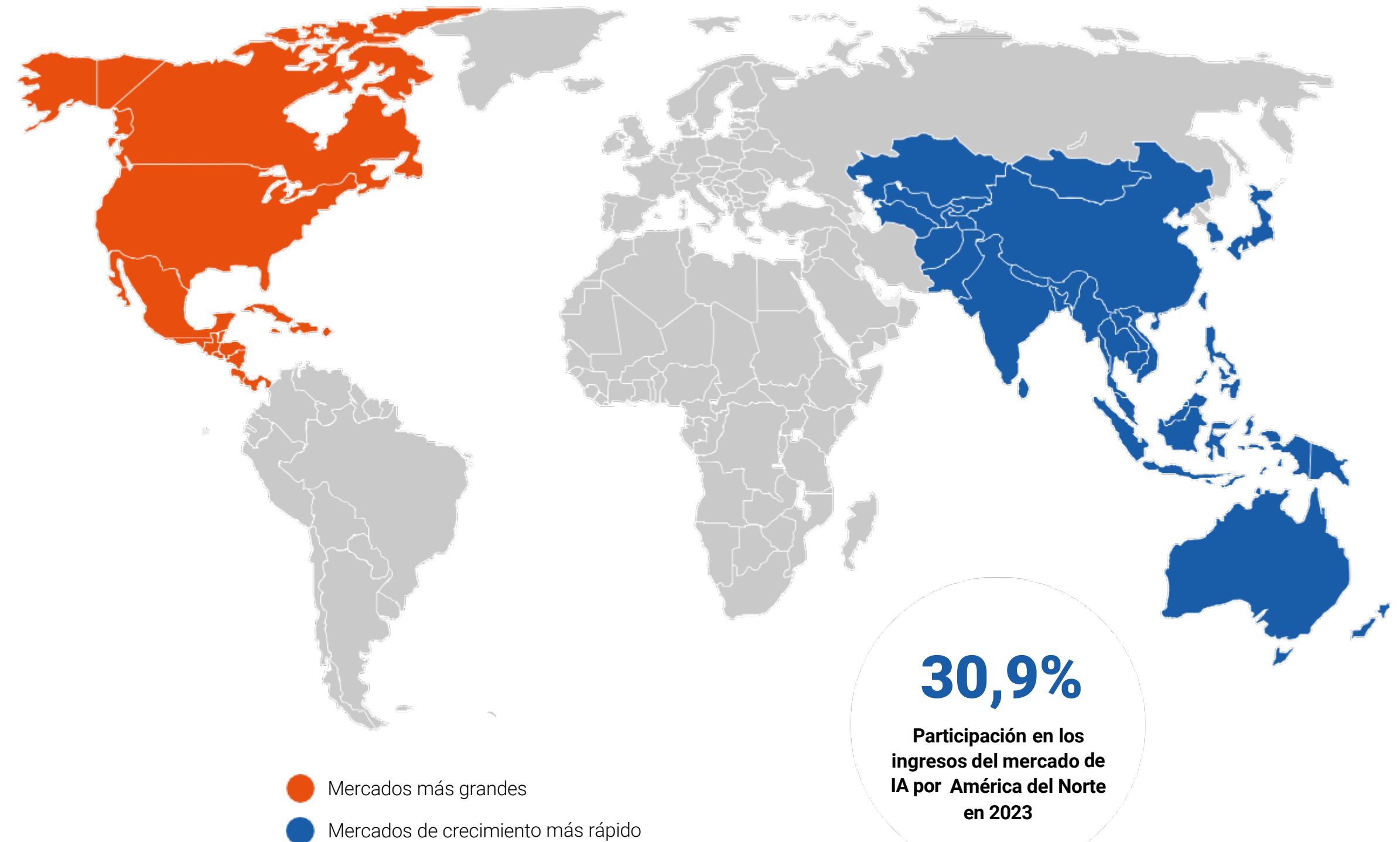
## Tamaño del mercado de la IA por regiones

Perspectivas 2024-2030

**Norteamérica** continúa siendo la a región líder en el mercado de inteligencia artificial (IA), representando **el 30,9% de los ingresos globales a finales de 2023**. Este liderazgo se atribuye a las importantes inversiones en investigación y desarrollo, así como a la adopción de IA en diversos sectores como la tecnología, la salud y los servicios financieros.

Sin embargo, se espera que el mercado global de IA vea una diversificación tanto en tamaño como en ritmo de crecimiento en los próximos años, con **Asia** emergiendo como un jugador clave.

Este crecimiento acelerado en Asia se verá impulsado por la expansión de la infraestructura digital, el desarrollo de tecnologías avanzadas y el creciente interés de los gobiernos y empresas por integrar soluciones de IA en sus operaciones.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Grand View Research



## 01. ESTADÍSTICAS DE IA

¿ESTAMOS  
PREPARADOS?

La rápida adopción de la IA por parte de empresas de todo el mundo hace necesaria la actuación de las autoridades para establecer las políticas adecuadas sobre infraestructura digital, capital humano, mercado laboral, innovación, integración económica, regulación y cuestiones éticas.

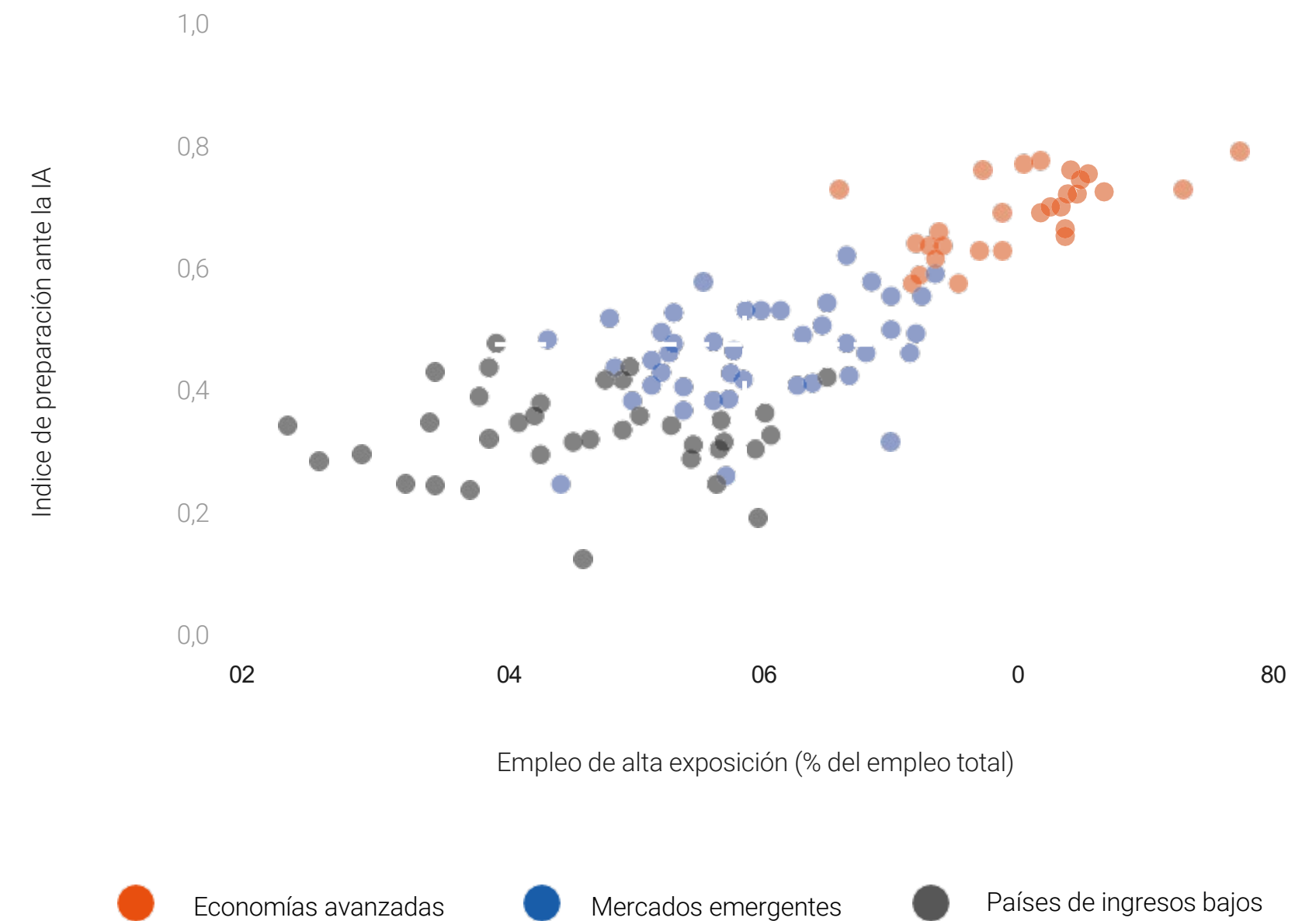
Para ello el **FMI** ha elaborado un índice de preparación ante la IA que mide el estado de 125 países.

Las conclusiones revelan que **las economías más ricas, incluidas las avanzadas y algunas economías de mercados emergentes, tienden a estar mejor equipadas para adoptar la IA** que los países de menos ingresos, aunque con amplias variaciones entre los países.

Las máximas calificaciones las ostentan **Singapur, Estados Unidos y Dinamarca**.

## Índice de preparación ante la IA y proporción de empleo en ocupaciones de alta exposición

Promedio países



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos del Fondo Monetario Internacional

## 01. ESTADÍSTICAS DE IA ¿ESTAMOS PREPARADOS?

## Y las empresas ¿están preparadas?

Pese a que la IA es considerada una prioridad para el 94% de la alta dirección y el 91% cree que es una ventaja competitiva, la realidad es que sólo el 37% de las empresas están completamente preparadas para llevar a cabo proyectos de IA en la actualidad.

La calidad de los datos o la escalabilidad son barreras que aún se deben superar para aprovechar todo el potencial de la IA en las organizaciones, aunque el 86% de los líderes empresariales cree que para 2027 su organización estará completamente lista para implementar su estrategia y proyectos IA.

Pese a que la IA es una prioridad para el 94% de los altos directivos

# 2024

## 37%

**de las empresas** están completamente preparada para llevar a cabo proyectos de IA

# 2027

## 86%

**de las empresas** cree que en 2027 su organización estará completamente preparada para implementar la IA

## 01. ESTADÍSTICAS DE IA

IMPACTO DE  
LA IA EN LA  
ECONOMÍA

La IA promete ser un verdadero impulsor de cambio para la economía global en los próximos años.

Según los datos, se espera que para año 2030, la IA contribuya con hasta 15,7 billones de dólares a la economía mundial, una cifra superior al PIB combinado actual de China e India.

Este impacto económico se dividiría entre un aumento de 6,6 billones de dólares por mejoras en la productividad laboral y 9,1 billones de dólares derivados del consumo impulsado por la IA gracias a una mayor variedad de productos, personalización, atractivo y accesibilidad.

2030

**15,7 Billones U\$****Contribución de la IA a la economía mundial**

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de PwC

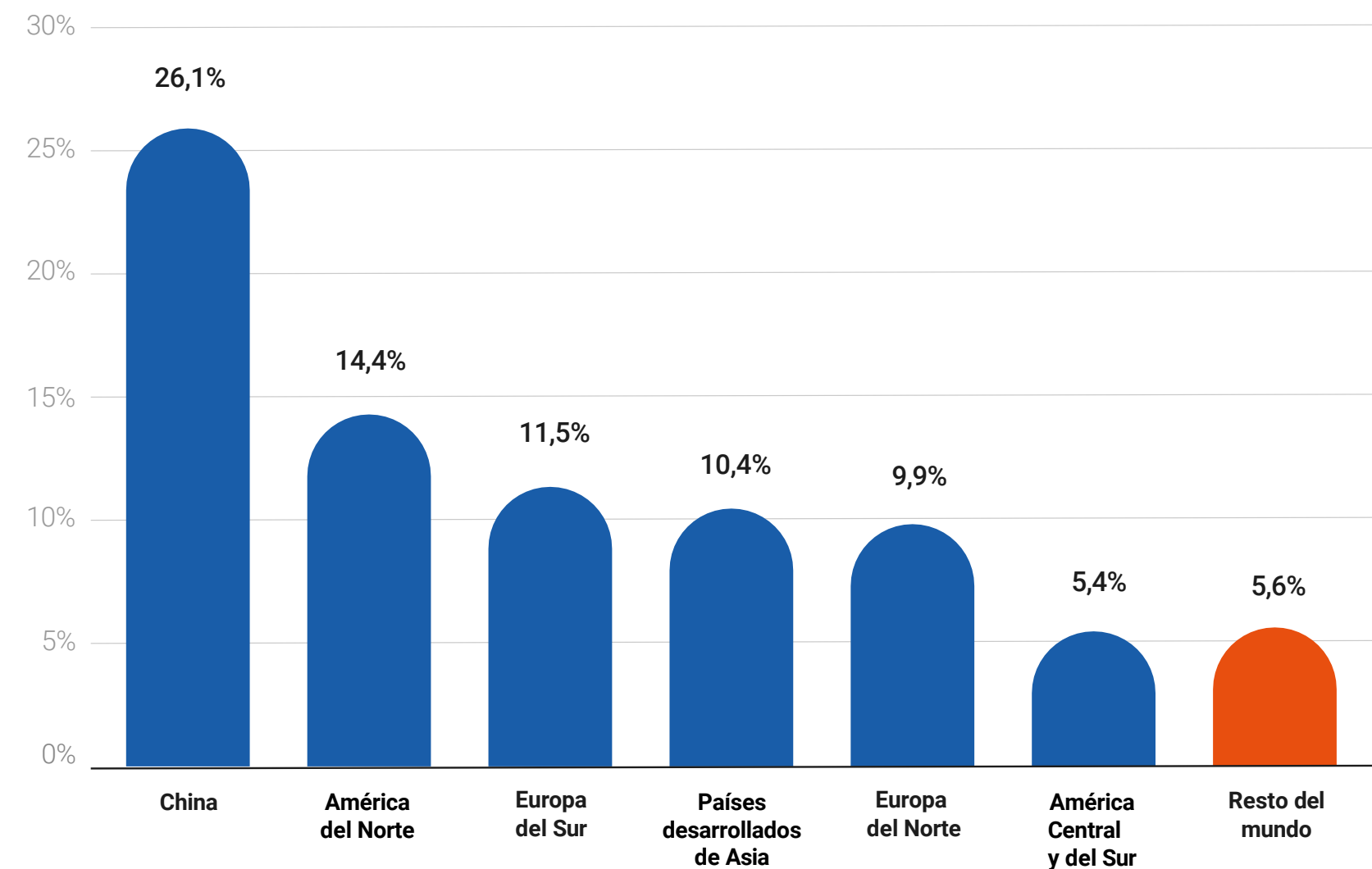
## 01. ESTADÍSTICAS DE IA IMPACTO DE LA IA EN LA ECONOMÍA

**China** será el mayor beneficiario de esta revolución tecnológica, con un impacto esperado del 26,1% en su PIB para 2030, lo que refleja la rápida adopción de IA en sectores clave como la industria, el comercio y la tecnología. **América del Norte** también experimentará un fuerte crecimiento, con un incremento del 14,5% en su PIB en 2030, impulsado por la innovación tecnológica en áreas como servicios financieros, salud y comercio minorista.

Por su parte, regiones como **Europa del Sur y los países desarrollados de Asia** verán incrementos del 11,5% y 10,4%, respectivamente, mientras que **Europa del Norte, América Central y Sudamérica** tendrán impactos más moderados, con un crecimiento del 9,9% y 5,4%.

## Impacto estimado de la IA en el PIB en 2030 por región

En %



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de PwC

02.

# ADOPCIÓN Y USO DE LA IA

## 02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA

ADOPCIÓN  
DE LA IA

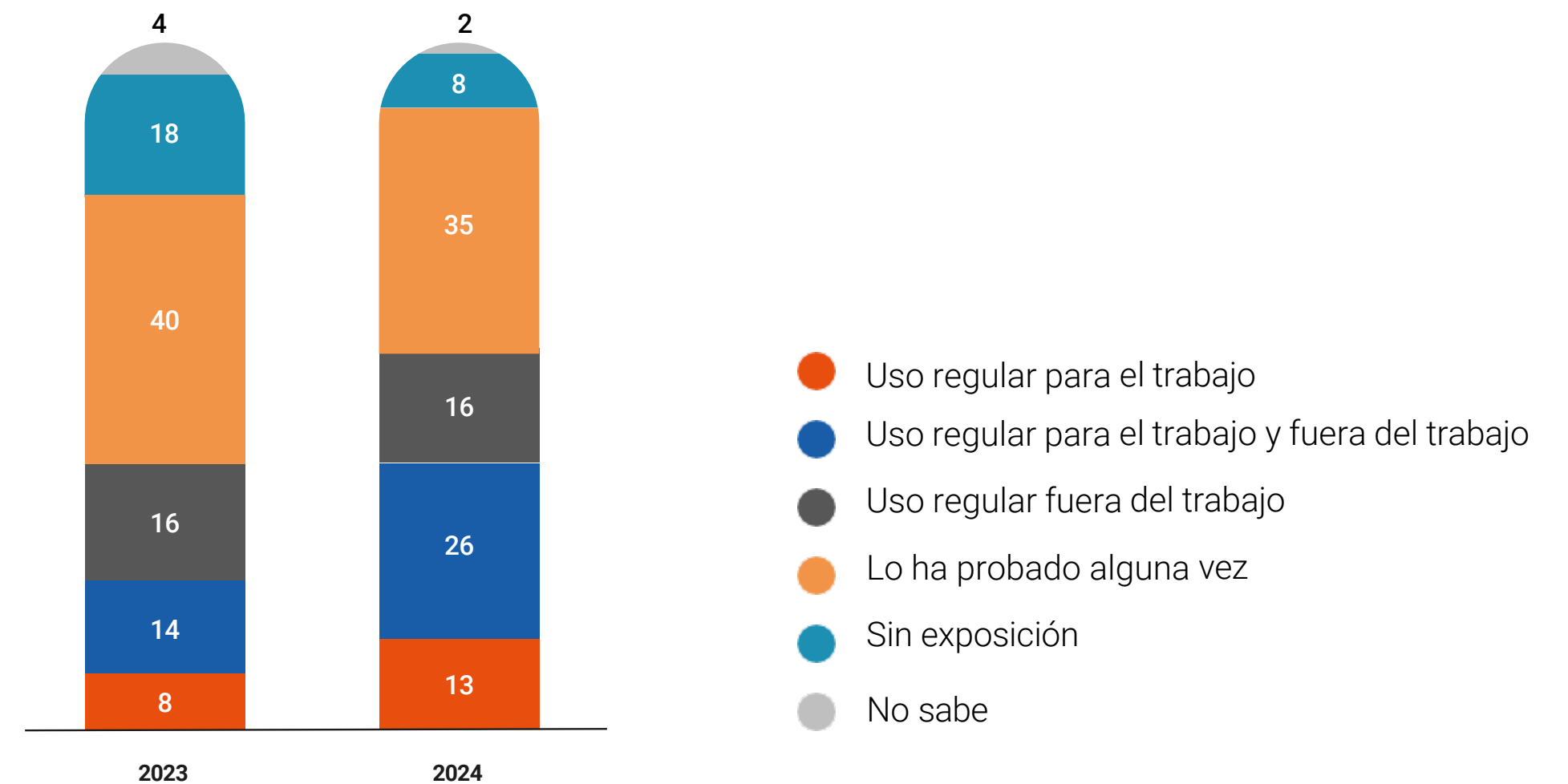
En 2024, la adopción de herramientas de IA generativa a nivel mundial ha aumentado de manera significativa respecto a 2023, con un mayor número de personas utilizándola tanto en el trabajo como fuera de él.

Esta mayor integración de la IA en el día a día de los usuarios ha provocado un crecimiento del 17% del uso habitual de esta tecnología (tanto en el ámbito personal como laboral), pasando del 38% en 2023 al 55% en 2024.

El número de personas que no utilizan estas herramientas ha disminuido un 12%, del 22% en 2023 al 10% en 2024, lo que indica que cada vez estamos más familiarizados con esta tecnología.

