

GUÍA

# El potencial económico de la IA generativa



**wow!**  
CUSTOMER EXPERIENCE

# Contenido



- Introducción ***pág.3***
- El impacto de la IA generativa en la economía mundial ***pág.6***
- El potencial de valor de la IA generativa en todas las funciones empresariales ***pág.10***
  - Potencial aumento de la productividad en las operaciones con clientes ***pág.13***

*Autoservicio del cliente / Resolución durante el contacto inicial / Reducción del tiempo de respuesta / Aumento de las ventas*
  - Marketing y ventas:  
Impulsa la personalización, la creación de contenidos y la productividad de las ventas ***pág.16***

*Marketing / Creación de contenidos eficientes y eficaces / Mejor uso de los datos / Optimización SEO / Descubrimiento de productos y personalización de búsquedas*
  - Ventas ***pág.19***

*Aumentar la probabilidad de venta / Mejorar el desarrollo de clientes potenciales*
  - Ingeniería de software ***pág.20***



## Introducción

*La IA generativa está en condiciones de generar la próxima oleada de productividad. A continuación, presentamos un primer análisis del valor empresarial que podría generar y sus posibles repercusiones en la vida laboral.*

La IA ha ido permeando cada vez más en la vida de las personas, desde la tecnología de los teléfonos inteligentes hasta las funciones de los vehículos de conducción autónoma, pasando por las herramientas que utilizan los comercios para sorprender y deleitar a los clientes. Como resultado, su progreso ha sido casi imperceptible. Los hitos claros, como cuando AlphaGo, un programa basado en IA desarrollado por DeepMind, derrotó a un campeón mundial de Go en 2016, se celebraron, pero luego desaparecieron rápidamente de la memoria del público.

Aplicaciones de IA generativa como ChatGPT, GitHub Copilot, Stable Diffusion y otras han cautivado la curiosidad de personas de todo el mundo como no lo hizo AlphaGo, gracias a su amplia utilidad -casi cualquiera puede utilizarlas para comunicarse y crear- y a su capacidad innata para mantener una conversación con un usuario. **Las últimas aplicaciones de IA generativa pueden realizar una serie de tareas rutinarias, como la reorganización y clasificación de datos. Pero es su capacidad para escribir textos, componer música y crear arte digital lo que ha acaparado titulares y persuadido a usuarios y hogares a experimentar por su cuenta.** Como resultado, un conjunto más amplio de partes interesadas está lidiando con el impacto de la IA generativa en las empresas y la sociedad, pero sin mucho contexto que les ayude a darle sentido.