## Evolución del uso de las herramientas de IA generativa en el mundo 2023-2024

En %



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de McKinsey &amp; Company

## 02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA

USO DE LA  
IA EN LAS  
ORGANIZACIONES

Actualmente, el 40% de las empresas en el mundo ya utilizan la IA en sus operaciones, y un 42% adicional está explorando su implementación.

Esto significa que un 82% de las organizaciones en todo el mundo, es decir, **más de 266 millones de empresas, están activamente involucradas en la incorporación de tecnologías de IA en sus estrategias de negocio.**

## Empresas que ya están utilizando la IA en el mundo

En %

**82%****de las empresas** están explotando el uso de la IA:

- ▶ 42% ya utiliza la IA en sus operaciones
- ▶ 40% está explotando el uso de la IA en su negocio

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Explodintopics

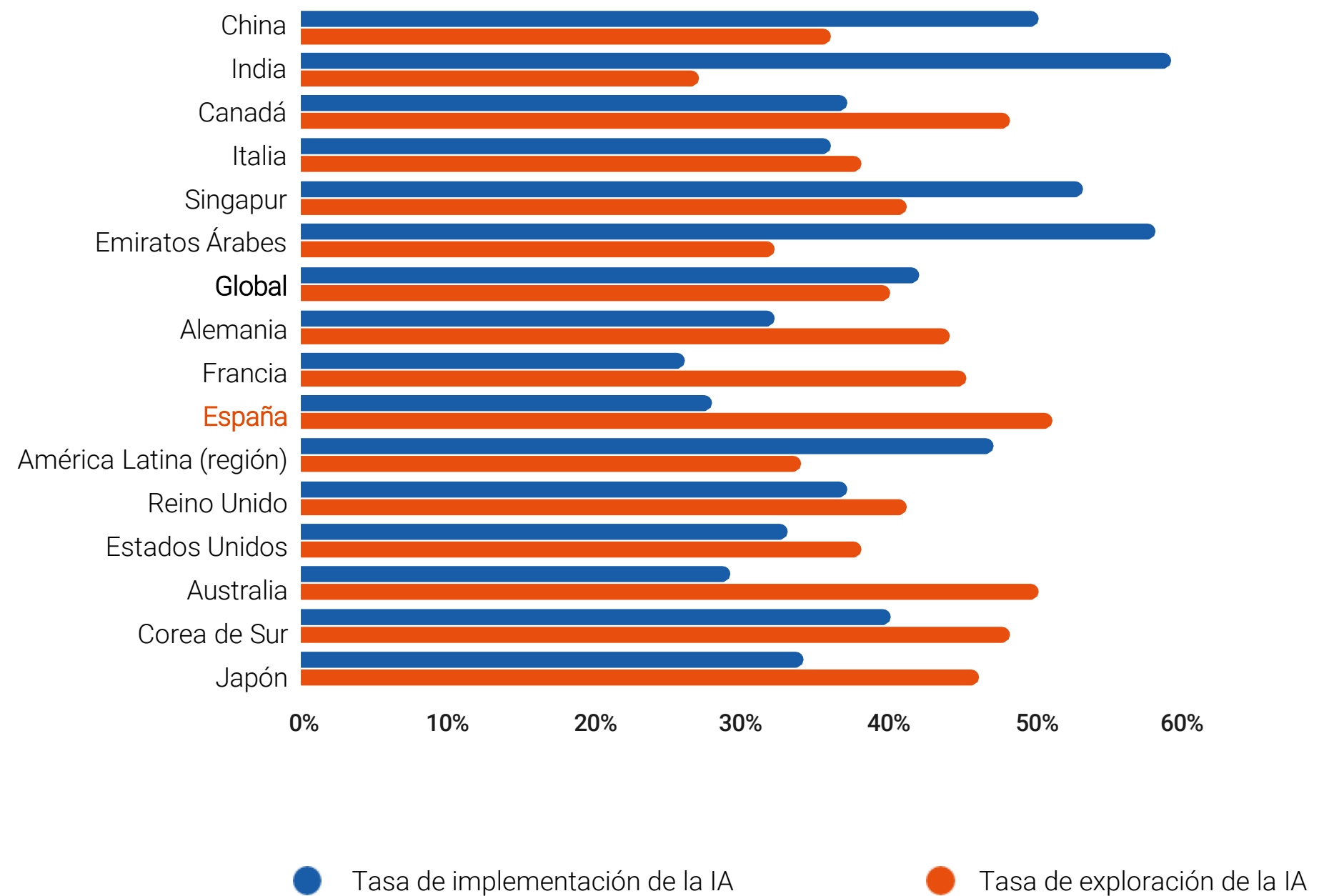
## 02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA EN LAS ORGANIZACIONES

## Adopción de la IA en las organizaciones por país

En %

Por países, **India, con un 59% de las empresas que ya utilizan IA**, lidera la adopción de esta tecnología en las organizaciones, seguida de **Emiratos Árabes, con un 58%** de empresas que utilizan IA y **Singapur con un 53%**.

**España**, donde aproximadamente un **28% de las empresas ya han implementado la IA en sus operaciones** y un **40% adicional se encuentra explorando su uso**, se sitúa en una posición intermedia en el ranking global, superando a naciones como Japón y Estados Unidos en tasa de exploración, pero por debajo de líderes en adopción como China.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de IBM



02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA EN LAS ORGANIZACIONES

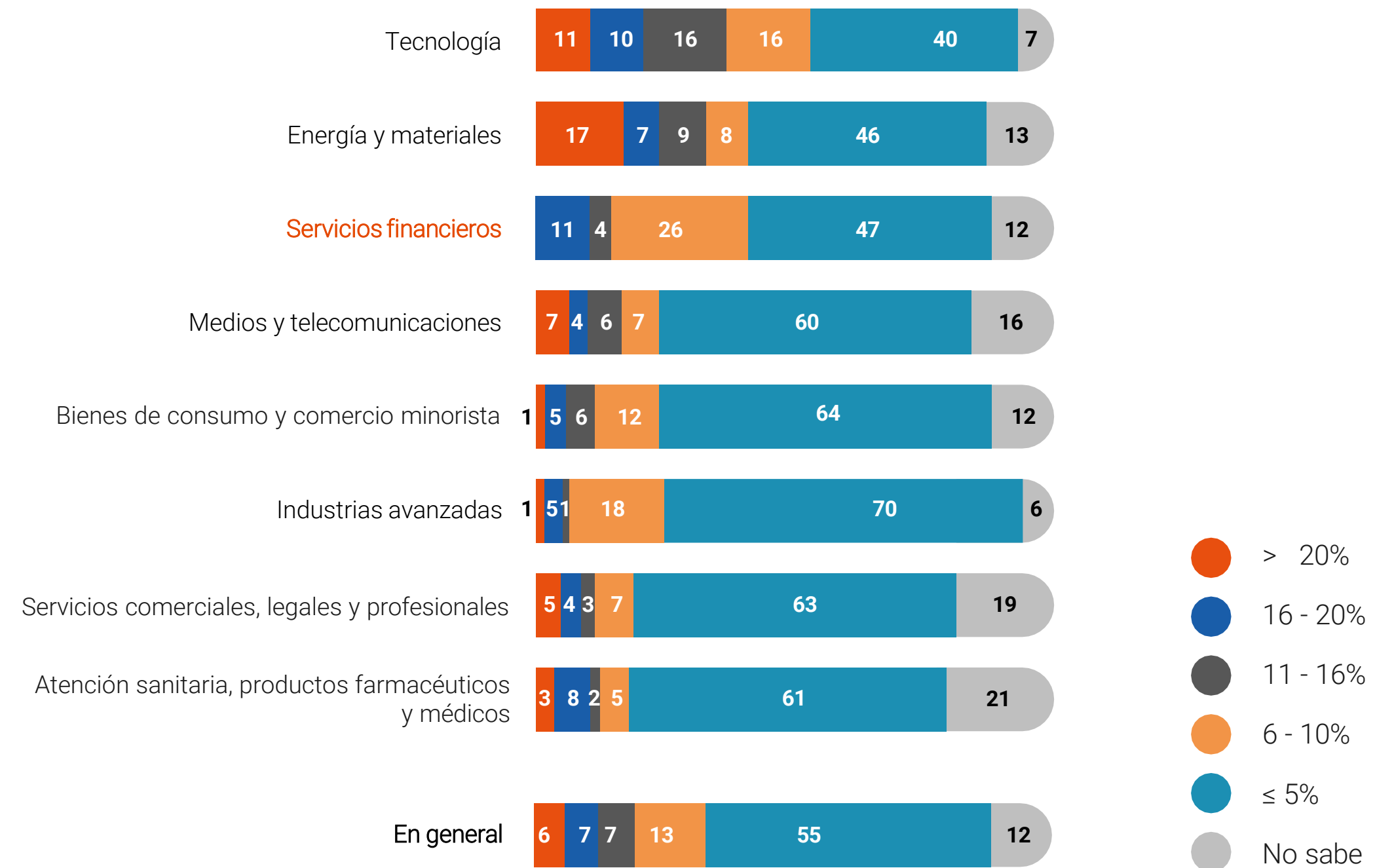
Presupuesto digital destinado a la IA generativa por sectores

En %

De media, **el 55% de las organizaciones de todos los sectores destina hasta el 5% de su presupuesto digital a IA generativa**, lo que sugiere que la mayoría de las empresas aún mantienen una inversión moderada en esta tecnología.

Los sectores con mayor inversión son **Energía** con un 17% de las organizaciones destinando más del 20% y **Tecnología**, donde el 11% de las empresas dedica más del 20% del presupuesto digital a esta tecnología y un 10% destina entre el 16% y el 20%.

**Servicios financieros** también muestra un compromiso significativo, con el 26% de las organizaciones asignando entre el 6% y el 10% de su presupuesto a IA, aunque la mayor parte (47%) destina un porcentaje menor del 5%.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de McKinsey & Company

## 02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA EN LAS ORGANIZACIONES

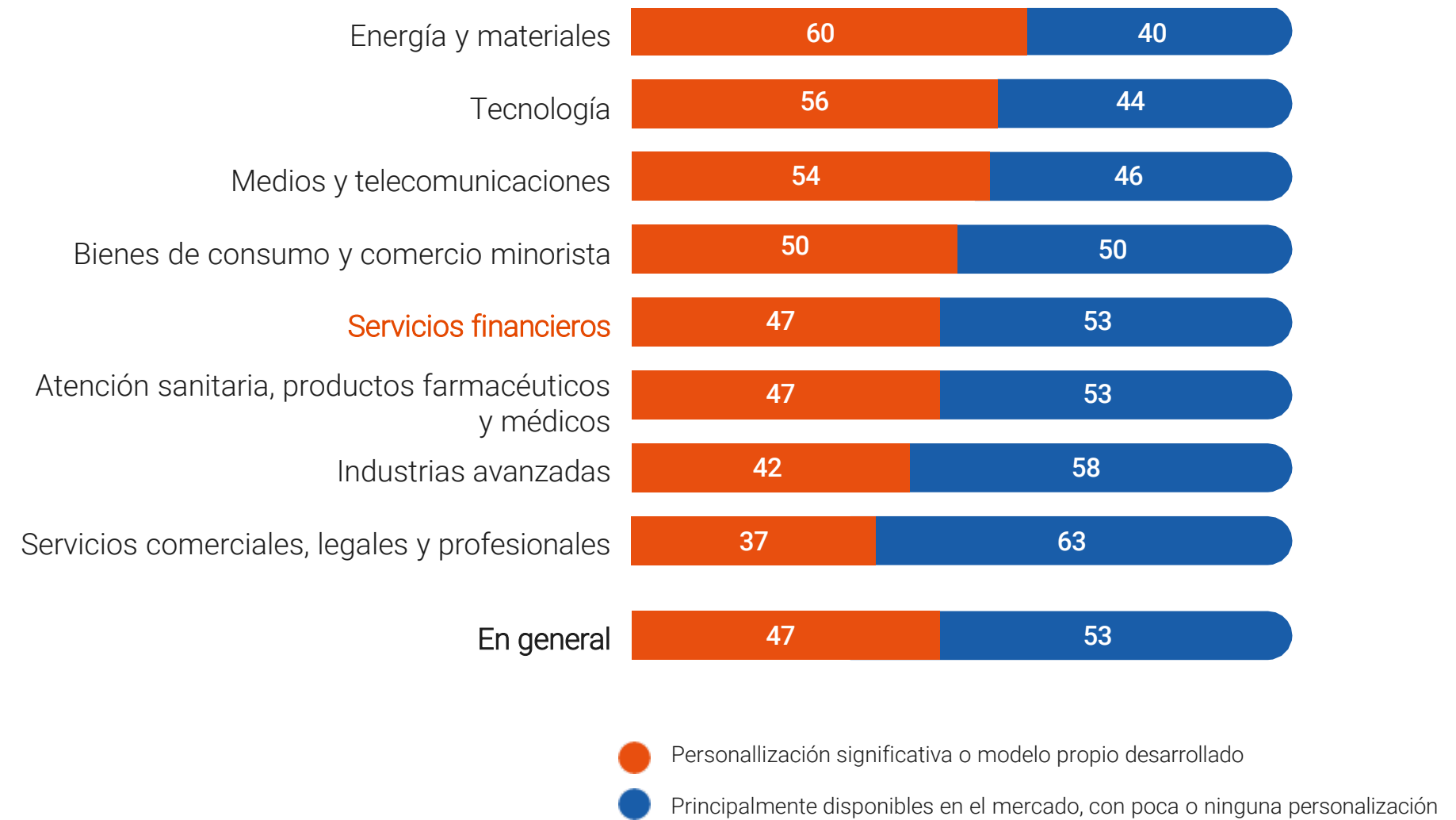
### Cómo usan la IA en las organizaciones: Modelos personalizados o herramientas disponibles en el mercado

En %

Esta distribución del presupuesto se entiende si analizamos **cómo usan la IA las organizaciones**.

En líneas generales **el 53% de las organizaciones está utilizando principalmente IA generativa sin personalización**, es decir, a través de herramientas disponibles en el mercado, **mientras que el 47% está optando por personalizar o desarrollar un modelo propio**.

Los sectores que más presupuesto destinan, **Energía y Tecnología**, también son los que muestran una mayor inclinación por personalizar o desarrollar sus propias soluciones, lo que sugiere una necesidad de adaptar la IA a casos de uso específicos.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de McKinsey &amp; Company

## 02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA EN LAS ORGANIZACIONES

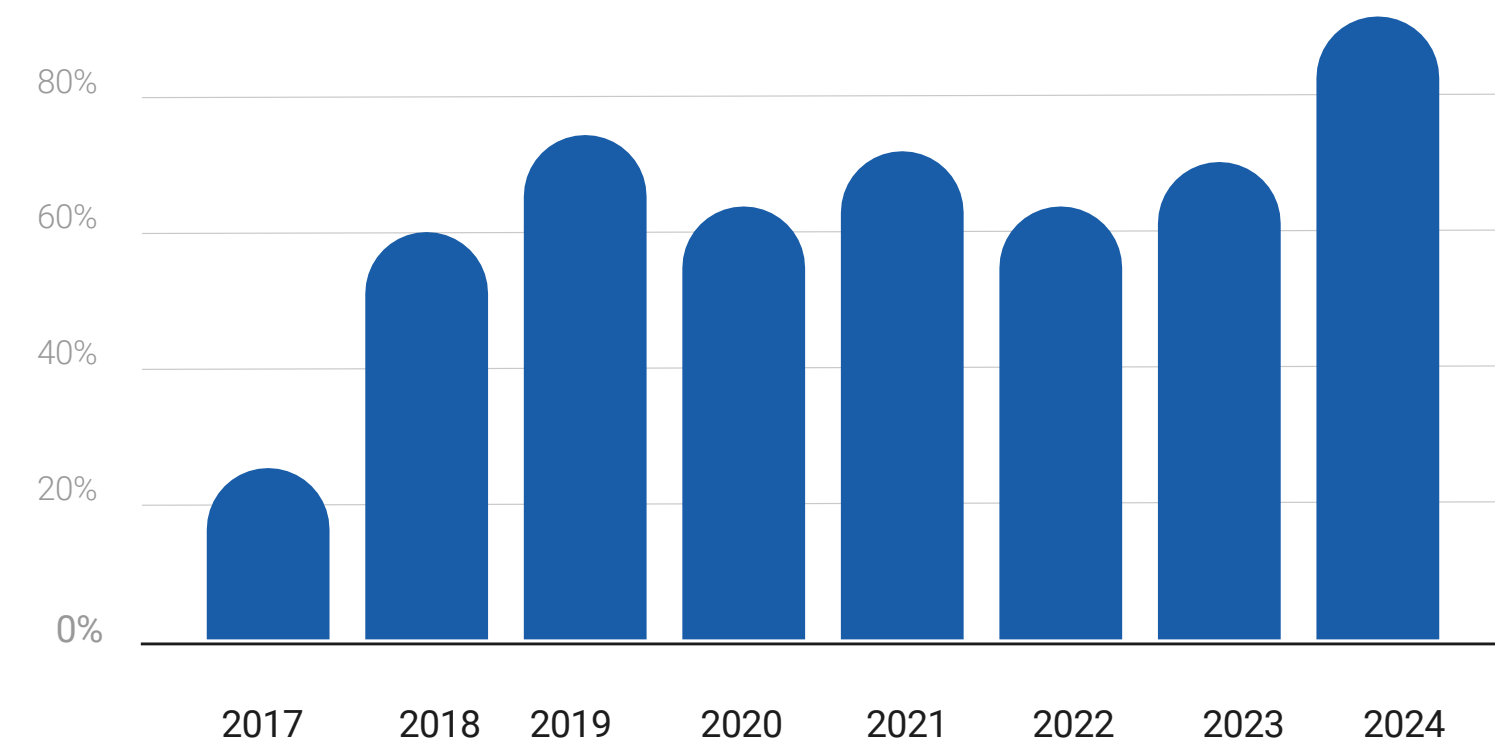
### Evolución de las organizaciones que han adoptado la IA en al menos una función empresarial

En %

La IA se está convirtiendo en pilar central en la transformación digital en las empresas de todo el mundo.

Por ello, la adopción de la IA en las organizaciones ha experimentado un crecimiento significativo durante este año, alcanzando **un 72% de implementación en al menos una función empresarial, frente al 55% registrado en 2023.**

El aumento del uso de la IA generativa en las organizaciones en el último año ha sido del 32%, siendo ya el 65% de las compañías la que la utilizan para automatizar tareas creativas, optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones o aumentar la eficiencia.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de McKinsey & Company

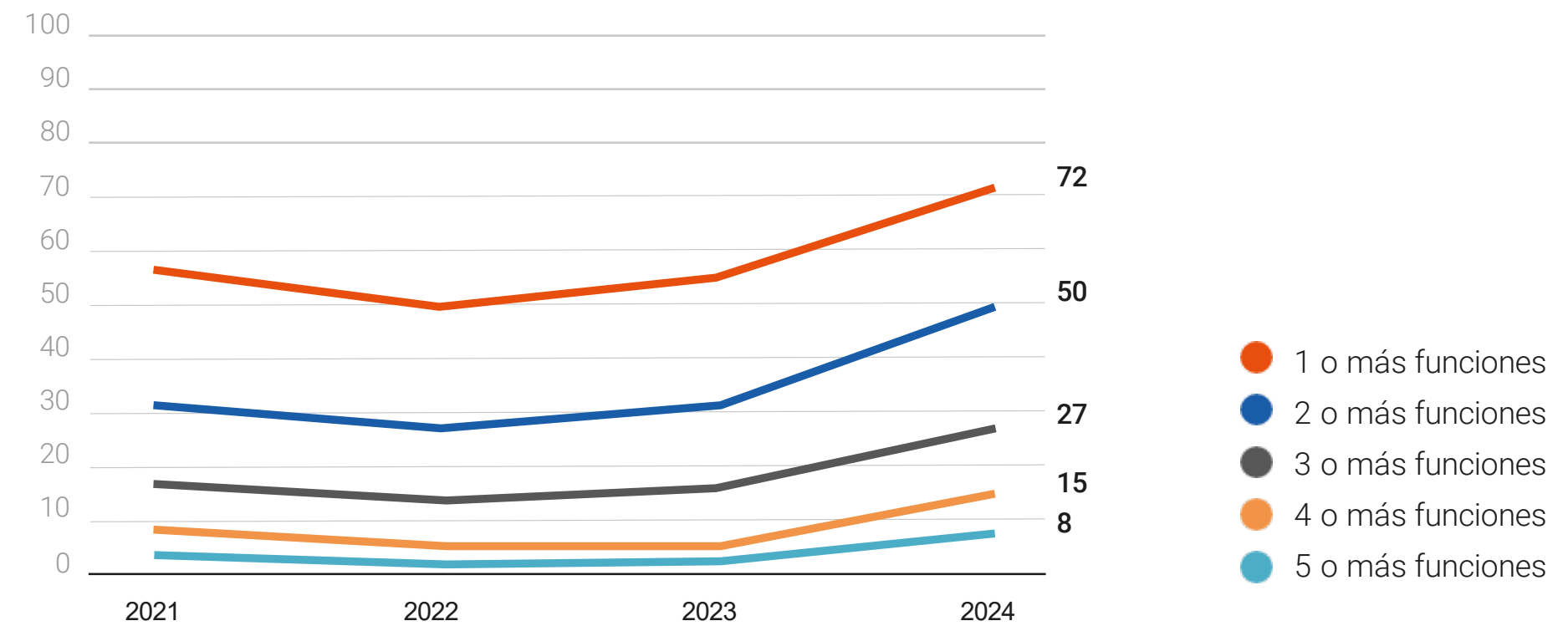
## 02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA EN LAS ORGANIZACIONES

### Número de funciones comerciales en las que las empresas han adoptado la IA en 2024

En %

Además, un 50% de las empresas ya utiliza IA en dos o más funciones comerciales, lo que indica que la IA está siendo empleada no solo para optimizar procesos específicos, sino que se está integrando en funciones más amplias, como atención al cliente, finanzas, marketing o gestión de operaciones.

El 27% de las organizaciones ya implementa IA en tres o más funciones y el número de empresas que aplican esta tecnología en 5 funciones o más ya alcanza el 8%, lo que sugiere que su uso va más allá de tareas aisladas, abarcando desde la automatización de procesos hasta la toma de decisiones estratégicas.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de McKinsey &amp; Company

02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA EN LAS ORGANIZACIONES

Áreas y casos de uso donde las organizaciones utilizan habitualmente la IA generativa

En %

Las funciones de **marketing y ventas (34%)**, **desarrollo de productos y servicios (23%)**, y **TI (17%)** son las donde más están utilizando la IA generativa las organizaciones.

También hay una adopción notable en áreas como operaciones de servicio (16%), ingeniería de software (13%) y recursos humanos (12%).

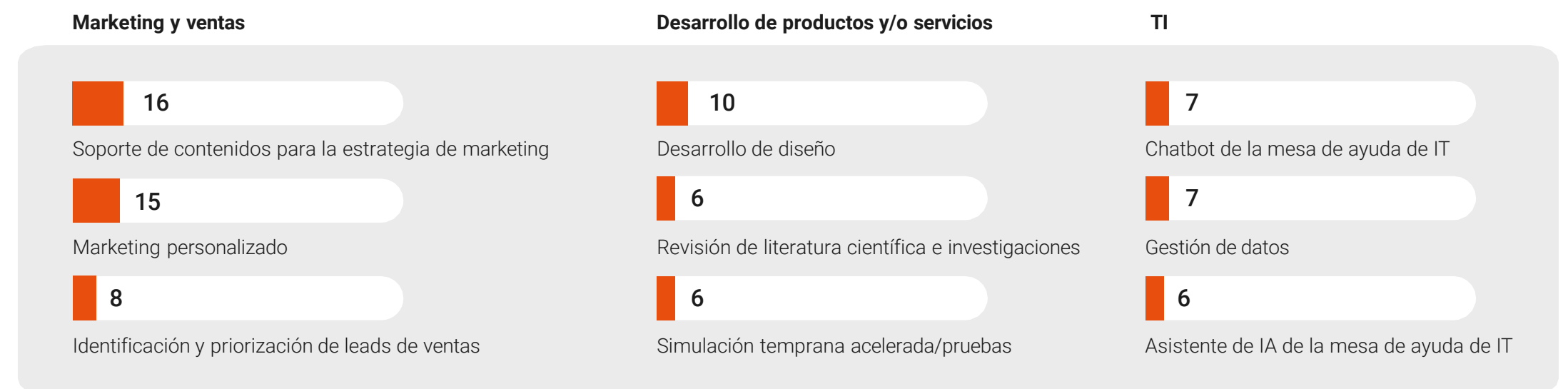
Entre los **casos de uso más comunes** de IA generativa **en marketing** se encuentran el soporte de contenido (16%), la personalización (15%) y la identificación y priorización de clientes potenciales (8%).

En el desarrollo de productos, la IA se utiliza en el diseño (10%) y la revisión de literatura científica (6%). Por su parte, la IA es usada principalmente para chatbots de soporte (7%) y la gestión de datos (7%) en el ámbito de TI.

Por función



Usos de la IA más comunes dentro de cada función



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de McKinsey & Company

## 02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA EN LAS ORGANIZACIONES

### Uso de la IA para reducir costes

En %

La inteligencia artificial también se está convirtiendo en una herramienta clave para la reducción de costes en las empresas.

**Un 28% de los líderes empresariales han logrado disminuir los gastos operativos de sus organizaciones mediante el uso de IA, aprovechando su capacidad para automatizar procesos, optimizar recursos y mejorar la eficiencia.**

La IA permite a las empresas identificar áreas de mejora, reducir errores y gestionar sus operaciones de manera más ágil, lo que se traduce en un ahorro significativo de tiempo y dinero.

# 28%

**de los líderes empresariales**  
ha utilizado la IA para reducir los costes de su empresa.

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Hubspot

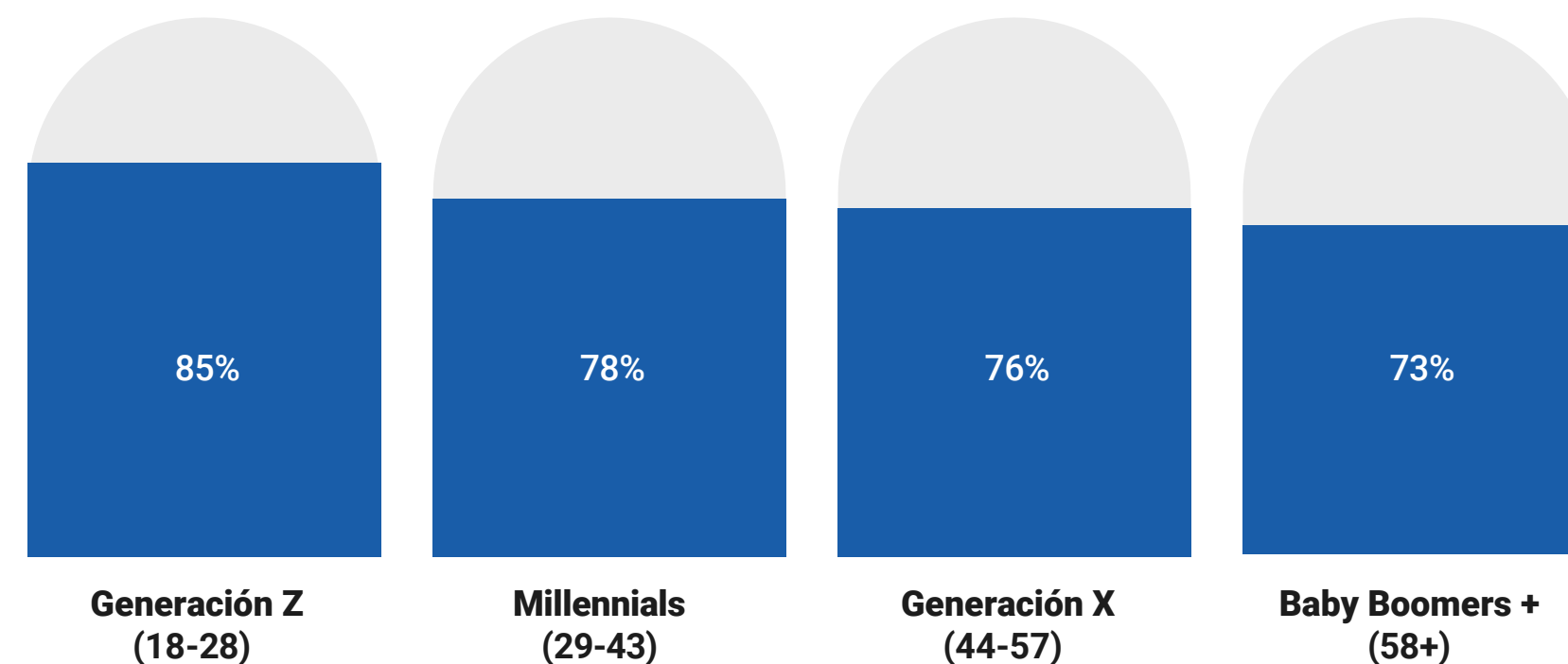
## 02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA EN LAS ORGANIZACIONES

## Trabajadores que usan sus propias herramientas AI en el trabajo por generaciones

En %

El uso de las herramientas y aplicaciones de Inteligencia Artificial en el trabajo por parte de los usuarios a través de licencias personales, sin que haya una coordinación o control por parte de las compañías es lo que se llama **BYOAI (Bring Your Own Artificial Intelligence)**, fenómeno que también está experimentando un gran crecimiento.

Aunque los trabajadores más jóvenes de la generación Z son las que más lo utilizan (85%), **el uso de herramientas de IA en el trabajo es común a todas las generaciones, incluyendo los Baby Boomers (mayores de 58 años) donde un 73% utiliza sus propias herramientas de IA al trabajo.**



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de BigData Magazine

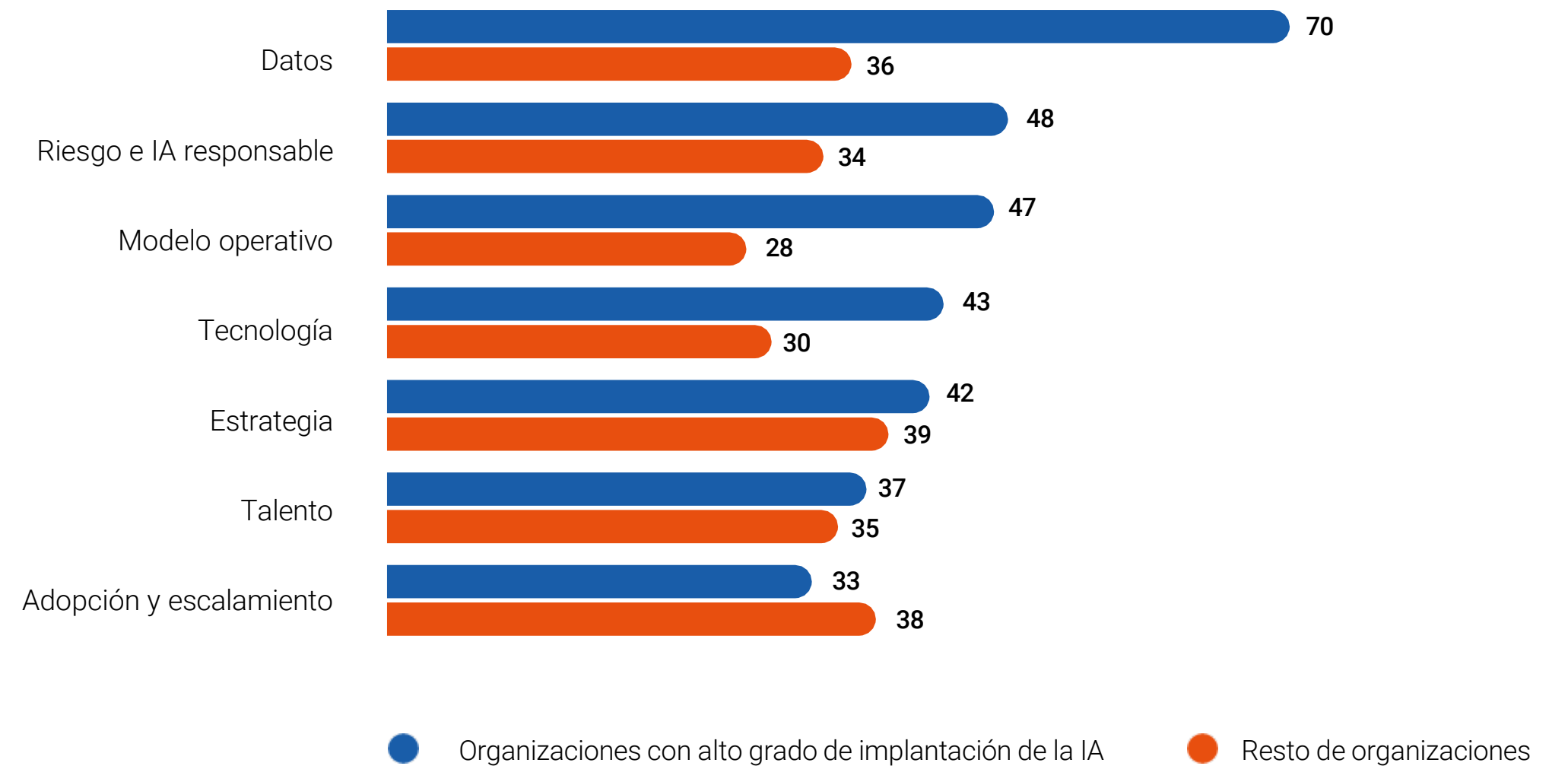
02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA EN LAS ORGANIZACIONES

Retos para implementar la IA en las organizaciones

En %

Entre los desafíos que se encuentran las empresas más avanzadas en el uso de esta tecnología a la hora de implementar la IA, **el manejo de los datos es el mayor obstáculo (70%), seguido de la gestión de riesgos (48%) y el modelo operativo (47%).**

Para las compañías donde la IA aún no está tan arraigada, la estrategia (39%) la adopción y el escalado (38%) y la gestión de los datos son las principales barreras para esta adopción.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de McKinsey & Company



## 02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA

USO DE LA IA  
EN LAS EMPRESAS  
ESPAÑOLAS

Existen diversos datos sobre la adopción de la IA en las empresas españolas. Mientras que Amazon Web Services (AWS) afirma que el 44% de las compañías en España emplean la IA, Experis eleva este dato a 46% (y añade otro 22% que lo hará en el próximo año) y SAS afirma que el 95% de las compañías españolas ya utiliza o tiene previsto adoptar la IA generativa a corto plazo.

Podríamos por tanto indicar que la media de adopción de la IA en empresas españolas es aproximadamente del 62%, teniendo en cuenta los datos recogidos por los diferentes estudios.

Los tres principales sectores en cuanto a adopción de IA en nuestro país son servicios financieros (53% de adopción), el sector industrial (50%) y energía (48%).

## Empresas que ya están utilizando la IA en España

En %

**62%****de las empresas en España  
ya utilizan la IA**

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de AWS, Experis, IndesIA y SAS

## 02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA USO DE LA IA EN LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

Las empresas españolas que han adoptado esta tecnología han obtenido buenos resultados.

Su uso ha generado **un aumento del 50% en la eficiencia, ha mejorado la toma de decisiones en un 36%, y ha optimizado la experiencia del cliente en un 35% de las empresas.**

Pero las expectativas todavía son más altas. Con el uso de la IA las empresas españolas creen que conseguirán **impulsar la innovación y la competitividad de sus organizaciones (73%), aumentar la eficiencia y reducir costes operativos (65%) y mejorar la personalización de productos y servicios** para ofrecer una experiencia de cliente más satisfactoria (62%).

### Beneficios obtenidos de la implementación de la IA en las empresas españolas

En %



### ¿Qué esperan de la IA las empresas españolas?

En %



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de SAS y AWS

## 02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA USO DE LA IA EN LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

### Obstáculos para la adopción de la IA en las empresas en España

En %

Pese a que el **77% de las empresas en España están familiarizadas con la inteligencia artificial**, de las cuales un 64% asegura tener un conocimiento profundo y comprender sus implicaciones, aún existen retos a la hora de adoptar e implementar la IA en las organizaciones.

**La privacidad de los datos (81%), la seguridad de estos (79%) y la falta de perfiles especializados (63%)** son los principales obstáculos para implantar la IA. De hecho, el **34% de las empresas ha tenido problemas para contratar empleados con conocimientos en IA**, mientras que el **27% ha encontrado problemas a la hora de formar a sus empleados** en el uso eficaz de la IA.

Por otro lado, **sólo el 3% entidades en España cuenta con un sistema sólido para medir el sesgo en los grandes modelos de lenguaje (LLM)**, lo que refleja la ausencia de un marco de gobernanza integral de IA generativa exponiendo a las empresas a potenciales incumplimientos normativos al no disponer de las directrices para garantizar un uso responsable y ético de esta herramienta.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de SAS y AWS

## 02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA USO DE LA IA EN LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

### Uso de la IA en las Pymes españolas

En %

El tamaño de las organizaciones influye mucho en la adopción y uso de la IA siendo las grandes corporaciones las que lideran el cambio. De hecho, los últimos datos revelan que sólo el **2% de las Pymes en España han adoptado la IA.**

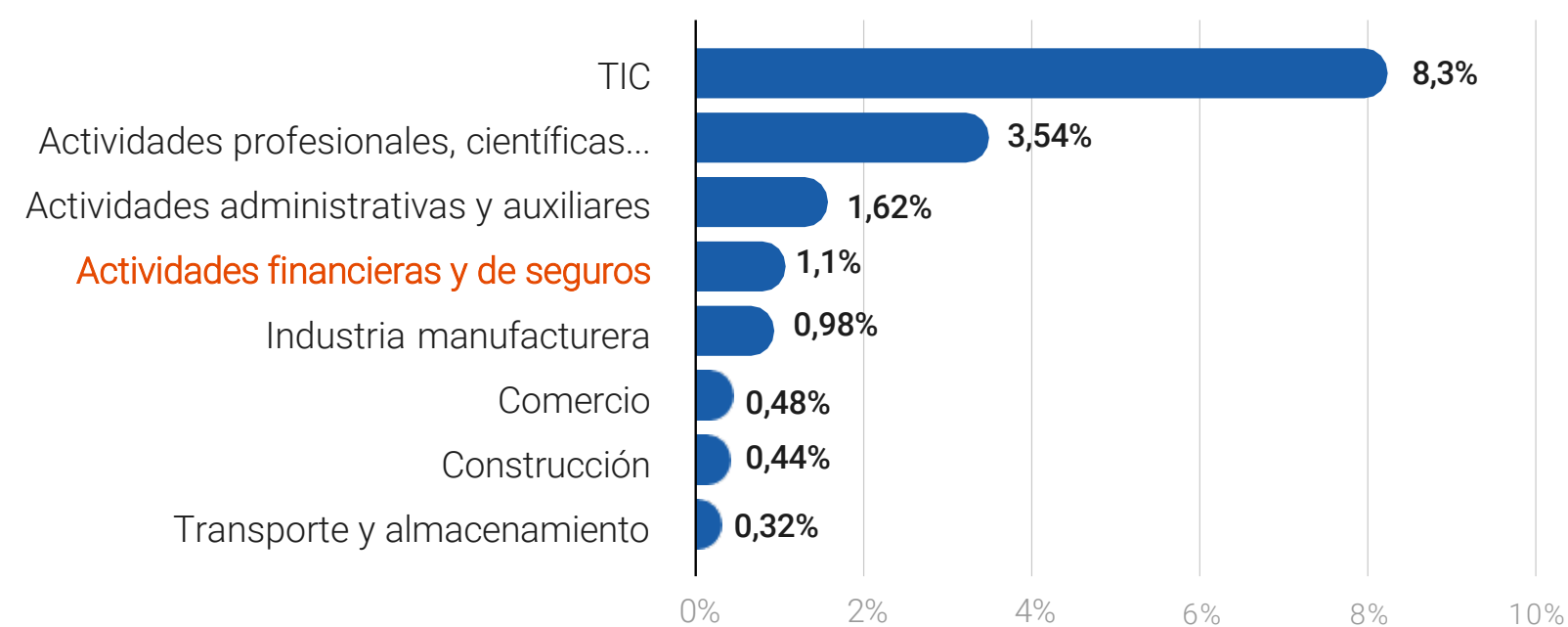
Las Pymes del sector de **tecnologías de la información y comunicaciones** son las que más utilizan esta tecnología (8,30%), seguidas por el **sector de actividades profesionales, científicas y técnicas** (3,54%), y el de **actividades administrativas y servicios auxiliares** (1,62%).