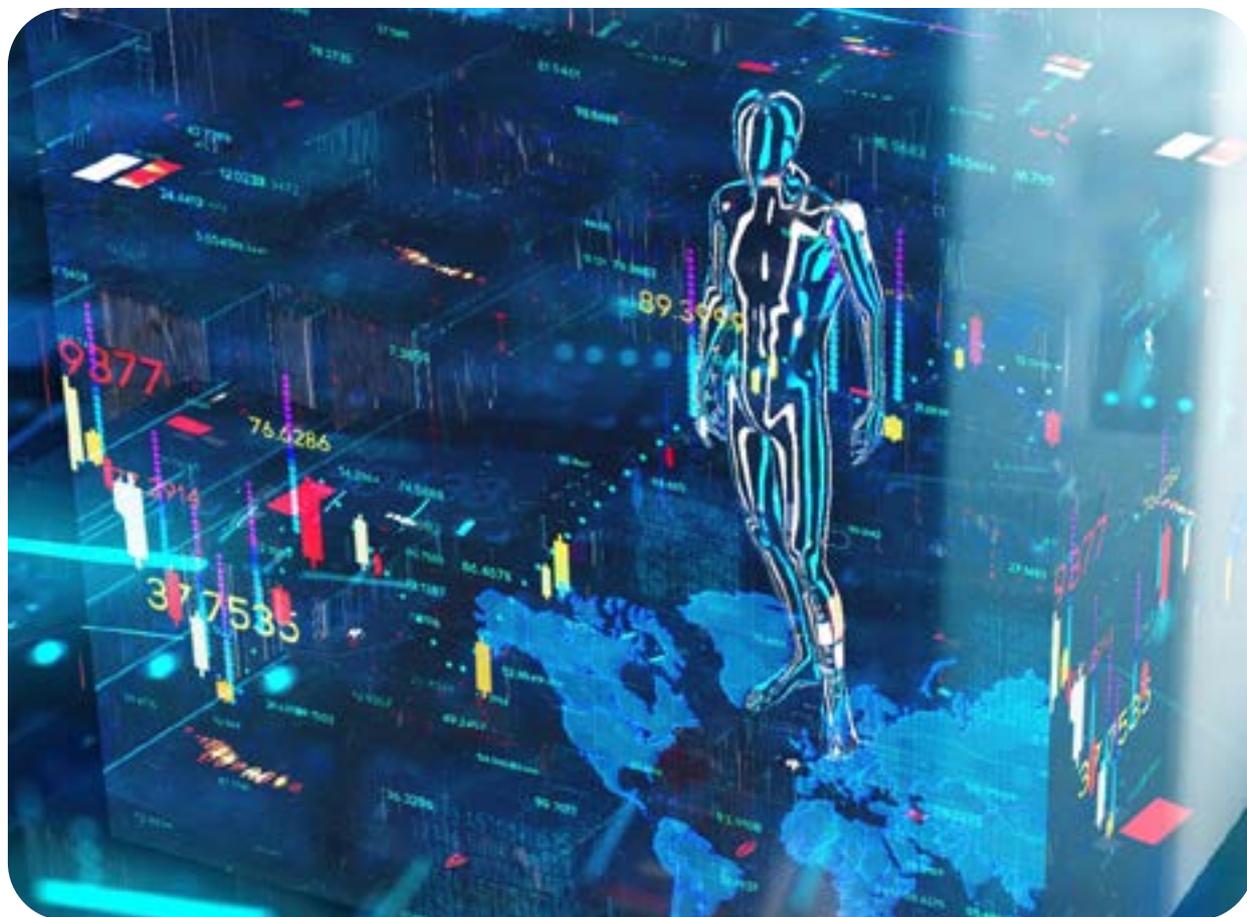
La velocidad a la que se está desarrollando la tecnología de IA generativa no está facilitando esta tarea. ChatGPT se lanzó en noviembre de 2022. Cuatro meses después, OpenAI lanzó un nuevo modelo de lenguaje de gran tamaño, o LLM, llamado GPT-4, con capacidades notablemente mejoradas.<sup>1</sup> Del mismo modo, en mayo de 2023, Claude, la IA generativa de Anthropic, era capaz de procesar 100.000 tokens de texto, lo que equivale a unas 75.000 palabras en un minuto (la longitud de una novela media), en comparación con los 9.000 tokens que podía procesar cuando se introdujo en marzo de 2023.<sup>2</sup> Y en mayo de 2023, Google anunció varias funciones nuevas basadas en IA generativa, como Search Generative Experience y un nuevo LLM llamado PaLM 2 que impulsará su chatbot Bard, entre otros productos de Google.

**Para entender lo que nos espera es necesario comprender los avances que han permitido el auge de la IA generativa, que han tardado décadas en producirse.** A los efectos de este informe, definimos la IA generativa como las aplicaciones construidas habitualmente utilizando modelos de fundamentos. Estos modelos contienen redes neuronales artificiales expansivas inspiradas en los miles de millones de neuronas conectadas en el cerebro humano.

Los modelos básicos forman parte de lo que se denomina aprendizaje profundo, término que alude a las numerosas capas profundas de las redes neuronales. El aprendizaje profundo ha impulsado muchos de los avances recientes en IA, pero **los modelos de base que impulsan las aplicaciones de IA generativa suponen un cambio evolutivo dentro del aprendizaje profundo.** A diferencia de los modelos de aprendizaje profundo anteriores, pueden procesar conjuntos extremadamente grandes y variados de datos no estructurados y realizar más de una tarea.

Los modelos Foundation han permitido crear nuevas capacidades y mejorar enormemente las existentes en una amplia gama de modalidades, como imágenes, vídeo, audio y código informático. La IA entrenada con estos modelos puede realizar varias funciones: clasificar, editar, resumir, responder preguntas y redactar nuevos contenidos, entre otras tareas.

**La IA generativa se encuentra al principio de un viaje para comprender su potencia, su alcance y sus capacidades.** Esta investigación es el último de nuestros esfuerzos por evaluar el impacto de esta nueva era de la IA. Sugiere que la IA generativa está preparada para transformar roles e impulsar el rendimiento en funciones como ventas y marketing, operaciones con clientes y desarrollo de software. En el proceso, podría desbloquear billones de dólares en valor en sectores que van desde la banca a las ciencias de la vida. En las siguientes secciones compartimos nuestras conclusiones iniciales.





## El impacto de la IA generativa en la economía mundial

*De acuerdo a una investigación de McKinsey, se estima que la IA generativa podría añadir el equivalente a entre 2,6 y 4,4 billones de dólares anuales en los 63 casos de uso que analizamos; en comparación, el PIB total del Reino Unido en 2021 fue de 3,1 billones de dólares. Esto aumentaría el impacto de toda la inteligencia artificial entre un 15 y un 40 por ciento. Esta estimación se duplicaría aproximadamente si incluimos el impacto de la integración de la IA generativa en el software que se utiliza actualmente para otras tareas más allá de esos casos de uso.*

Alrededor del 75% del valor que podrían aportar los casos de uso de la IA generativa corresponde a cuatro áreas: **Operaciones con clientes, marketing y ventas, ingeniería de software e I+D**. En 16 funciones empresariales, examinamos 63 casos de uso en los que la tecnología puede abordar retos empresariales específicos de forma que produzca uno o más resultados cuantificables. Algunos ejemplos son la capacidad de la IA generativa para apoyar las interacciones con los clientes, generar contenidos creativos para marketing y ventas y redactar código informático basado en instrucciones en lenguaje natural, entre otras muchas tareas.

La IA generativa tendrá un impacto significativo en todos los sectores industriales. **La banca, la alta tecnología y las biotecnologías se encuentran entre los sectores que podrían ver un mayor impacto en el porcentaje de sus ingresos gracias a la IA generativa.** En el sector bancario, por ejemplo, la tecnología podría aportar un valor equivalente a entre 200.000 y 340.000 millones de dólares anuales adicionales si se aplicaran plenamente los casos de uso. En el sector minorista y de bienes de consumo envasados, el impacto potencial también es significativo, entre 400.000 y 660.000 millones de dólares al año.

La IA generativa tiene el potencial de **cambiar la estructura del trabajo, aumentando las capacidades de los trabajadores individuales** mediante la automatización de algunas de sus actividades individuales. La IA generativa actual y otras tecnologías tienen el potencial de **automatizar actividades laborales que hoy absorben entre el 60% y el 70% del tiempo de los empleados**. La aceleración del potencial de automatización técnica se debe en gran medida a la mayor capacidad de la IA generativa para comprender el lenguaje natural, necesario para actividades laborales que representan el 25% del tiempo total de trabajo. Así pues, la IA generativa tiene **más impacto en el trabajo del conocimiento asociado a ocupaciones que tienen salarios y requisitos educativos más elevados que en otros tipos de trabajo**.

Es probable que el ritmo de transformación de la mano de obra se acelere, dado el aumento del potencial de automatización técnica. Los escenarios de adopción actualizados, que incluyen el desarrollo tecnológico, la viabilidad económica y los plazos de difusión, llevan a estimar que **la mitad de las actividades laborales actuales podrían automatizarse entre 2030 y 2060**, con un punto medio en 2045. Aunque la IA generativa puede aumentar sustancialmente la productividad laboral en toda la economía, requerirá inversiones para apoyar a los trabajadores cuando cambien de actividad laboral o de empleo. La IA generativa podría permitir un **crecimiento de la productividad laboral de entre el 0,1% y el 0,6% anual hasta 2040**, dependiendo del ritmo de adopción de la tecnología y de la reasignación del tiempo de los trabajadores a otras actividades.

Combinando la IA generativa con el resto de tecnologías, la automatización del trabajo podría añadir entre 0,2 y 3,3 puntos porcentuales anuales al crecimiento de la productividad. Sin embargo, **los trabajadores necesitarán apoyo para aprender nuevas habilidades y algunos cambiarán de ocupación**. Si se pueden gestionar las transiciones de los trabajadores y otros riesgos, la IA generativa podría contribuir sustancialmente al crecimiento económico y apoyar un mundo más sostenible e inclusivo.

La era de la IA generativa está empezando. El entusiasmo por esta tecnología es palpable y las primeras pruebas piloto son convincentes. Pero los beneficios de esta tecnología tardarán en materializarse por completo, y los líderes empresariales y sociales aún tienen que afrontar retos considerables. Entre ellos se encuentran la gestión de los riesgos inherentes a la IA generativa, la determinación de las nuevas habilidades y capacidades que necesitará la mano de obra y el replanteamiento de procesos empresariales básicos como el reciclaje y el desarrollo de nuevas habilidades.

La IA generativa es un paso adelante en la evolución de la inteligencia artificial. A medida que las empresas se apresuran a adaptarla e implantarla, comprender el potencial de esta tecnología para aportar valor a la economía y la sociedad en general ayudará a tomar decisiones críticas. **Para determinar dónde la IA generativa, con sus capacidades actuales, podría aportar el mayor valor y cuál podría ser su magnitud, se han utilizado dos enfoques complementarios:**

**El primer enfoque** explora los casos de uso de la IA generativa que podrían adoptar las organizaciones. Un “caso de uso” se define como una aplicación específica de la IA generativa a un reto empresarial concreto, con uno o varios resultados cuantificables.