Por Comunidades, las Pymes de la **Comunidad de Madrid** lideran la adopción de IA, con un 3,19%, seguidas por las de Navarra, País Vasco, Principado de Asturias y Cataluña.

# 2%

De las Pymes en España ya utilizan la IA

#### Uso IA en Pymes por sector



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de IndesIA

02. ADOPCIÓN Y USO DE LA IA USO DE LA IA EN LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

¿Para qué usan la IA las Pymes españolas?

En %

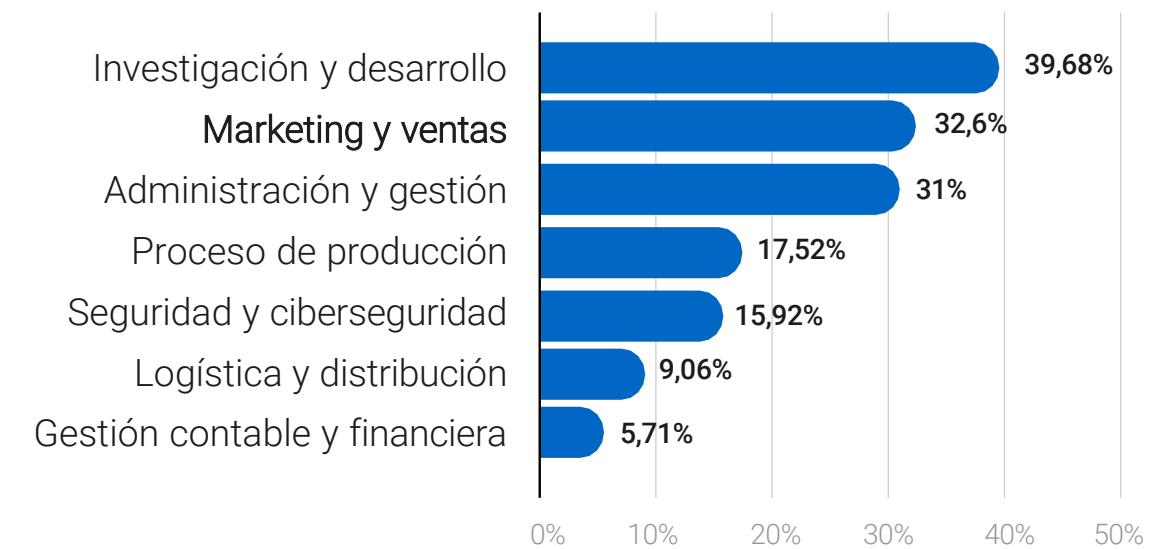
Las Pymes españolas están aprovechando la IA no solo para optimizar procesos internos, sino también para potenciar sus estrategias comerciales y mejorar la toma de decisiones.

Los casos de uso más frecuentes de la IA entre estas empresas se concentran en **investigación y desarrollo, con un 39,68%, seguido de marketing y ventas (32,6%), y administración y gestión empresarial (31%).**

En cuanto a las tecnologías más utilizadas, destacan el Machine Learning, empleado principalmente para la analítica de datos (30,16%), la automatización de flujos de trabajo y la toma de decisiones (21,78%), así como la IA Generativa (19,73%).

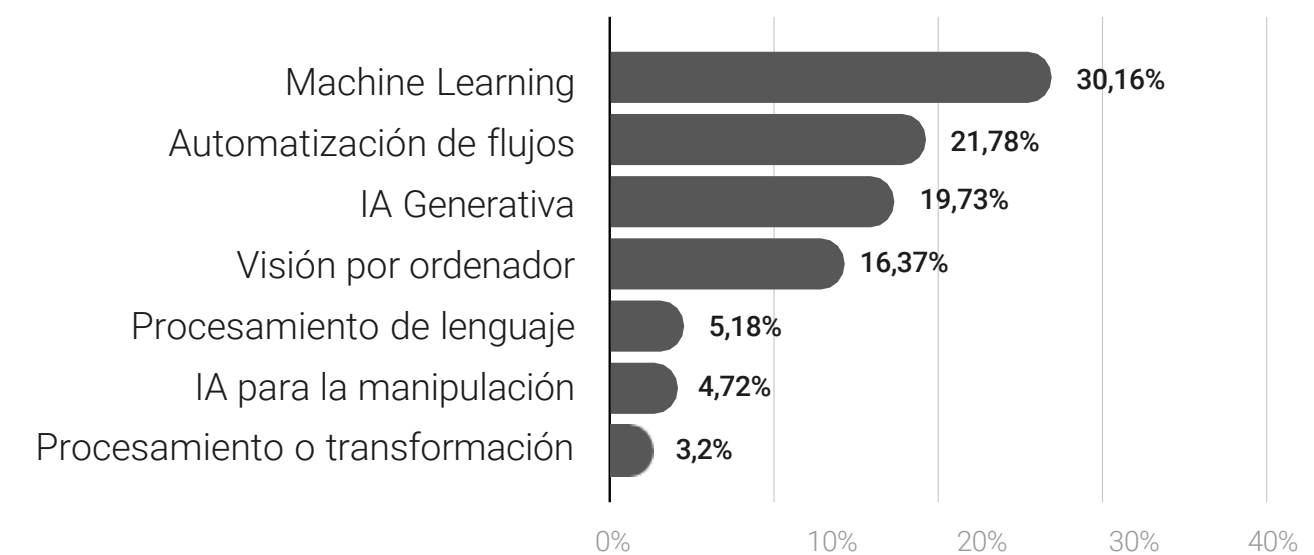
Casos de uso IA

Porcentaje sobre el total de Pymes que usan IA



Tecnología IA usadas

Porcentaje sobre el total de Pymes que usan IA



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de IndesIA

03.

**IA EN  
MARKETING**

## 03. IA EN MARKETING

ADOPCIÓN  
DE LA IA EN  
MARKETING

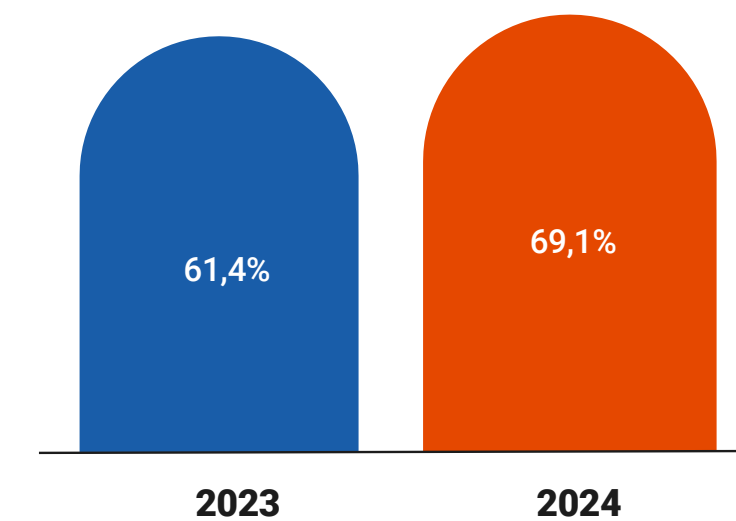
La inteligencia artificial se ha convertido en la máxima prioridad en la agenda de los especialistas en marketing tanto en España como en el mundo.

Según los datos, el 69,1% de los profesionales de marketing en el mundo ya han adoptado IA en sus actividades lo que supone un aumento del 8% frente al 61,4% de 2023.

Sin embargo, todavía existe un 30,9% que aún no ha implementado IA en sus estrategias, lo que podría ampliar la brecha entre quienes aprovechan las ventajas de la IA y quienes no lo hacen.

## Adopción de la IA en marketing

En %



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Influencer Marketing Hub

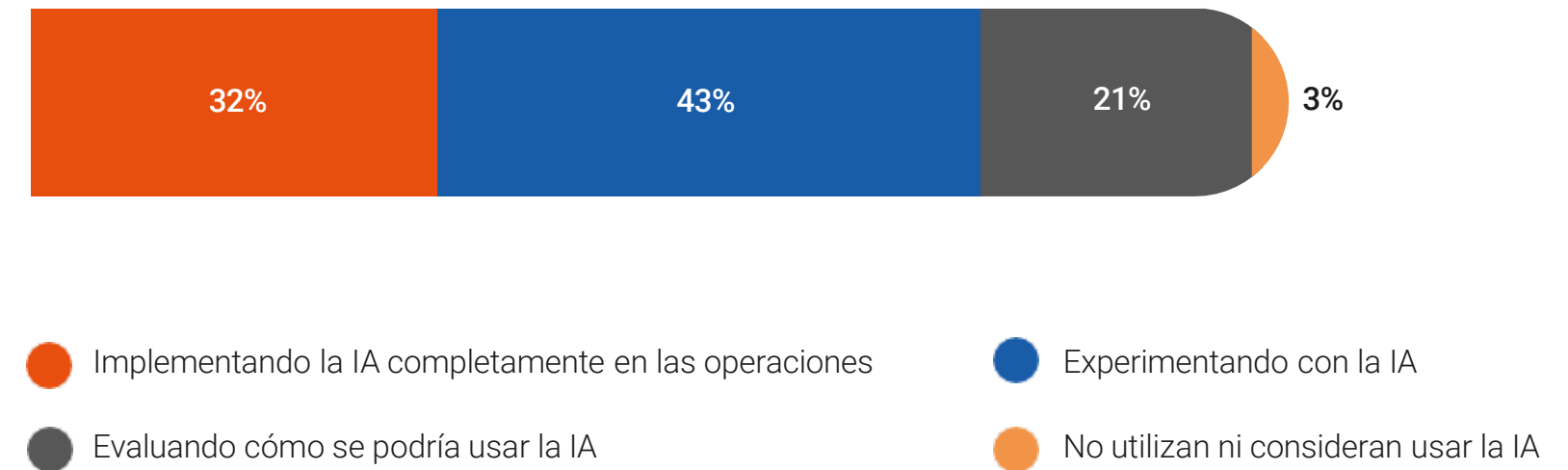
## 03. IA EN MARKETING ADOPCIÓN DE LA IA EN MARKETING

## Grado de adopción de la IA en marketing

En %

La mayoría de los especialistas en marketing prefieren experimentar con esta tecnología antes de implementarla completamente: **un 43% de los especialistas están experimentando con IA**, mientras que solo un **32% ya ha integrado la IA de manera completa en sus procesos**.

Sin embargo, aún existe un 21% de profesionales de marketing que se encuentra en fase de análisis para evaluar cómo podría ser utilizada en sus estrategias y un 3% que aún no considera la utilización de la IA en sus operaciones.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Salesforce



## 03. IA EN MARKETING ADOPCIÓN DE LA IA EN MARKETING

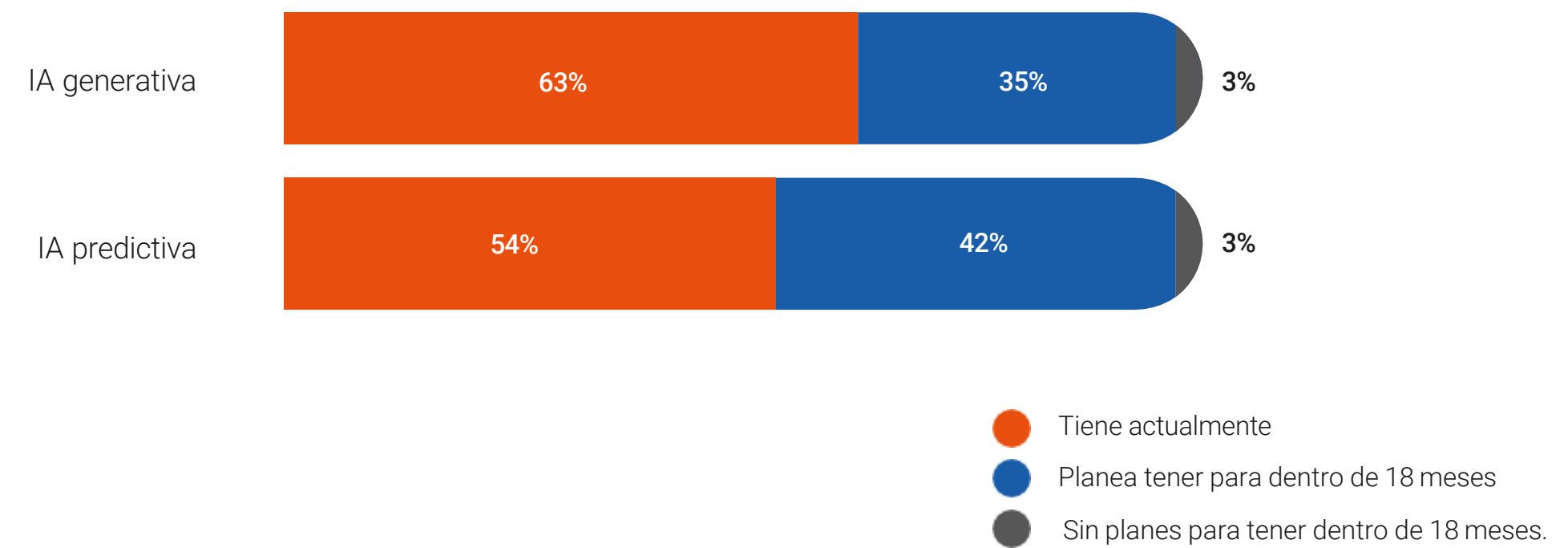
## Tipo de IA que utilizan los profesionales de marketing

En %

La automatización de interacciones con clientes, la generación de contenido, el análisis de rendimiento y la automatización de la integración de datos, son algunos de los principales casos de uso de la IA en marketing el mundo.

Para ello, **un 63% de los especialistas de marketing utiliza herramientas de IA generativa** mientras que **un 54% utiliza la IA predictiva**.

Además, un 42% planea usar en los próximos 18 meses herramientas de IA predictiva mientras que un 35% espera utilizar la IA generativa.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Salesforce

### 03. IA EN MARKETING ADOPCIÓN DE LA IA EN MARKETING

#### Presupuesto de marketing destinado a campañas impulsadas por IA

En %

Pese a que el número de profesionales que utiliza la IA ha aumentado, **el presupuesto de marketing destinado a campañas impulsadas por IA aún es limitado.**

**Casi el 47,6% de los profesionales de marketing destina menos del 10% de su presupuesto de marketing a campañas impulsadas por IA.**

En contraste, un 19% asigna más del 40% de su presupuesto a este tipo de campañas, mientras que el 33,4% restante distribuye entre el 10% y el 40% de su presupuesto a campañas con IA.

Se espera que estos presupuestos aumenten a medida que la IA demuestre ser más efectiva.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Influencer Marketing Hub

### 03. IA EN MARKETING ADOPCIÓN DE LA IA EN MARKETING

#### ¿Para qué se usa la IA en marketing?

En %

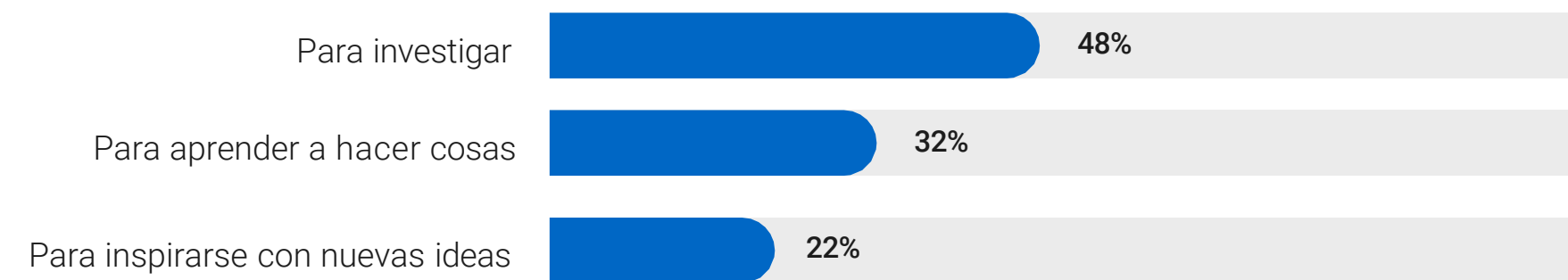
Los profesionales del marketing dedican una media de 5 horas al día a tareas repetitivas y manuales, como la búsqueda de palabras clave, la limpieza de datos, la creación de listas o el análisis de datos no procesados. **Con la implementación de herramientas de IA, se estima que los profesionales de marketing pueden llegar a ahorrar hasta 2,5 horas al día en estas tareas tediosas**, lo que se traduce en una mayor eficiencia.

**El 90% de los profesionales de marketing asegura que la IA y la automatización les ayudan dedicar menos tiempo a tareas rutinarias y más a aspectos creativos y estratégicos relacionados con su función.**

Pero las herramientas de Inteligencia Artificial generativa no sólo ayudan a los profesionales de marketing a agilizar tareas, sino que se están convirtiendo en una fuente importante de investigación, aprendizaje e inspiración, para el 48%, 32% y 22% respectivamente.

# 90%

**de los profesionales de marketing** usan la IA y la automatización para dedicar menos tiempo a tareas rutinarias



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Hubspot

03. IA EN MARKETING ADOPCIÓN DE LA IA EN MARKETING

Uso de la IA para la creación y redacción de contenidos

En %

Una de las áreas principales para la que los profesionales de marketing utilizan las herramientas de IA generativa es para la creación de contenido, tanto textos, como imágenes o resúmenes (35,1%).

Gracias a este uso estratégico, la IA permite a los equipos ahorrar una media de 3 horas por artículo, lo que optimiza enormemente su productividad.

Además, más de uno de cada cinco especialistas en marketing utiliza la IA para resumir contenido y reutilizarlo en diversos canales, un 28% confía en la IA para crear y responder correos electrónicos de manera eficiente y un 25% emplea IA para describir productos.

Sin embargo, el contenido generado por IA no es siempre perfecto, ya que el 96% de las veces requiere alguna forma de edición antes de su publicación

Pese a ello, el 83% de los profesionales del marketing destaca que la IA les permite crear mucho más contenido del que podrían sin ella.

35%

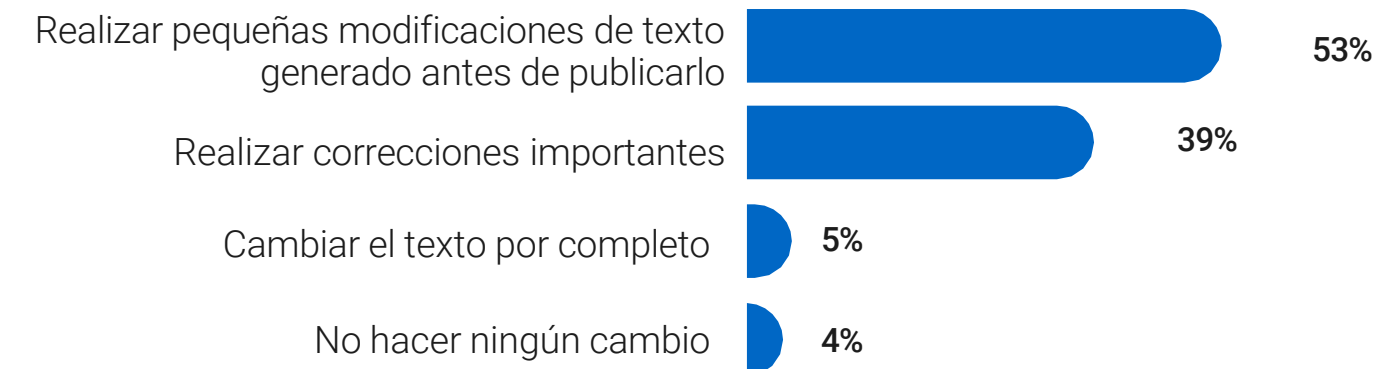
de los profesionales de marketing usan la IA para la creación o redacción de contenidos

28%

de los profesionales de marketing usan la IA para crear y responder correos electrónicos

96%

de los profesionales de marketing creen que el contenido generado por la IA no tiene todo lo necesario para ser publicado



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Influencer Marketing Hub y Hubspot

### 03. IA EN MARKETING ADOPCIÓN DE LA IA EN MARKETING

#### Uso de la IA para el análisis de datos

En %

El uso de la IA para el análisis de datos también está tomando relevancia, con el **45% de los profesionales empleándola para incluir datos en informes**, lo que facilita una toma de decisiones más informada.