Por ejemplo, un caso de uso en marketing es la aplicación de la IA generativa para generar contenidos creativos como correos electrónicos personalizados, cuyos resultados medibles incluyen potencialmente la reducción del coste de generación de dichos contenidos y el aumento de los ingresos gracias a la mayor eficacia de los contenidos de mayor calidad a escala. Se han identificado 63 casos de uso de IA generativa que abarcan 16 funciones empresariales y que podrían aportar un valor total de entre 2,6 y 4,4 billones de dólares anuales en beneficios económicos si se aplican en todos los sectores. Eso añadiría entre un 15% y un 40% a los entre 11 y 17,7 billones de dólares de valor económico que ahora se estima que la inteligencia artificial no generativa y la analítica podrían generar.

**El segundo objetivo** complementa al primero analizando el impacto potencial de la IA generativa en las actividades laborales requeridas en alrededor de 850 ocupaciones. Para ello, se han elaborado modelos de escenarios que permiten estimar cuándo la IA generativa podría realizar cada una de las más de 2.100 “actividades laborales detalladas” -como “comunicarse con otras personas sobre planes o actividades operativas”- que componen esas ocupaciones en toda la economía mundial. Esto nos permite estimar cómo las capacidades actuales de la IA generativa podrían afectar a la productividad laboral en todos los trabajos que realiza actualmente la mano de obra mundial.

Parte de este impacto se superpondrá con las reducciones de costes en el análisis de casos de uso descrito anteriormente, que presuponemos son el resultado de la mejora de la productividad laboral. Descontando este solapamiento, **los beneficios económicos totales de la IA generativa -incluidos los principales casos de uso que se han estudiado y los innumerables aumentos de productividad que probablemente se materializarán cuando la tecnología se aplique a las actividades de los trabajadores del conocimiento- ascienden a entre 6,1 y 7,9 billones de dólares anuales.**

Aunque la IA generativa es una tecnología apasionante y que avanza con rapidez, las otras aplicaciones de la IA descritas en el último informe siguen representando la mayor parte del valor potencial global de la IA. Los algoritmos tradicionales de análisis avanzado y aprendizaje automático son muy eficaces para realizar tareas numéricas y de optimización, como el modelado predictivo, y siguen encontrando nuevas aplicaciones en una amplia gama de sectores. Sin embargo, a medida que la IA generativa sigue desarrollándose y madurando, **tiene el potencial de abrir fronteras totalmente nuevas a la creatividad y la innovación.** Ya ha ampliado las posibilidades de lo que la IA en general puede lograr (véase la barra lateral “Cómo estimamos el potencial de valor de los casos de uso de la IA generativa”).



## El potencial de valor de la IA generativa en todas las funciones empresariales

*La IA generativa podría tener un impacto en la mayoría de las funciones empresariales; sin embargo, unas pocas destacan cuando se mide el impacto de la tecnología como parte del coste funcional (Recuadro 3). El análisis de 16 funciones empresariales identificó sólo cuatro -operaciones con clientes, marketing y ventas, ingeniería de software e investigación y desarrollo- que podrían representar aproximadamente el 75% del valor anual total de los casos de uso de IA generativa.*

En particular, el valor potencial del uso de la IA generativa para varias funciones que ocupaban un lugar destacado en el anterior análisis de casos de uso de la IA, incluidas las funciones de fabricación y cadena de suministro, es ahora mucho menor. Esto se explica en gran medida por la naturaleza de los casos de uso de la IA generativa, que excluyen la mayoría de las aplicaciones numéricas y de optimización que eran los principales impulsores de valor para las anteriores aplicaciones de la IA.



Además del valor potencial que la IA generativa puede aportar en casos de uso específicos de una función, la tecnología podría generar valor en toda una organización revolucionando los sistemas internos de gestión del conocimiento. El impresionante dominio de la IA generativa en el procesamiento del lenguaje natural puede ayudar a los empleados a recuperar el conocimiento interno almacenado formulando consultas de la misma forma que harían una pregunta a un humano y entablando un diálogo continuo. De este modo, los equipos podrían acceder rápidamente a la información pertinente, lo que les permitiría tomar decisiones mejor informadas y desarrollar estrategias eficaces.

En 2012, el McKinsey Global Institute (MGI) calculó que los trabajadores de la industria del conocimiento dedicaban aproximadamente una quinta parte de su tiempo, es decir, un día a la semana, a buscar y recopilar información. Si la IA generativa pudiera encargarse de estas tareas, aumentando la eficiencia y eficacia de los trabajadores que las realizan, los beneficios serían enormes. Estos expertos virtuales podrían “leer” rápidamente extensas bibliotecas de información corporativa almacenada en lenguaje natural y escanear rápidamente el material fuente en diálogo con un humano que ayude a afinar y adaptar su investigación, una solución más escalable que contratar a un equipo de expertos humanos para la tarea.

En otros casos, la IA generativa puede aportar valor trabajando en colaboración con los trabajadores, aumentando su trabajo de forma que se acelere su productividad. Su capacidad para digerir rápidamente montañas de datos y extraer conclusiones a partir de ellos permite a la tecnología ofrecer ideas y opciones que pueden mejorar drásticamente el trabajo del conocimiento. Esto puede acelerar considerablemente el proceso de desarrollo de un producto y permitir a los empleados dedicar más tiempo a tareas de mayor impacto.

A continuación, se presentan ejemplos de cómo la IA generativa podría producir beneficios operativos en un puñado de casos de uso en las funciones empresariales que podrían aportar la mayor parte del valor potencial que identificamos en nuestro análisis de 63 casos de uso de IA generativa. En los dos primeros ejemplos, actúa como experto virtual, mientras que en los dos siguientes, echa una mano como colaborador virtual.





## Potencial aumento de la productividad en las operaciones con clientes

*La IA generativa tiene el potencial de revolucionar toda la función de operaciones de atención al cliente, mejorando la experiencia del cliente y la productividad de los agentes a través del autoservicio digital y mejorando y aumentando las habilidades de los agentes. La tecnología ya ha ganado terreno en el servicio de atención al cliente por su capacidad para automatizar las interacciones con los clientes mediante el lenguaje natural.*

Un estudio reveló que en una empresa con 5.000 agentes de atención al cliente, la aplicación de la IA generativa aumentó la resolución de incidencias en un 14% por hora y redujo el tiempo empleado en gestionar una incidencia en un 9%<sup>1</sup>. Y lo que es más importante, la productividad y la calidad del servicio mejoraron sobre todo entre los agentes menos experimentados, mientras que el asistente de IA no aumentó -y a veces disminuyó- la productividad y los parámetros de calidad de los agentes más cualificados. Esto se debe a que el asistente de IA ayudó a los agentes menos experimentados a comunicarse utilizando técnicas similares a las de sus homólogos más cualificados.

**A continuación, se muestran ejemplos de las mejoras operativas que la IA generativa puede tener para casos de uso específicos:**

### **Autoservicio del cliente**

Los chatbots alimentados por IA generativa pueden dar respuestas inmediatas y personalizadas a consultas complejas de los clientes, independientemente de su idioma o ubicación. Al mejorar la calidad y la eficacia de las interacciones a través de canales automatizados, la IA generativa podría automatizar las respuestas a un mayor porcentaje de consultas de los clientes, lo que permitiría a los equipos de atención al cliente hacerse cargo de consultas que sólo pueden ser resueltas por un agente humano.

Según nuestro estudio, aproximadamente la mitad de los contactos con los clientes que realizan las empresas de banca, telecomunicaciones y servicios públicos en Norteamérica ya son gestionados por máquinas, incluida, aunque no exclusivamente, la IA. Se calcula que la IA generativa podría reducir aún más el volumen de contactos atendidos por personas en hasta un 50%, dependiendo del nivel de automatización existente en la empresa.

### **Resolución durante el contacto inicial**

La IA generativa puede recuperar al instante los datos que una empresa tiene sobre un cliente concreto, lo que puede ayudar a un representante humano de atención al cliente a responder mejor a las preguntas y resolver los problemas durante una interacción inicial.

### **Reducción del tiempo de respuesta**

La IA generativa puede reducir el tiempo que un representante de ventas humano dedica a responder a un cliente proporcionándole asistencia en tiempo real y recomendándole los siguientes pasos.



## Aumento de las ventas

Gracias a su capacidad para procesar rápidamente datos sobre los clientes y sus historiales de navegación, la tecnología puede identificar sugerencias de productos y ofertas adaptadas a las preferencias de los clientes. Además, la IA generativa puede mejorar el control de calidad y la orientación al recopilar información de las conversaciones con los clientes, determinar qué se podría hacer mejor y orientar a los agentes.

Se estima que la aplicación de la IA generativa a las funciones de atención al cliente podría aumentar la productividad en un valor que oscila entre el 30% y el 45% de los costes actuales de las funciones.

Nuestro análisis capta únicamente el impacto directo que la IA generativa podría tener en la productividad de las operaciones de atención al cliente. No tiene en cuenta los posibles efectos en cadena que la tecnología puede tener en la satisfacción y retención de los clientes derivados de una experiencia mejorada, incluida una mejor comprensión del contexto del cliente que puede ayudar a los agentes humanos a proporcionar ayuda y recomendaciones más personalizadas.