También debemos resaltar que otro **37% ya utiliza la IA para analizar blogs y generar insights valiosos**.

#### Uso de la IA para SEO

En el ámbito del SEO, un 37% utiliza IA para ahorrar tiempo y automatizar tareas complejas como la asignación de conjuntos de palabras clave más

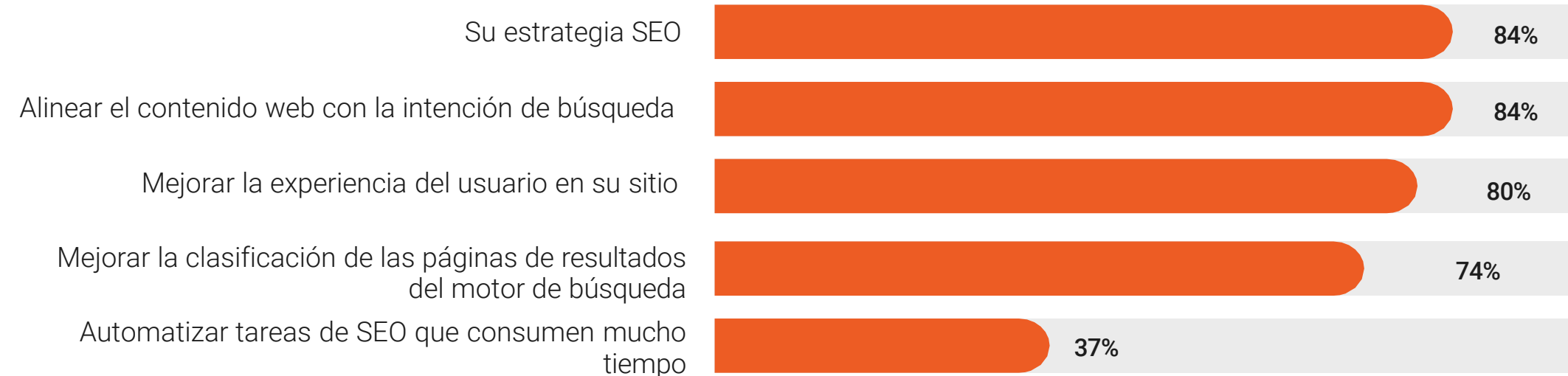
largos y descriptivos o la generación de enlaces internos.

También la utilizan para **optimizar su sitio web para SEO (84%), mejorar la experiencia del usuario (80%) y mejorar la clasificación de las páginas de resultados de los motores de búsqueda (74%)**.

Los profesionales del marketing utilizan la IA para:



Los profesionales del marketing afirman que la IA y la automatización son muy eficaces para:



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Hubspot

## 03. IA EN MARKETING ADOPCIÓN DE LA IA EN MARKETING

## Uso de la IA para SEO

En %

Aunque Google sigue liderando el proceso de investigación de productos en el entorno online, con un 45%, de los consumidores utilizándolo para ello, seguido por marketplaces como Amazon (26%), **un 40% de los consumidores utilizan de manera regular servicios de IA generativa, como ChatGPT, para buscar e investigar sobre productos en el entorno online.**

De estos, el 17 % considera la IA como su principal fuente de información para tomar decisiones de compra.

Por eso, **el 47% de las marcas creen que la IA y los LLM redefinirán significativamente las estrategias de SEO y que los motores de búsqueda basados en IA alterarán drásticamente el comportamiento del consumidor**, ofreciendo búsquedas más personalizadas (40%) y aumentando la confianza en los resultados de búsqueda para los consumidores (25%).

40%

**de los consumidores** usan herramientas de IA para la búsqueda e investigación de productos

47%

**de las marcas** creen que la IA redefinirá drásticamente las estrategias SEO

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Storyblok

## 03. IA EN MARKETING ADOPCIÓN DE LA IA EN MARKETING

## Uso de la IA en Redes Sociales

En %

Otro uso común de la IA en marketing es para la gestión de redes sociales. De hecho, **un 31% de los profesionales ya utiliza la IA para ahorrar tiempo en la creación de contenido en redes sociales.**

Además, **el 51,9% de los especialistas en marketing ya están utilizando IA en TikTok Shop** para impulsar sus estrategias comerciales y el mismo porcentaje está considerando **incorporar avatares generados por IA en sus campañas de TikTok**, lo que refleja el creciente interés en herramientas impulsadas por IA para mejorar la interacción visual y el engagement.

Por otro lado, **el 63% de los profesionales de marketing están aprovechando las herramientas de IA de YouTube para la optimización de contenido**, lo que subraya el papel crucial de la IA en la creación de contenido eficaz y en la personalización de experiencias digitales en múltiples plataformas sociales.

31%

**de los profesionales de marketing usan la IA para ahorrar tiempo en la creación de contenidos en redes sociales**



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Influencer Marketing Hub

## 03. IA EN MARKETING ADOPCIÓN DE LA IA EN MARKETING

## Uso de la IA en el marketing de Influencers

En %

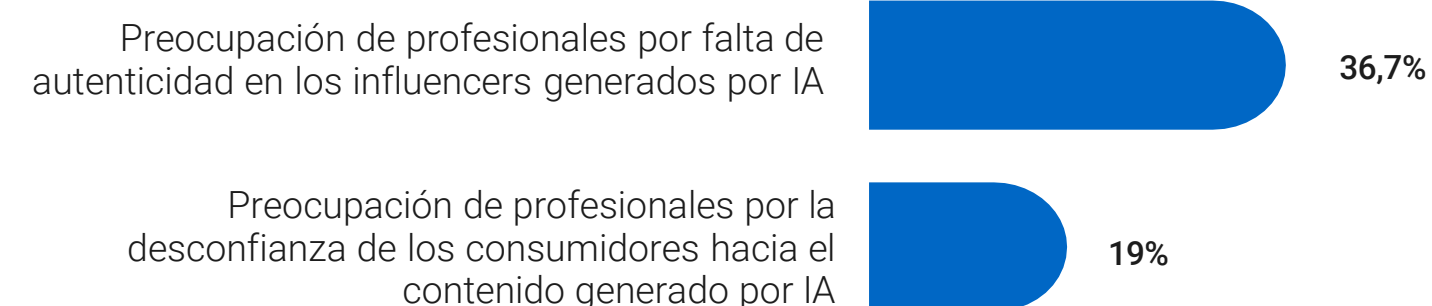
La mayoría de los especialistas en marketing tiene una visión favorable sobre el uso de la inteligencia artificial en el ámbito del marketing de influencers, tanto para **la mejora de la eficiencia como para la personalización de las interacciones** o incluso por **la creación de influencers generados por IA**.

El **54,8%** de los profesionales del marketing considera que la IA puede optimizar la eficiencia y personalización, lo que permitirá a las marcas conectar de manera más efectiva con su audiencia y simplificar sus esfuerzos de marketing.

Sin embargo, **el 36,7% de los especialistas en marketing muestra preocupación por la falta de autenticidad de los influencers generados por IA**, lo que podría afectar la confianza de los consumidores y **un 19% está preocupado por la desconfianza de los consumidores hacia el contenido generado por IA**.

55%

de los profesionales de marketing consideran que la IA puede optimizar la eficiencia y la personalización



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Influencer Marketing Hub



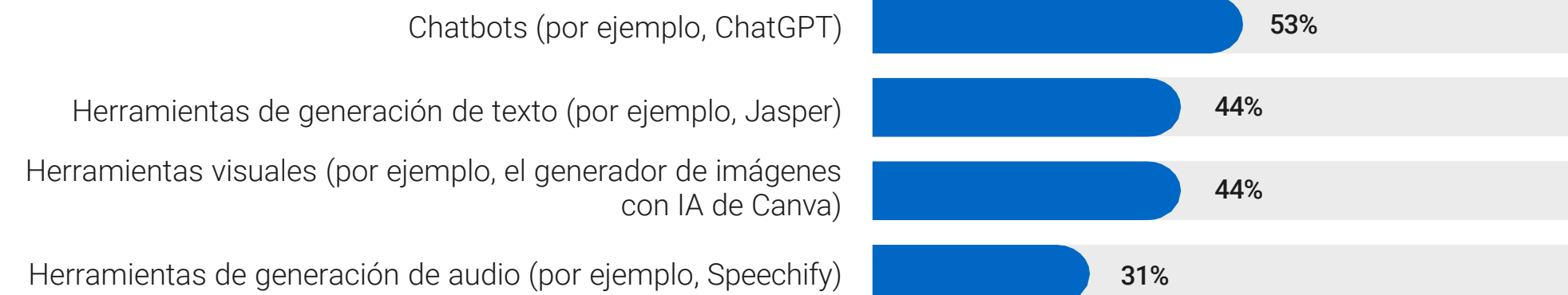
## 03. IA EN MARKETING ADOPCIÓN DE LA IA EN MARKETING

## Herramientas de IA generativa utilizadas por los profesionales de marketing

En %

En cuanto a las aplicaciones de IA más utilizadas por los profesionales de marketing destacan los **chatbots como ChatGPT** con un 53% de adopción, seguidas de **herramientas de generación de textos como Jasper**, con un 44%, que permiten agilizar la creación de contenido y **herramientas visuales, como los generadores de imágenes de IA en Canva**.

Las **herramientas de generación de audio, como Speechify**, también son utilizadas por un 31% de los profesionales.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Hubspot

03. IA EN MARKETING

# IMPACTO DE LA IA EN LOS RESULTADOS DE MARKETING

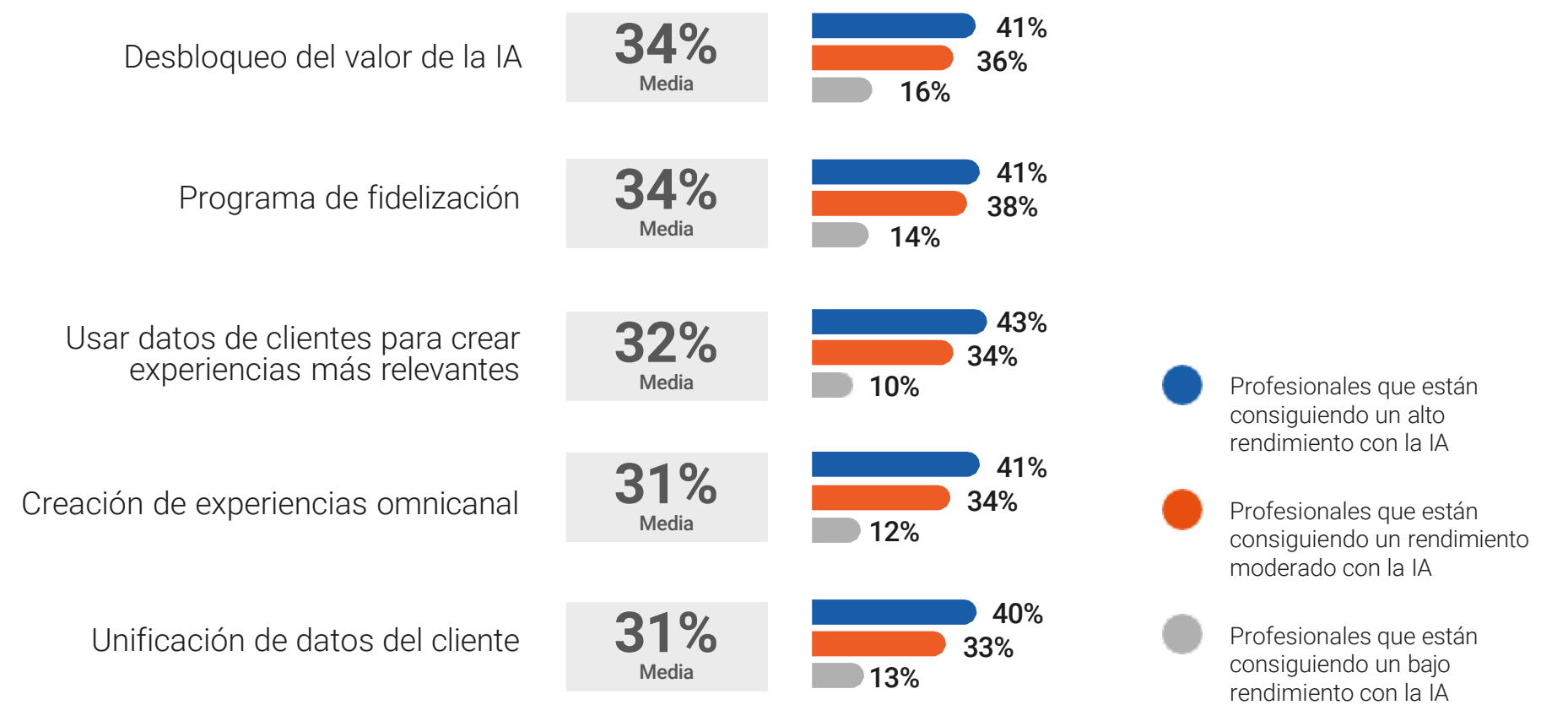
Actualmente, parece que el uso de la IA en marketing no siempre está generando los resultados esperados.

Solo el 34% de los profesionales que ha implementado la IA en marketing está completamente satisfecho con su capacidad para aprovechar todo el potencial de la IA y un 32% lo está con el uso de los datos de los clientes para crear experiencias más relevantes a través de la inteligencia artificial.

Sin embargo, aquellos que aún se encuentran en fases iniciales de implementación todavía tienen dificultades para obtener buenos resultados con esta tecnología.

## ¿Están satisfechos los especialistas en marketing con los resultados de la IA?

En %



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Salesforce

### 03. IA EN MARKETING IMPACTO DE LA IA EN LOS RESULTADOS DE MARKETING

#### Principales preocupaciones de los especialistas en marketing en relación con la IA

La exposición o filtración de datos, las cuestiones de derechos de autor y propiedad intelectual o el riesgo de sesgos y la falta de precisión de los resultados son algunas de las principales preocupaciones de los profesionales de marketing a la hora de implantar la IA en sus organizaciones.

Además, aprender a utilizar esta tecnología requiere tiempo y recursos, lo que representa otro desafío, que se une al de tener una estrategia clara y evitar que la adopción de la IA afecte a la coherencia de la identidad de marca.

Aunque también existe el temor de que la IA pueda reemplazar empleos humanos, **el 68% de los profesionales de marketing no temen que la IA los sustituya**. Un 32,7% de los especialistas en marketing creen que la estrategia y la toma de decisiones permanecerán en manos humanas a pesar de los avances en IA.

1. Exposición o filtración de datos
2. Falta de datos necesarios
3. Falta de estrategia o casos de uso claros
4. Resultados inexactos
5. Preocupaciones sobre derechos de autor o propiedad intelectual
6. Desconfianza en la IA generativa
7. Sesgos en los resultados
8. Temor de que la IA reemplace los trabajos humanos
9. Cumplimiento de directrices de marca
10. Dificultad para aprender a usar la tecnología
11. Impactos ambientales

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Influencer Marketing Hub

### 03. IA EN MARKETING IMPACTO DE LA IA EN LOS RESULTADOS DE MARKETING

#### Principales preocupaciones de los especialistas en marketing en relación con la IA

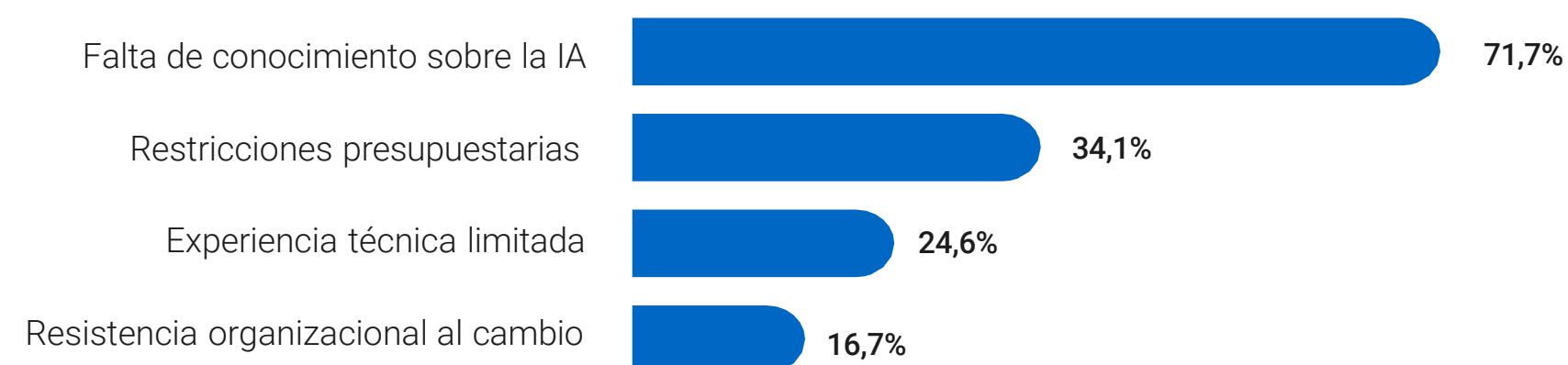
En %

Pese al aumento generalizado del uso de estas herramientas, **la falta de conocimiento sobre la IA sigue siendo el principal obstáculo para su adopción en el marketing.** La rápida evolución de esta tecnología y el surgimiento continuo de nuevas herramientas ha hecho que esta sensación de falta de conocimiento, en lugar de reducirse, haya aumentado en el último año.

**Mientras que, en 2023, el 41,9% de los profesionales de marketing consideraba este desconocimiento una barrera, en 2024 la cifra asciende al 71,7%.**

Este incremento resalta que, a medida que las tecnologías de IA avanzan, también lo hacen las preocupaciones de los profesionales de marketing por mantenerse actualizados.

**Las limitaciones presupuestarias que afectan al 34,1% de los profesionales del sector, la falta de experiencia técnica (24,6%) y la resistencia organizacional al cambio (16,7%)** son otras de las barreras que frenan esta adopción.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Influencer Marketing Hub y Salesforce

## 03. IA EN MARKETING

EL FUTURO DE LA  
IA EN MARKETING

El futuro del uso de la inteligencia artificial en marketing promete ser transformador y abrirá nuevas oportunidades tanto para las marcas como para los consumidores. La IA no solo se limitará a automatizar tareas y procesos, sino que evolucionará para ofrecer experiencias hiperpersonalizadas que adapten productos, mensajes y servicios en tiempo real, anticipándose a las necesidades y deseos de los consumidores.

A medida que las capacidades de análisis predictivo y aprendizaje profundo se hagan más accesibles, los profesionales del marketing podrán basar sus estrategias en datos y patrones de comportamiento cada vez más precisos.

Además, el uso de IA permitirá una mayor creatividad impulsada por herramientas de generación de contenido y diseño asistido por algoritmos, lo que ayudará a los equipos a innovar de manera más rápida y con menos barreras técnicas.

Sin embargo, para aprovechar al máximo este potencial, los profesionales deben enfocarse en aprender y desarrollar conocimientos sobre IA. La constante evolución de estas herramientas hace que el proceso de aprendizaje sea un desafío, pero es esencial para aprovechar plenamente las ventajas de esta tecnología.

El reto será equilibrar este crecimiento del uso de la IA con prácticas éticas y de privacidad, asegurando que la tecnología fortalezca la confianza del consumidor y no la debilite.

2026

80%

**de los creativos y  
profesionales del marketing**  
utilizarán la IA en sus tareas  
diarias

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Gartner

04.

# IA EN BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS

## 04. IA EN BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS

# ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR FINANCIERO

Uno de los sectores que más está transformando la IA a nivel mundial es el financiero.