## Marketing y ventas: Impulsa la personalización, la creación de contenidos y la productividad de las ventas

*La IA generativa se ha impuesto rápidamente en las funciones de marketing y ventas, en las que las comunicaciones basadas en texto y la personalización a escala son fuerzas motrices. La tecnología puede crear mensajes personalizados adaptados a los intereses, preferencias y comportamientos de cada cliente, así como realizar tareas como elaborar primeros borradores de publicidad de marca, titulares, eslóganes, publicaciones en redes sociales y descripciones de productos.*

### Marketing

La introducción de la IA generativa en las funciones de marketing requiere una cuidadosa consideración. Por un lado, los modelos matemáticos entrenados con datos disponibles públicamente sin suficientes salvaguardas contra el plagio, las violaciones de los derechos de autor y el reconocimiento de marcas corren el riesgo de infringir los derechos de propiedad intelectual. Una aplicación de prueba virtual puede producir representaciones sesgadas de ciertos grupos demográficos debido a datos de entrenamiento limitados o sesgados. Por lo tanto, se requiere una supervisión humana significativa para el pensamiento conceptual y estratégico específico de las necesidades de cada empresa.

Entre las posibles ventajas operativas del uso de la IA generativa para el marketing se incluyen las siguientes:

### Creación de contenidos eficientes y eficaces

La IA generativa podría reducir significativamente el tiempo necesario para la ideación y redacción de contenidos, ahorrando tiempo y esfuerzo valioso. También puede facilitar la coherencia entre diferentes contenidos, garantizando una voz de marca, un estilo de redacción y un

formato uniformes. Los miembros del equipo pueden colaborar a través de la IA generativa, que puede integrar sus ideas en una única pieza cohesionada.

Esto permitiría a los equipos mejorar significativamente la personalización de los mensajes de marketing dirigidos a diferentes segmentos de clientes, geografías y datos demográficos. Las campañas masivas de correo electrónico pueden traducirse instantáneamente a tantos idiomas como sea necesario, con imágenes y mensajes diferentes en función de la audiencia.

La capacidad de la IA generativa para producir contenidos con especificaciones variables podría aumentar el valor, la atracción, la conversión y la retención de los clientes a lo largo de toda su vida y a una escala superior a la que permiten actualmente las técnicas tradicionales.

### **Mejor uso de los datos**

La IA generativa podría ayudar a las funciones de marketing a superar los retos que plantean los datos no estructurados, incoherentes y desconectados -por ejemplo, procedentes de diferentes bases de datos- interpretando fuentes de datos abstractas como texto, imágenes y estructuras variadas. Puede ayudar a los profesionales del marketing a utilizar mejor datos como el rendimiento del territorio, los comentarios sintetizados de los clientes y su comportamiento para generar estrategias de marketing basadas en datos, como perfiles de clientes específicos y recomendaciones de canales. Estas herramientas podrían identificar y sintetizar tendencias, factores clave y oportunidades de mercado y de producto a partir de datos no estructurados como redes sociales, noticias, investigaciones académicas y comentarios de los clientes.

### **Optimización SEO**

La IA generativa puede ayudar a los profesionales del marketing a lograr una mayor conversión y un menor coste mediante la optimización de motores de búsqueda (SEO) para componentes técnicos de marketing y ventas como títulos de páginas, etiquetas de imágenes y URL. Puede

sintetizar tokens SEO clave, apoyar a los especialistas en la creación de contenido digital SEO y distribuir contenido específico a los clientes.

### **Descubrimiento de productos y personalización de búsquedas**

Con la IA generativa, el descubrimiento y la búsqueda de productos pueden personalizarse con entradas multimodales de texto, imágenes y voz, y un profundo conocimiento de los perfiles de los clientes. Por ejemplo, la tecnología puede aprovechar las preferencias individuales del usuario, su comportamiento y su historial de compras para ayudar a los clientes a descubrir los productos más relevantes y generar descripciones personalizadas de los productos. Esto permitiría a las empresas de bienes de consumo, viajes y venta al por menor mejorar sus ventas de comercio electrónico consiguiendo mayores tasas de conversión en el sitio web.





## Ventas

*La IA generativa también podría cambiar la forma en que las empresas B2B y B2C abordan las ventas. A continuación, se exponen dos casos de uso para las ventas:*

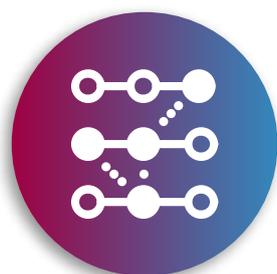
### **Aumentar la probabilidad de venta**

La IA generativa podría identificar y priorizar las oportunidades de venta creando perfiles completos de consumidores a partir de datos estructurados y no estructurados y sugiriendo acciones al personal para mejorar el compromiso con el cliente en cada punto de contacto. Por ejemplo, la IA generativa podría proporcionar mejor información sobre las preferencias de los clientes, mejorando potencialmente las tasas de cierre.

### **Mejorar el desarrollo de clientes potenciales**

La IA generativa podría ayudar a los representantes de ventas a nutrir a los clientes potenciales sintetizando información relevante sobre ventas de productos y perfiles de clientes y creando guiones de discusión para facilitar la conversación con el cliente, incluidos los temas de conversación de ventas cruzadas y ascendentes. También podría automatizar el seguimiento de las ventas y nutrir pasivamente a los clientes potenciales hasta que estén listos para la interacción directa con un agente de ventas humano.





## Ingeniería de software

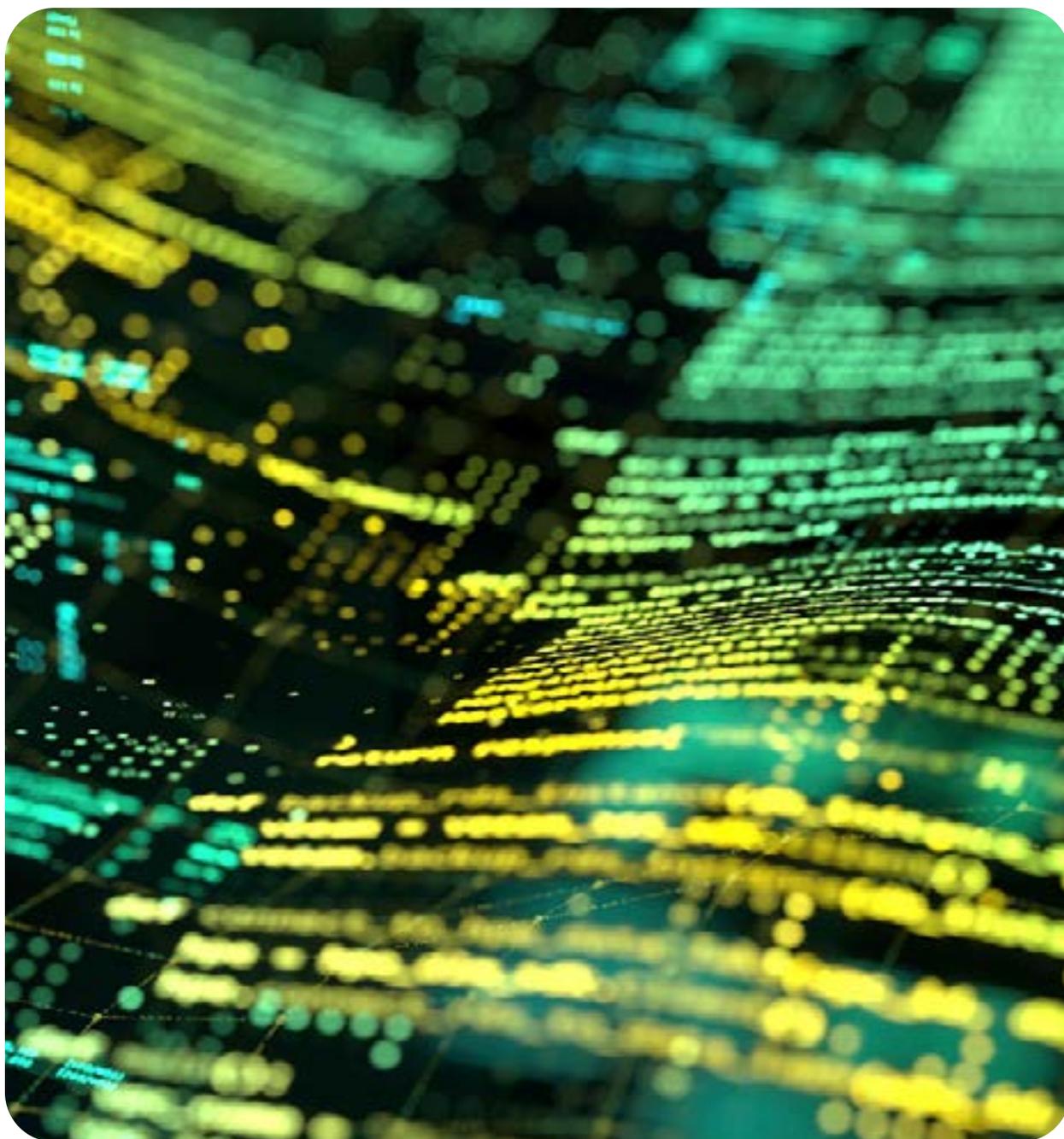
*Tratar los lenguajes informáticos como un lenguaje más abre nuevas posibilidades a la ingeniería de software. Los ingenieros de software pueden utilizar la IA generativa en la programación por equipos y en la codificación incremental, así como entrenar a los LLM para que desarrollen aplicaciones que generen código cuando reciban una instrucción en lenguaje natural que describa lo que debe hacer ese código.*