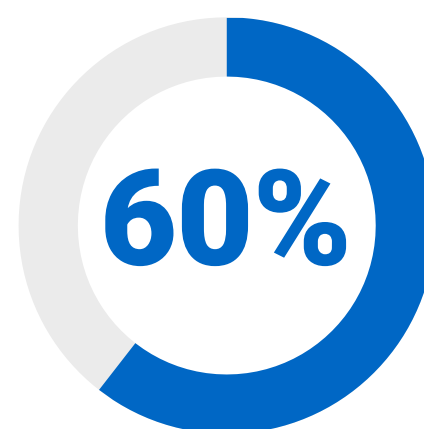
En 2024, el 60% de los bancos a nivel mundial ya ha integrado la IA generativa en sus operaciones. De ellos, el 17% ya la ha implementado de forma integral y el 23% la utiliza a diario en algún área.

Además, un 38% de los bancos planea implementar esta tecnología en los próximos dos años, y solo un 2% de los líderes bancarios no tiene planes para adoptarla.

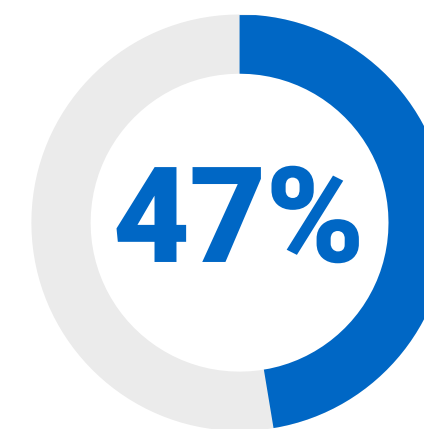
Entre los departamentos que más emplean esta tecnología en los bancos, destacan marketing, con un 47% de adopción, seguido de IT con un 39% y ventas con un 36%.

## Uso de la IA generativa en banca en el mundo

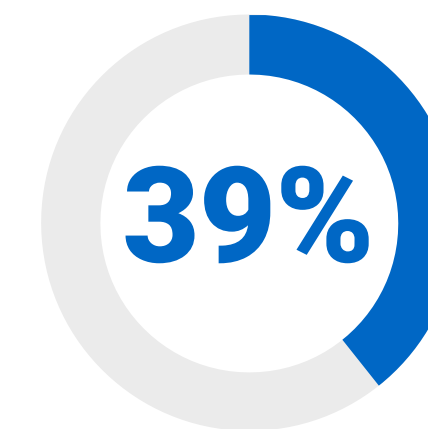
En %



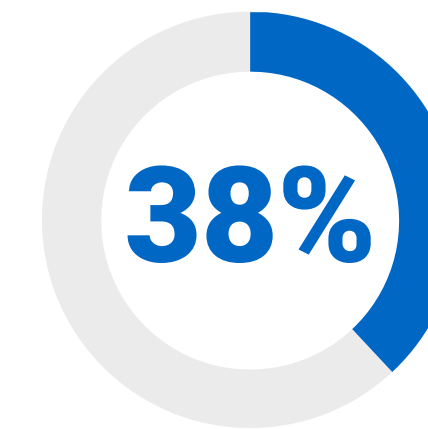
de los bancos está utilizado IA generativa, siendo junto al sector asegurador, la industria con la tasa de adopción más alta.



de los bancos que han implementado la IA generativa para al menos una función, lo han hecho en los departamentos de marketing



de los departamentos de IT utilizan IA generativa. Seguidos por el 36% de los departamentos de ventas



de los bancos tienen la intención de empezar a utilizar IA generativa en los próximos dos años o antes. Sólo el 2% de los líderes bancarios no tiene planes de hacerlo.

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Gartner

## 04. IA EN BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR FINANCIERO

### Adopción de la IA por los bancos europeos

En %

Y los datos de Europa aún son mejores. Según el catedrático Santiago Carbó, actualmente **el 83% de los bancos europeos ya utiliza IA, una cifra que se eleva al 98,3% si se consideran las entidades que se encuentran en diferentes fases de implementación.**

Este avance marca un crecimiento significativo en comparación con hace seis años, cuando solo la mitad de las entidades bancarias europeas empleaba esta tecnología.

Las aplicaciones más comunes de la IA en el sector financiero incluyen el **trading algorítmico**, que permite ejecutar operaciones financieras de manera automática, **los robo-advisors**, asesores automatizados que optimizan las inversiones y **la detección de fraudes**, donde la IA identifica patrones sospechosos en tiempo real, mejorando la seguridad y reduciendo los riesgos.

### Bancos europeos que ya están utilizando la IA

En %

**83%**

**de los bancos europeos  
utilizan la IA**



## 04. IA EN BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR FINANCIERO

### Beneficios del uso de la IA para los profesionales de banca

En %

La IA no solo está revolucionando la eficiencia operativa, sino también la forma en que los bancos interactúan con sus clientes y gestionan el riesgo.

Áreas como **la planificación financiera personalizada, la detección de fraude o blanqueo de dinero y la automatización de procesos** se están viendo impactadas por esta tecnología que, a corto plazo, permite a las entidades financieras optimizar el diseño de productos y mejorar las experiencias de los consumidores, mientras que a largo se prevé que mejore la capacidad de anticipación, predicción y personalización de soluciones.

Los profesionales del sector tienen claros los beneficios del uso de la IA: **el 90% de los profesionales de banca que han implementado la IA han visto mejoras en la satisfacción y experiencia de los empleados, el 88% indica mejoras en la gestión de riesgos y el cumplimiento de normativas y el 85% destaca el ahorro de tiempo y la reducción de costes.**



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de SAS

## 04. IA EN BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR FINANCIERO

## Potencial y aplicaciones de la IA generativa en banca

Entre los principales casos de uso de la IA generativa en el sector bancario se encuentran **la automatización de operaciones para clientes, la aceleración en el desarrollo de código, la generación de contenido y la implementación de expertos virtuales.**

- ▶ **Bankinter** utiliza IA generativa para comparar documentos, analizar textos y facilitar la comunicación, en colaboración con Azure OpenAI de Microsoft.
- ▶ **Santander** emplea IA para el manejo de grandes volúmenes de datos de clientes, mejorando patrones analíticos y optimizando código en conjunto con ChatGPT y Anthropic de Amazon.
- ▶ **Morgan Stanley** aplica IA generativa para realizar búsquedas detalladas sobre estrategias de inversión y análisis de mercado en su gestión de patrimonio, usando GPT-4 de OpenAI.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de varias fuentes

## 04. IA EN BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR FINANCIERO


## Uso de la IA en la industria hipotecaria

La integración de **asistentes virtuales, calculadoras de crédito y plataformas inteligentes** permite a las instituciones financieras automatizar la evaluación crediticia mediante algoritmos de IA y reducir la carga de datos, gracias a la recopilación y verificación de datos de manera digital. Este enfoque no solo mejora la eficiencia y la precisión, sino que también ofrece a los clientes una experiencia más ágil y personalizada a lo largo del ciclo de solicitud hipotecaria.

**El uso de la IA puede impulsar un crecimiento de los ingresos anuales del sector crediticio de entre un 2,8% y un 4,7%, según McKinsey.**

**Según BCG**, la personalización impulsada por IA en el sector de préstamos y banca puede **duplicar la tasa de venta cruzada, mejorar la conversión de clientes potenciales y reducir la deserción de clientes en al menos un 10%**.

Además, el procesamiento inteligente de documentos (IDP) puede **incrementar la tasa de conversión en solicitudes de hipotecas hasta en un 3%**.



**2,8% - 4,7%**

**Expectativas de crecimiento de los ingresos anuales del sector crediticio gracias a la IA**

lo que equivaldría a **200 mil millones - 340 mil millones** de dólares en ingresos anuales.

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de McKinsey

## 04. IA EN BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR FINANCIERO

## Uso de la IA en la gestión de patrimonio

Una de las principales ventajas del uso de la IA para la gestión de patrimonio es su capacidad para **analizar grandes conjuntos de datos** de manera eficiente y rápida y su potencial para **facilitar la personalización de estrategias de inversión**, ajustando las recomendaciones a las necesidades individuales de cada cliente.

Pero sus aplicaciones son muchas más. Gracias a la IA se pueden **automatizar tareas repetitivas y rutinarias**, lo que permite a los profesionales enfocarse en el análisis estratégico. También permite **optimizar la eficiencia operativa**, realizar **análisis predictivos en inversiones** y **gestionar de manera más efectiva la atención al cliente**, generando un impacto positivo en la satisfacción y rentabilidad del cliente.

La aplicación de la IA generativa en la gestión patrimonial puede generar **ganancias potenciales de productividad en la gestión del patrimonio de entre un 30% y un 40% para los asesores**, según Oliver Wyman.

 Investigación de inversiones y gestión de carteras	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Sintetizar informes de inversión</li> <li>▶ Borradores sobre posibilidades de inversión</li> <li>▶ Traducir, resumir y ampliar informes de investigación</li> <li>▶ Ayuda con la programación informática para automatizar la gestión de datos</li> </ul>
 Gestión patrimonial	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Redacción de asesoramiento personalizado para clientes</li> </ul>
 Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Producir contenido de inversión para clientes</li> <li>▶ Crear comunicados de prensa y contenido de marketing online</li> </ul>
 Atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Responder a consultas de clientes</li> <li>▶ Realizar análisis de satisfacción sobre la interacción con clientes</li> </ul>
 Legal y Cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Borradores de contratos</li> <li>▶ Revisión de documentos de marketing para verificar que cumplen con las normas establecidas</li> <li>▶ Brainstorming para el programa de cumplimiento</li> </ul>
 Eficiencia operativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Automatización de la documentación rutinaria, el procesamiento de datos y otras tareas</li> <li>▶ Optimización de la ejecución comercial en base a instrucciones en lenguaje natural</li> </ul>

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de CFA Institute

## 04. IA EN BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR FINANCIERO

### Barreras y preocupaciones de la adopción de la IA en banca

En %

Entre los desafíos y preocupaciones de la implementación de la IA en banca destaca la **privacidad y la seguridad de los datos**, considerados como su principal preocupación para un 74% y un 71% de los profesionales del sector respectivamente.

La **precisión de los resultados (55%)**, la **dependencia excesiva de la IA generativa (53%)** a o la **falta de habilidades internas (53%)** son otros puntos críticos que el sector bancario considera prioritarios en su adopción tecnológica.

Aunque la tecnología y los datos necesarios están disponibles, la plena adopción de la IA en el sector financiero depende también del incremento en la aceptación, confianza y familiaridad de los clientes con estos servicios, así como la aceptación regulatoria.

Si se logran superar estos desafíos, se espera un crecimiento del uso de la IA a medio largo plazo lo que podría consolidar el papel de esta tecnología en la transformación de los servicios financieros y la banca.

De hecho, PwC aún considera moderado el impacto actual de la inteligencia artificial en el sector de los servicios financieros y la banca, con una puntuación de impacto de consumo de IA de 2.5 sobre 5 en el caso de la banca y 2.8 sobre 5 para servicios financieros en general. Esto indica que **aún queda mucho recorrido para maximizar la efectividad de la IA en estos sectores.**



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de SAS

## 04. IA EN BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR FINANCIERO

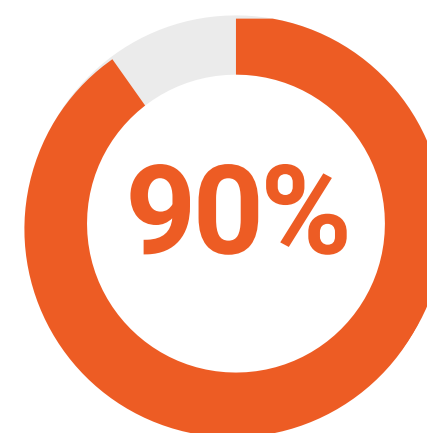
## Perspectivas de inversión y resultados del uso de la IA en banca para 2025

En %

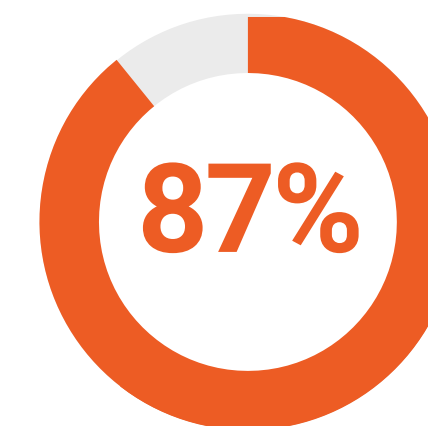
La banca confía en la IA y continuará trabajando en la integración estratégica de esta tecnología en sus operaciones.

De hecho, **un 87% de las entidades financieras en el mundo planea realizar inversiones en esta tecnología durante el próximo año** y un **90% de los bancos que están invirtiendo en IA cuenta ya con un presupuesto específico para esta tecnología para 2025.**

Los profesionales del sector muestran un gran entusiasmo hacia el potencial transformador de la IA en sus entidades siendo un **el 58% los que esperan que su uso mejore la precisión en el análisis predictivo**, un **56% los que creen que esta tecnología impulse la innovación**, ayudándoles a mantener una ventaja competitiva y un **54% los que consideran que mejorará la personalización y el compromiso con sus clientes**, optimizando la experiencia y el retorno sobre la inversión en marketing.



**Número de bancos** que invierten y que tienen un presupuesto dedicado a IA generativa para el próximo año



**Número de bancos** que planean destinar fondos a la IA generativa en el próximo año

58%

**de los profesionales del sector bancario** creen que la implementación de la IA generativa generará mejoras medibles en la precisión de sus análisis predictivos.

56%

**de los profesionales del sector bancario** esperan que la IA generativa impulse la innovación y les ayude a mantener una ventaja competitiva en el mercado.

54%

**de los profesionales del sector** piensan que la IA generativa mejorará la personalización y el compromiso de sus clientes

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de SAS

## 04. IA EN BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS

# ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR FINANCIERO ESPAÑOL

## Uso de la IA en el sector financiero español

En %

El conocimiento de la IA por parte del sector financiero español es amplio: Un 74% de las empresas de servicios financieros tiene un conocimiento profundo de esta tecnología y comprende sus implicaciones mientras que un 79% afirma estar familiarizado con la IA.

Las aplicaciones principales de la IA en el sector son, principalmente, para servicio al cliente (45%), detección de fraudes (41%) análisis predictivo (40%).

Del 53% de las empresas de servicios financieros que utilizan IA, un 33% que emplea varias herramientas de IA de manera constante y un 19% que utiliza una única herramienta.

# 53%

**de las empresas del  
sector financiero  
utilizan la IA**

De ellas

- ▶ Un **45%** utiliza la IA para atención al cliente
- ▶ Un **41%** utiliza la IA para detección de fraude
- ▶ Un **40%** utiliza la IA para análisis predictivo

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Amazon Web Services

04. IA EN BANCA Y SERVICIOS FINANCIEROS

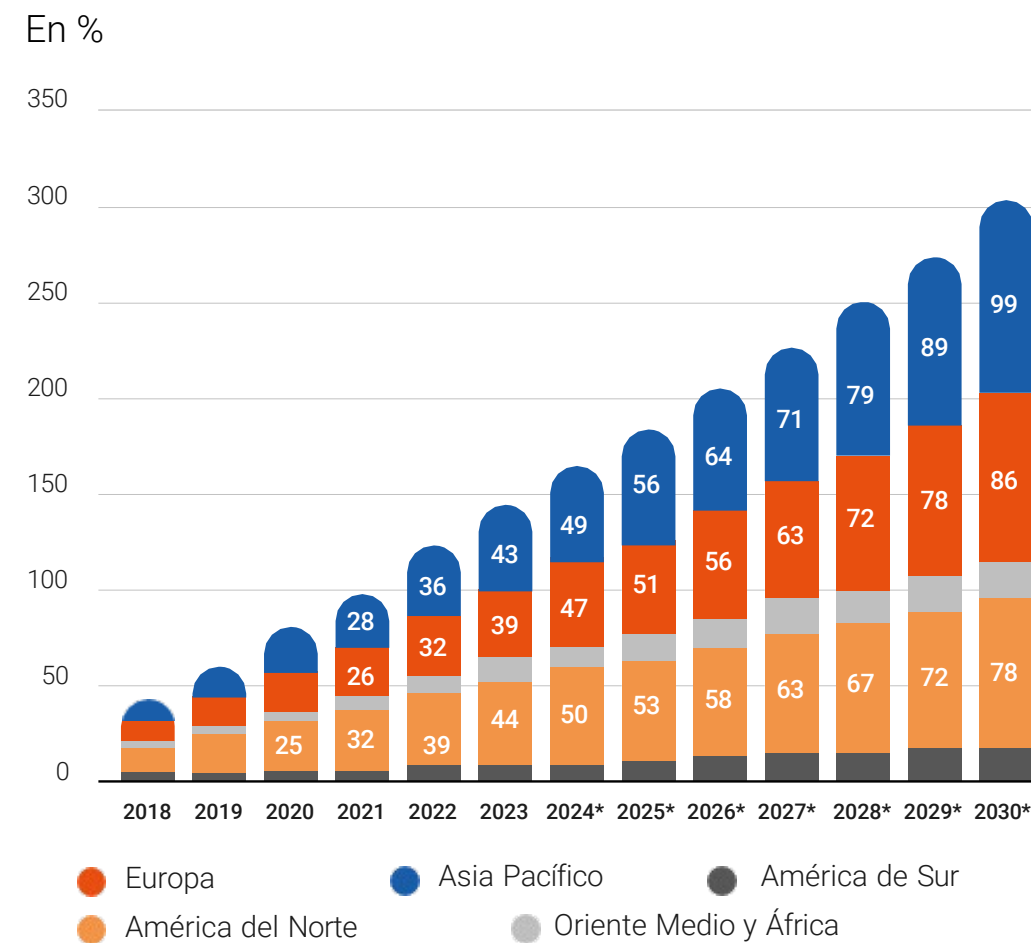
# EL FUTURO DE LA IA EN BANCA Y FINANZAS

Para 2025, el porcentaje de negocios financieros que no planea utilizar IA disminuirá a solo un 3%, lo que indica una tendencia clara hacia la integración cada vez más profunda de la IA en el sector financiero.

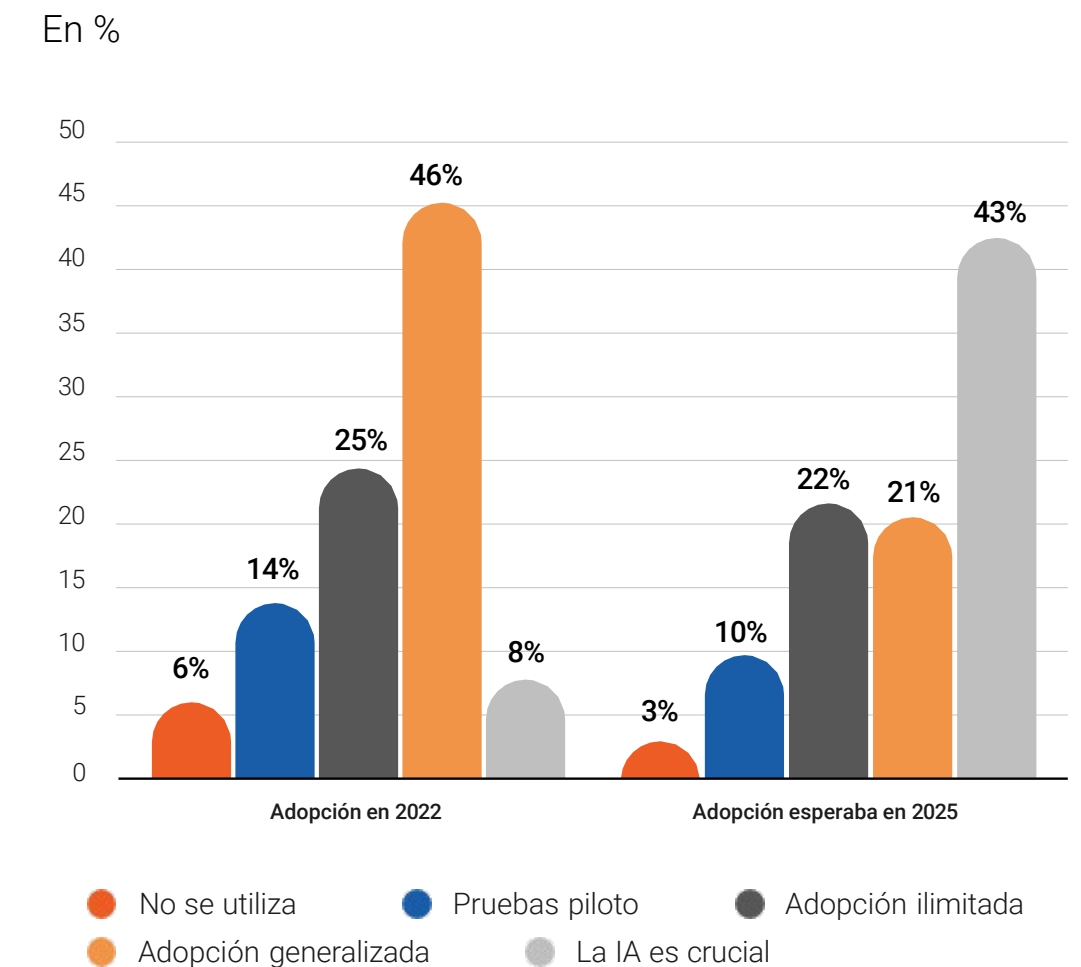
Además, un 43% de los negocios financieros considerará la IA crucial en sus operaciones y la adopción generalizada en estas organizaciones será de un 21%.

Las expectativas indican que el valor comercial generado por la inteligencia artificial en el sector bancario a nivel mundial superará el año que viene los 150 mil millones de dólares.

Valor comercial generado por la IA en el sector bancario a nivel mundial del 2018 a 2030



Tasa de adopción de la IA en los negocios financieros a nivel mundial de 2022 a 2025



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Insider Intelligence y Statista



05.

# IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

## 05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

# ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

La inteligencia artificial generativa también está ganando terreno en el sector asegurador. Su capacidad para ayudar a las aseguradoras a reducir las tareas repetitivas y optimizar sus servicios dibuja un nuevo escenario para los profesionales del sector que, según un estudio de Accenture, dedican una media del 40% de su tiempo a tareas administrativas.

Actualmente, un 60% de las compañías de seguros en el mundo utiliza la IA. Sin embargo, un 49% de éstas todavía se encuentra en proceso de implementación.

Se prevé que para 2031, el tamaño del mercado mundial de la IA en seguros, (que estaba valorado en 2.740 millones de dólares en 2021), alcance los 45.740 millones de dólares, según Allied Market Research.

## Adopción de la IA en el sector asegurador en el mundo

En %

# 60%

**de las empresas del sector seguros utilizan la IA**

De ellas, un 49% todavía se encuentra en proceso de implementación

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de SAS

## 05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

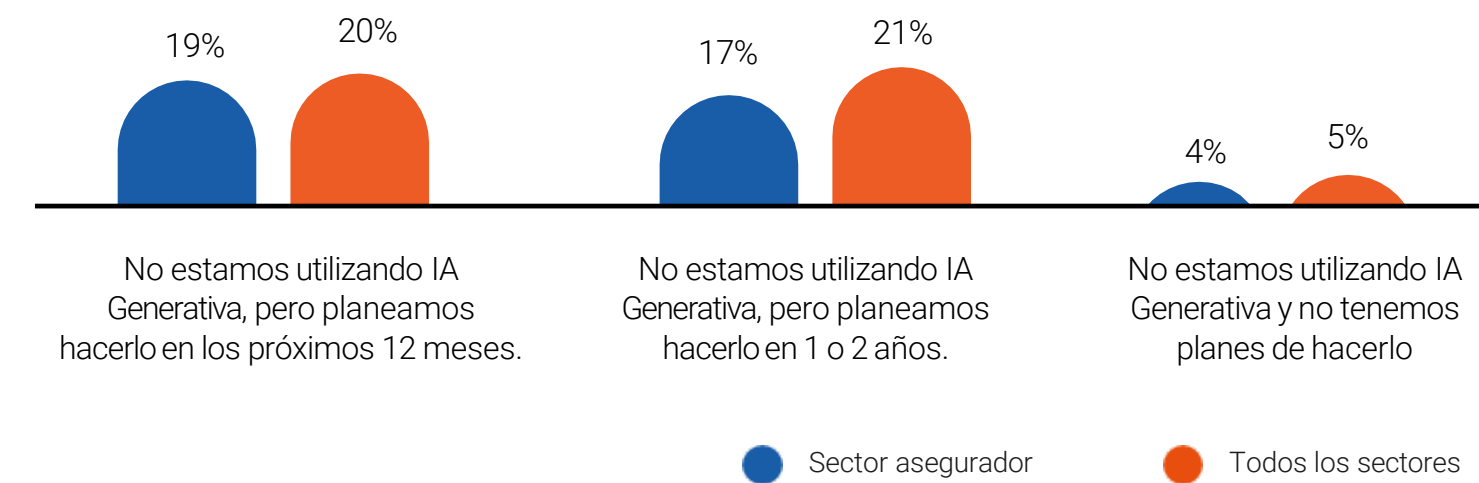
## Grado de implementación de la IA entre los profesionales del seguro

En %

Un **89%** de los profesionales del sector comprenden el potencial de esta tecnología. Por eso, al margen del nivel de adopción actual, la IA está en los planes de futuro de prácticamente todas las aseguradoras en el mundo.

Un **19%** de las compañías aseguradoras que aún no han implementado el uso de la IA prevé hacerlo en el próximo año y un **17%** pretende abordar esta adopción de aquí a 2 años.

Solo un **4%** de las aseguradoras no tiene planes de adoptar esta tecnología en el futuro cercano.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de SAS

## 05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

## Principales usos de la IA en el sector asegurador

**Mejorar la eficiencia operativa, personalizar la experiencia del cliente y optimizar la gestión de riesgos** son algunas de las áreas para las que el sector asegurador utiliza la IA generativa.

Entre las principales aplicaciones se encuentra **la automatización de la atención al cliente** (mediante el uso de chatbots y asistentes virtuales impulsados por IA), **el procesamiento y automatización de reclamaciones, la identificación de patrones sospechosos en las reclamaciones**, (ayudando a las aseguradoras a detectar fraudes de manera proactiva) o **la generación de contenido**.

Además, la IA generativa permite **analizar grandes volúmenes de datos de clientes para personalizar las ofertas y recomendaciones de seguros**. Esto ayuda a las aseguradoras a crear productos más ajustados a las necesidades específicas de cada cliente, mejorando la satisfacción y la retención.



Chatbots y asistentes virtuales



Detección de fraudes



Generación de contenidos



Personalización de oferta

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de SAS

05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

Grado de preparación de las aseguradoras para cumplir con las normativas relacionada con la IA

En %

La creciente adopción de la inteligencia artificial en el sector asegurador plantea nuevos retos, especialmente en lo relacionado con el cumplimiento de normativas y la gobernanza de la IA.

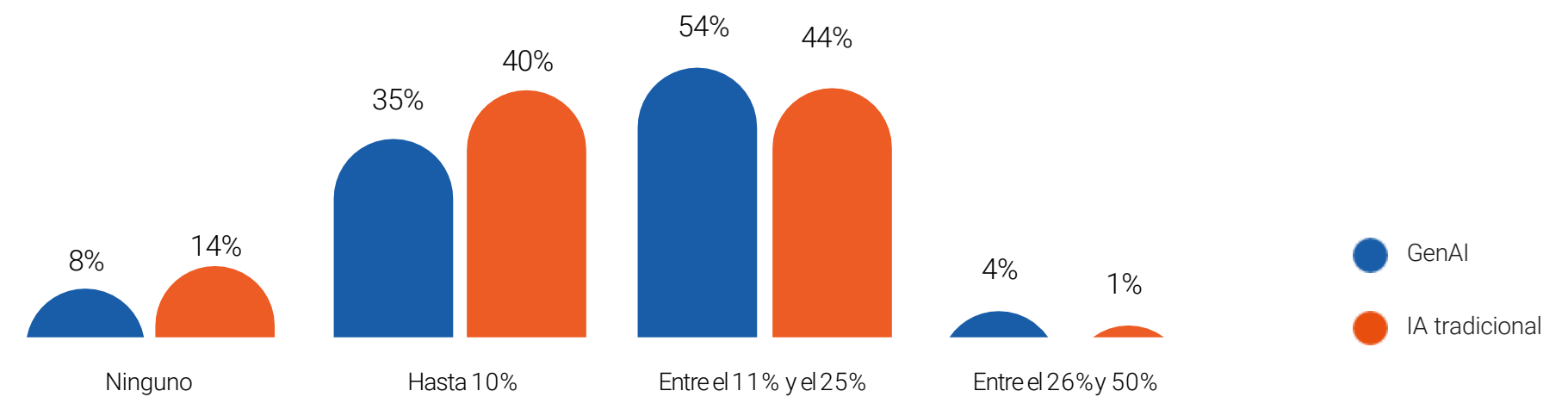
En términos generales, **el 85% de las aseguradoras que ya utilizan IA generativa consideran que están moderada o completamente preparadas para cumplir con las regulaciones emergentes en este ámbito.**

Sin embargo, solo el 31% de las aseguradoras que planean implementar esta tecnología creen estar preparadas en este sentido.

Por otra parte, aunque el 68% de las aseguradoras utiliza IA generativa al menos una vez por semana en sus actividades profesionales, **los presupuestos destinados a gobernanza y capacitación representan menos del 10% del gasto total.**

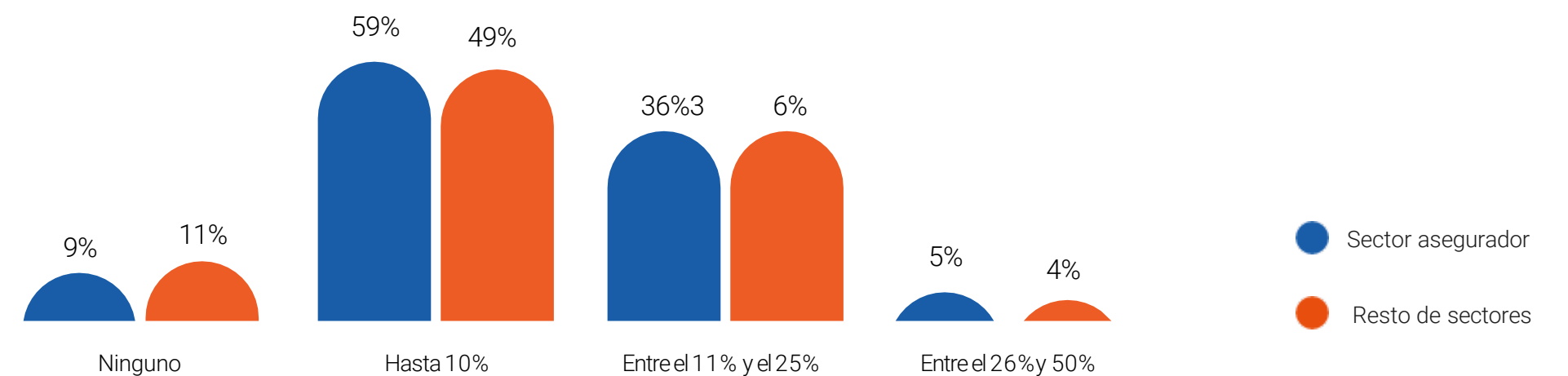
Además, únicamente el 8% de las aseguradoras cuenta con un nivel de formación alto en esta área, mientras que el 54% describe su capacitación como “mínima”.

Nivel de formación en gobernanza y monitorización



Presupuesto de la IA generativa de las aseguradoras destinado a gobernanza y capacitación

% del presupuesto asignado a la gobernanza/monitoreo de GenAI



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de SAS

## 05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

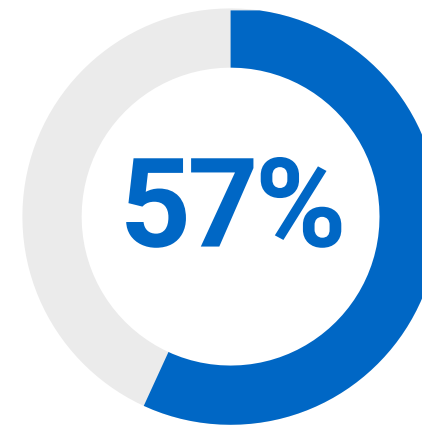
## Estado del marco de gobernanza para IA en el sector asegurador en el mundo

En %

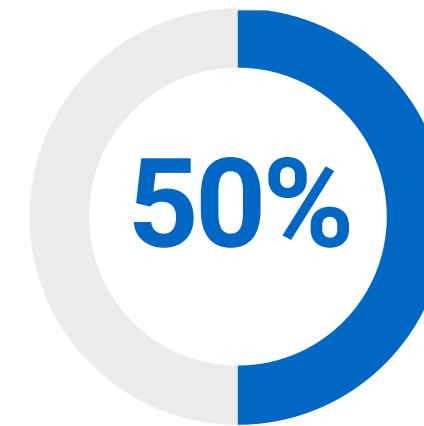
Tan solo un 5% de las empresas del sector asegurador en el mundo considera que su marco de gobernanza para IA está bien establecido y es integral, mientras que un 57% de las aseguradoras afirman que su marco de gobernanza está en desarrollo.

Aunque un alto porcentaje de las aseguradoras que ya invierte en IA o tiene intención de invertir en IA generativa en el próximo año, la mayoría carece de un presupuesto adecuado destinado a la gobernanza de esta tecnología.

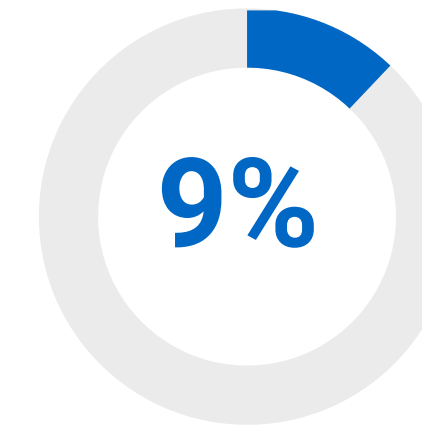
El 50% de las compañías de seguros asigna apenas entre el 1% y el 10% de su presupuesto de IA para la supervisión y gobernanza de la tecnología. La situación es aún más preocupante al observar que el 9% de las aseguradoras no ha asignado ningún presupuesto para gobernanza y monitorización.



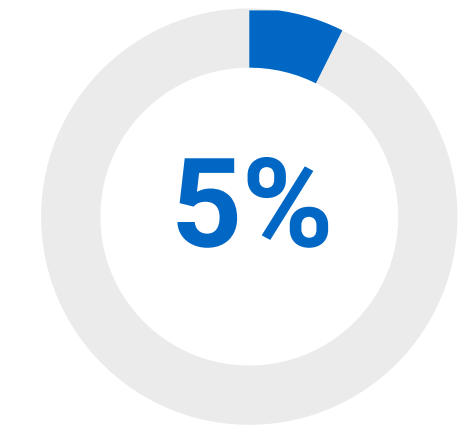
de las aseguradoras indican que su marco de gobernanza está en desarrollo, mientras que el 27% afirma que su marco es informal y no estructurado



de las aseguradoras solo destinan entre el 1% y el 10% de su presupuesto de IA Generativa a gobernanza y monitorización



no ha asignado ningún presupuesto a gobernanza ni monitorización



Solo el 5% describe su marco de gobernanza de IA Generativa como bien establecido y completo

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de SAS

05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

**Barreras y preocupaciones para implementar la IA en el sector asegurador**

En %

Entre los **problemas** a los que se enfrenta el sector para implementar la IA, **un 53% de los profesionales de seguros consideran que el uso efectivo de los conjuntos de datos públicos y privados ha sido un obstáculo** o esperan que lo sea y **un 50% tiene dificultades para implementar IA debido a la ausencia de herramientas adecuadas.**

Junto a estas barreras surgen **las preocupaciones** entre las que se encuentra de nuevo, **la privacidad y la seguridad de los datos** a la cabeza.

Además, surgen **preocupaciones éticas significativas (59%), seguidas por el riesgo de dependencia excesiva de la tecnología (53%) y los desafíos de gobernanza (52%).**

La transparencia y la responsabilidad en el uso de la IA generativa se identifican como obstáculos específicos del sector, donde las limitaciones tecnológicas y la falta de explicabilidad de los resultados son desafíos importantes (50%).

Estas preocupaciones también se ven influenciadas por **una cultura organizacional en la que la resistencia al cambio aún persiste (44%).**



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de SAS

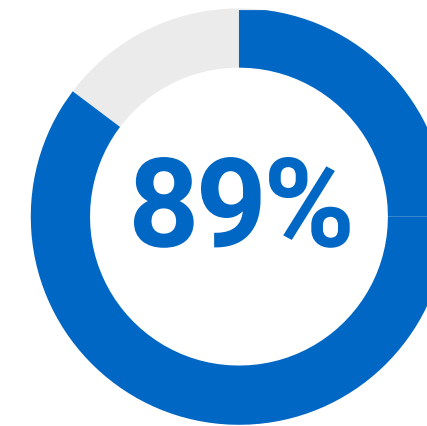
## 05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

### Perspectivas de inversión en la IA para 2025 en el sector asegurador

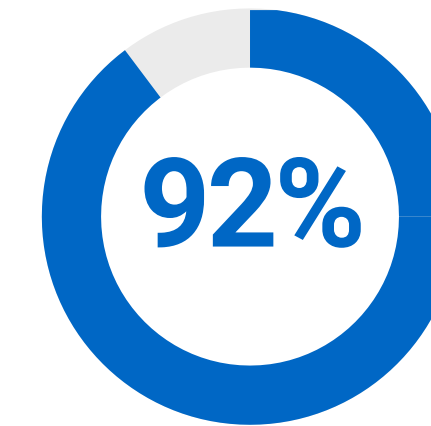
En %

Según las previsiones, **el sector asegurador continuará integrando la IA en sus operaciones a medio plazo para optimizar aún más la personalización de servicios y mejorar el tiempo de respuesta en procesos clave.**

No obstante, para aprovechar completamente el potencial de la IA, el sector deberá superar los desafíos relacionados con la regulación, la inversión en la infraestructura tecnológica adecuada y la gobernanza.



Porcentaje de aseguradoras que planean invertir en IA generativa en el próximo año fiscal



Porcentaje de aseguradoras que están invirtiendo y que tienen un presupuesto dedicado a IA generativa para el próximo año.

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de SAS



05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

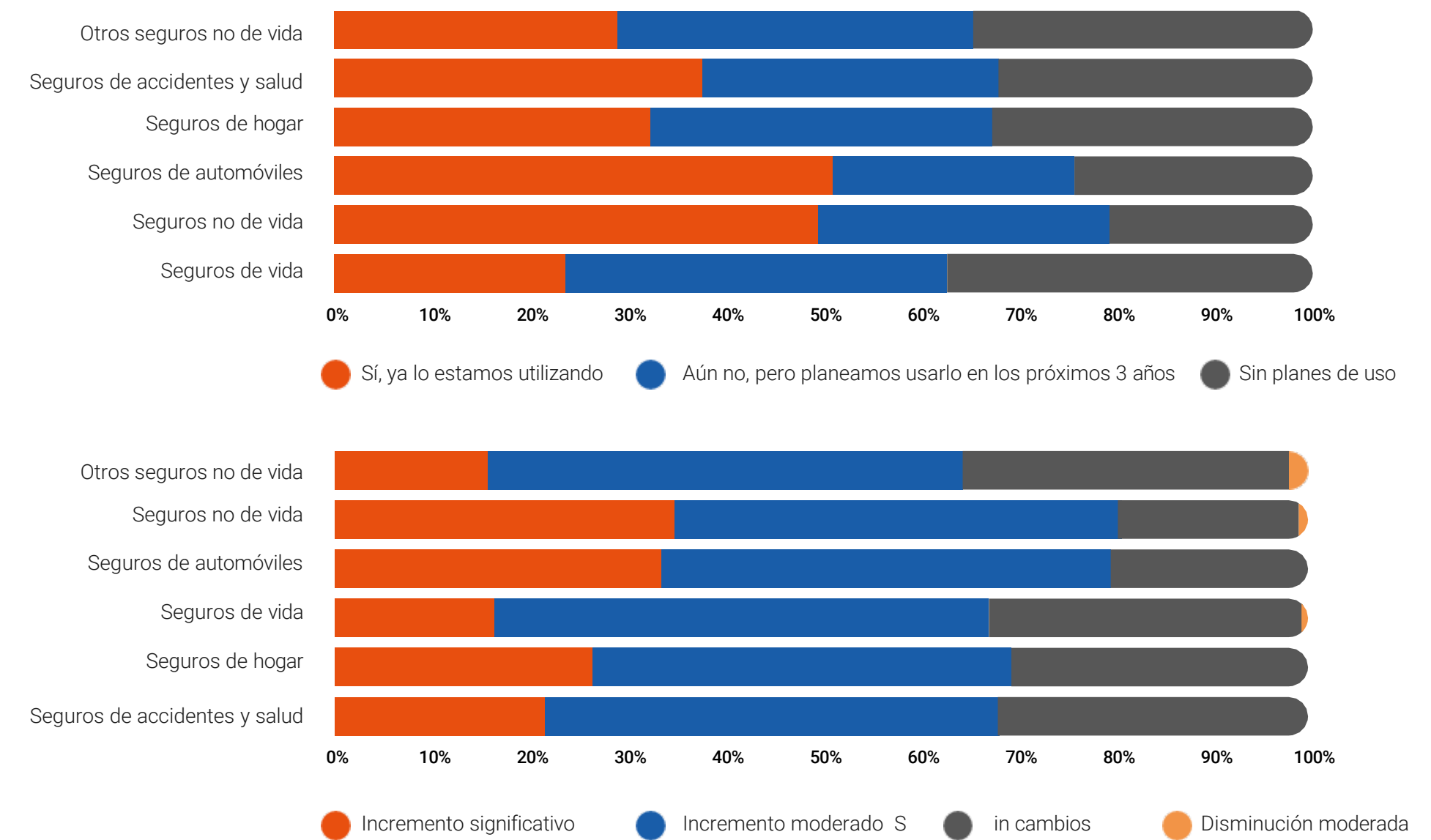
# ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR ASEGURADOR EN EUROPA

Independientemente de su tamaño un 50% de las aseguradoras en Europa están adoptando la inteligencia artificial, principalmente en líneas de negocio de seguros de no vida, como los seguros de coche, accidentes y hogar mientras que en los seguros de vida el uso es menor, alcanzando el 24%.

Para los próximos tres años, se espera que un 30% adicional integre esta tecnología en seguros de no vida y un 39% en seguros de vida.

## Uso de la IA por parte de las aseguradoras en Europa, por ramo

En %



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Insider Intelligence y Statista

## 05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

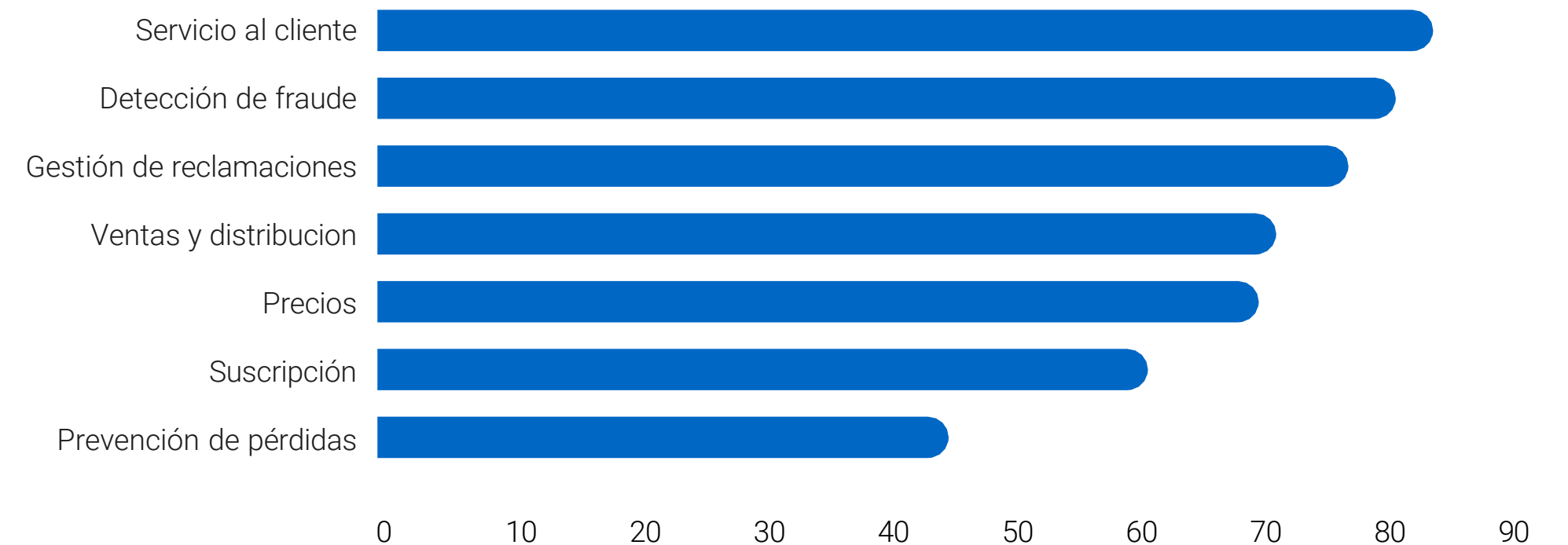
## Uso de la IA en diferentes áreas de la cadena de valor de las aseguradoras en Europa

En %

Las áreas con mayor adopción de la IA entre las aseguradoras europeas son el **servicio al cliente, la detección de fraudes y la gestión de siniestros**, donde se registra un número considerable de aseguradoras que ya están aplicando esta tecnología.

Por otro lado, también se ve un alto grado de adopción en **ventas y distribución, así como en la fijación de precios**, áreas clave para optimizar la oferta de productos y su comercialización.

En menor medida, aunque todavía significativa, **la IA se está utilizando en prevención de pérdidas y en suscripción de riesgos**, lo que indica una adopción amplia y estratégica a lo largo de diferentes etapas del negocio asegurador.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de EIOPA

05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

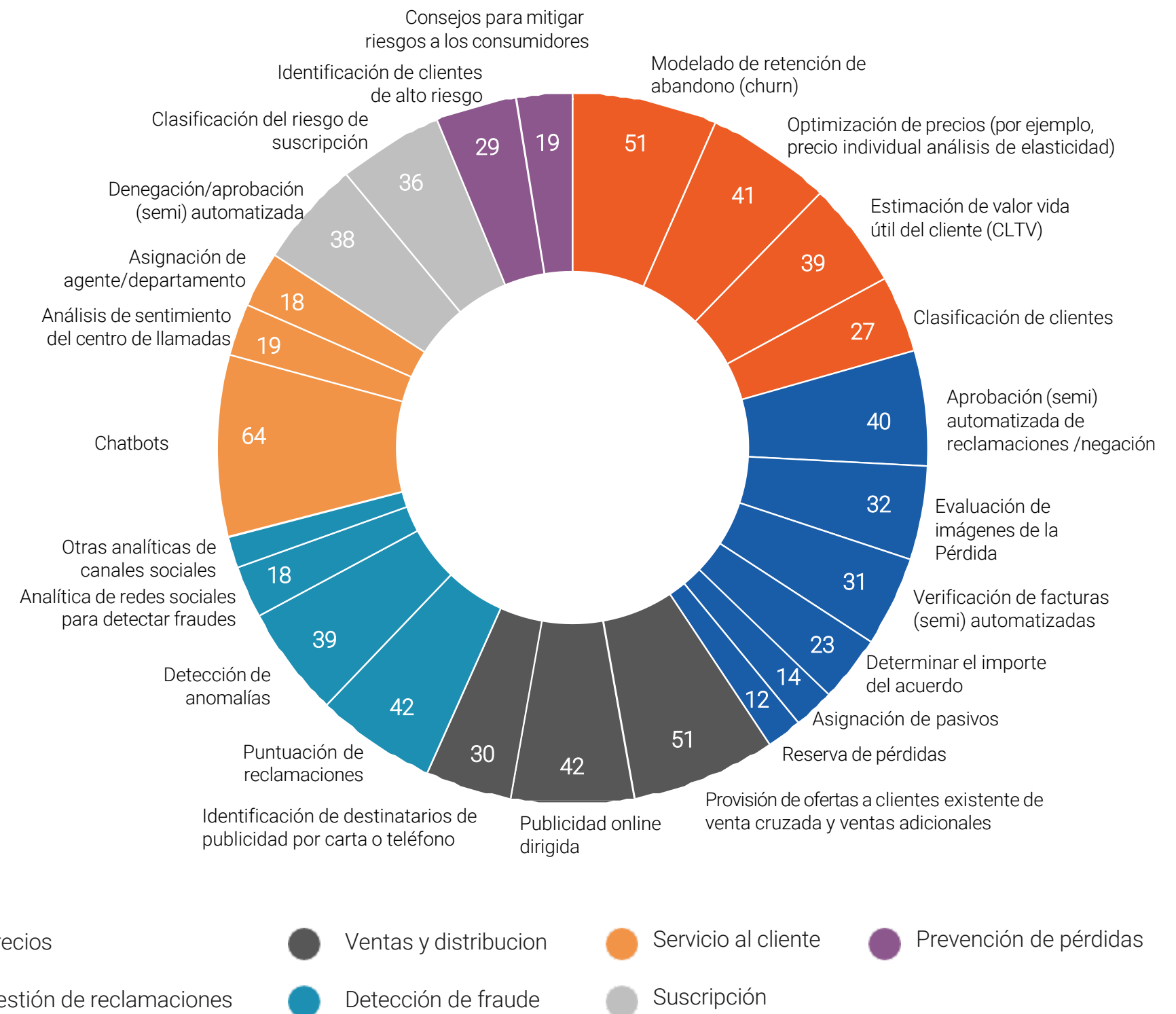
Diferentes tipos de uso de la IA a lo largo de la cadena de valor de las aseguradoras

En %

Entre la gran variedad de casos de uso específicos de la IA a lo largo de la cadena de valor de las aseguradoras, **los chatbots** son la aplicación de esta tecnología más utilizada dentro del área de **atención al cliente**, seguidos por **análisis de sentimiento de los call center y la asignación de agentes**.

Dentro del ámbito de la **detección de fraudes**, la IA se utiliza principalmente para la **detección de anomalías y el análisis de redes sociales**, mientras que, en el área de **precios**, destaca la **optimización de precios y la estimación del valor de vida del cliente**, con un enfoque en la **personalización de las primas y en la mejora de la retención de clientes**.

El uso de la IA en la **gestión de siniestros** incluye aplicaciones como la **aprobación automática de reclamaciones o la verificación de facturas**, y en **ventas y distribución**, la IA se utiliza para optimizar **la publicidad online dirigida y las estrategias de venta cruzada**.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de EIOPA

## 05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR

# ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR ASEGURADOR EN ESPAÑA

Un reciente estudio de Minsait señala que 8 de cada 10 aseguradoras en España ya utilizan la inteligencia artificial como parte de sus estrategias y entre ellas, más de dos tercios han integrado esta tecnología en sus aplicaciones diarias.

Además, el 68% de las aseguradoras españolas que trabajan con IA cuentan con departamentos especializados en digitalización, lo que refleja un compromiso creciente con la innovación tecnológica.

Estas entidades han enfocado sus proyectos de IA principalmente en áreas relacionadas con la experiencia del cliente, con el objetivo de mejorar la fidelización, prevenir la fuga de clientes y reducir riesgos como el fraude.

Al contrario de lo que ocurre en términos globales, en España, el cumplimiento de la normativa de la IA no es considerado por el sector el mayor reto para adoptar esta tecnología y el 80% de las aseguradoras asegura que ya está tomando medidas para adaptarse a la nueva legislación. Es la falta de talento especializado en IA y análisis de datos lo que más preocupa a las aseguradoras españolas que ven un desafío principal en la atracción de talento para poder desarrollar sus proyectos de inteligencia artificial de manera eficiente.

A pesar ello, el sector asegurador en España se posiciona como un referente en la adopción de IA, mostrando un enfoque estratégico en la personalización del servicio al cliente y la optimización de procesos internos, lo que augura un crecimiento sostenido en el uso de estas tecnologías en los próximos años.

## Uso de la IA por parte de las aseguradoras en España

En %

# 80%

**de las aseguradoras**

utilizan la IA

Y más del 50% han integrado la IA en sus operaciones diarias.

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Minsait

05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR ASEGURADOR EN ESPAÑA

Opinión de los españoles del uso IA en el sector asegurador

En %

La aplicación de la IA en las decisiones y procesos del sector asegurador es algo que puede ayudar a mejorar algunos servicios actuales, pero que necesita de la confianza de los consumidores.

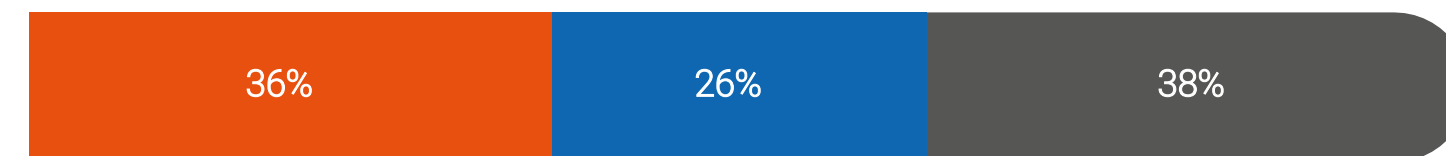
**En general, los consumidores parecen más dispuestos a aceptar la IA en funciones de apoyo y automatización de tareas, pero muestran reservas cuando se trata de decisiones autónomas en aspectos sensibles de su seguro.**

El uso de la IA en tareas de asistencia, como **completar documentos de seguros, es bien recibida por un 53% de los españoles**. Sin embargo, solo un **36% de los españoles** se muestra cómodo con la idea de que su **aseguradora utilice IA para decidir el precio de su póliza** sin intervención humana y un **34% está satisfecho con la posibilidad de que la IA procese y decida sobre reclamaciones**.

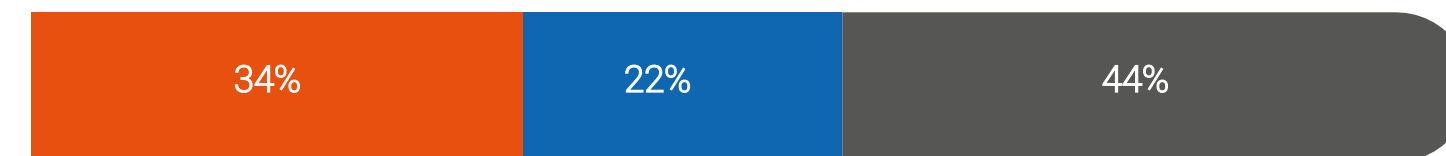
La apertura hacia esta tecnología es mayor entre **los jóvenes con un 48% de ellos manifestando comodidad con el uso de IA por parte de las aseguradoras**.

¿En qué medida se siente cómodo o incómodo con las siguientes afirmaciones?

Me gustaría que mi aseguradora utilizara la inteligencia artificial para tomar decisiones sobre el precio de mi póliza de seguro sin intervención humana



Estoy satisfecho con que la IA decida y procese mi reclamación de seguro, y que tome una decisión sobre el valor de la reclamación, sin intervención humana



Estaría encantado de que la IA me ayudara a rellenar los documentos del seguro y a completar la solicitud de mi póliza



Me gustaría que una IA ayudara a un gestor de llamadas humano a responder a mis preguntas



● Cómodo ● Ni cómodo ni incómodo ● Incómodo

Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Guidewire

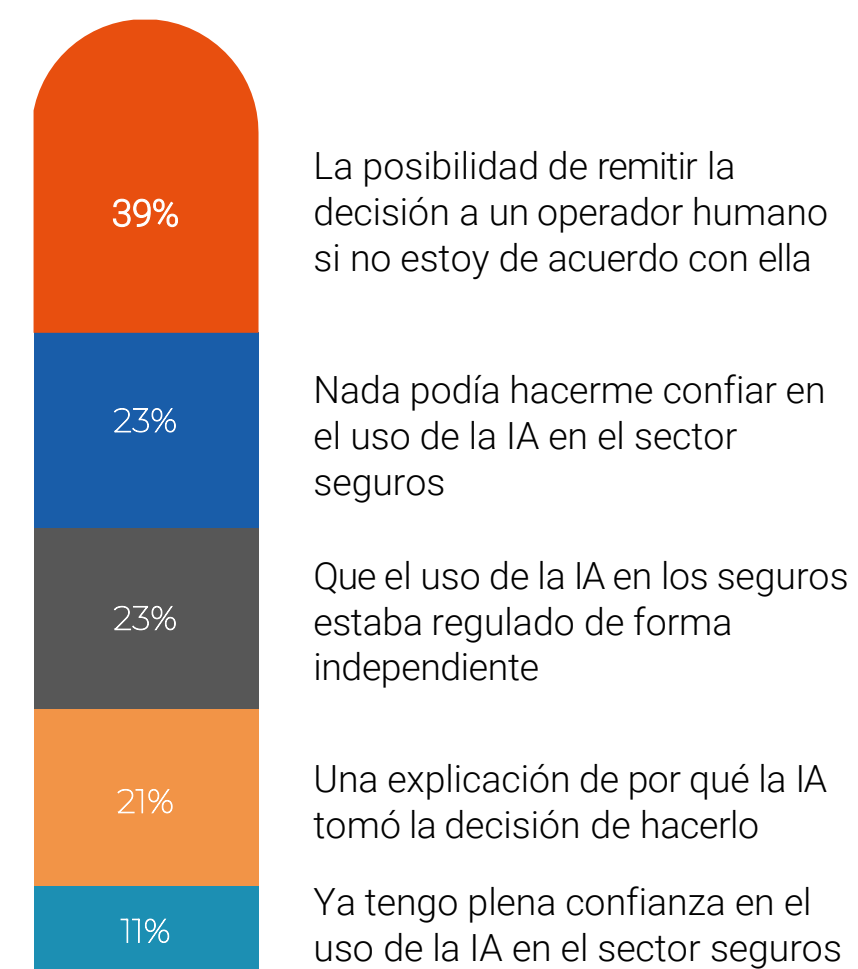
## 05. IA EN EL SECTOR ASEGURADOR ADOPCIÓN DE LA IA EN EL SECTOR ASEGURADOR EN ESPAÑA

## Razones que darían más confianza a los españoles respecto al uso de la IA en el sector asegurador

En %

Solo un 11% de los españoles tiene plena confianza en el uso de la IA en el sector asegurador y de los que desconfían de ella, un 23% dice que nada podría hacerle cambiar de opinión.

Para el resto, entre los motivos que harían que aumentara su confianza en el uso de la IA en el ámbito de los seguros, un 39% querría **poder contactar con una persona** en caso de no estar de acuerdo con el asistente virtual, un 23% indica que su confianza aumentaría **si el uso de la IA en seguros estuviera regulado de manera independiente** y un 21% considera importante **que la IA le proporcione una explicación de por qué** ha tomado esa decisión.



Fuente: Gráfico elaborado por DITRENDIA a partir de datos de Guidewire

# ¿CÓMO PUEDEN LAS ENTIDADES APROVECHAR EL POTENCIAL DE LA IA?

En la XVI edición del **Foro de Marketing para el sector financiero y asegurador-MKTefa**, Frank Moreno, miembro de la comunidad del Responsible AI Institute, ofreció una ponencia donde propuso seis acciones transversales que las entidades financieras y aseguradoras deberían considerar para aprovechar el potencial de la Inteligencia Artificial:

1. Invertir en IA impulsados por el valor para transformar la experiencia del cliente.
2. Crear enfoques de gobernanza ética de la IA basados en la confianza para fomentar la adopción entre los clientes.
3. Ofrecer experiencias de inteligencia artificial que incorporen momentos de empatía y emoción.
4. Establecer una base tecnológica sólida habilitada por IA para la participación del cliente.
5. Promover roles de liderazgo senior para acelerar la adopción de IA.
6. Educar a los clientes sobre el uso y beneficios de la IA.

[Descubre más aquí >](#)

**¿HABLAMOS?**

**DITRENDIA**