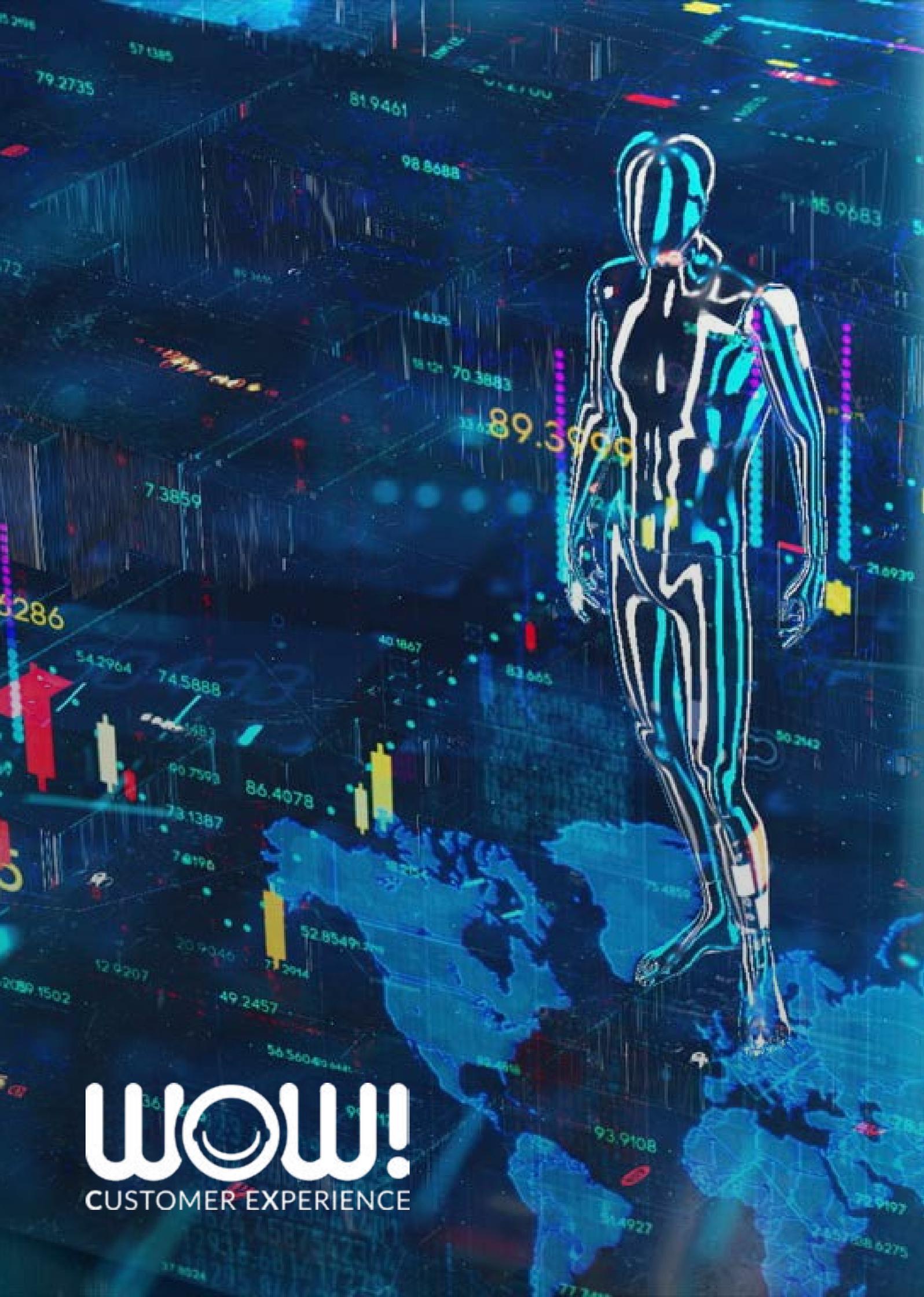
La ingeniería de software es una función importante en la mayoría de las empresas, y sigue creciendo a medida que todas las grandes compañías, no solo los titanes tecnológicos, integran software en una amplia gama de productos y servicios. Por ejemplo, gran parte del valor de los vehículos nuevos procede de funciones digitales como el control de crucero adaptativo, la asistencia al aparcamiento y la conectividad IoT.

De acuerdo también con el análisis realizado, el impacto directo de la IA en la productividad de la ingeniería de software podría oscilar entre el 20% y el 45% del gasto anual actual en esta función. Este valor se derivaría principalmente de la reducción del tiempo dedicado a determinadas actividades, como la generación de borradores de código iniciales, la corrección y refactorización del código, el análisis de causas raíz y la generación de nuevos diseños de sistemas.

Al acelerar el proceso de codificación, la IA generativa podría impulsar el conjunto de habilidades y capacidades necesarias en la ingeniería de software hacia el diseño de código y arquitectura. Un estudio reveló que los desarrolladores de software que utilizaban GitHub Copilot de Microsoft completaban las tareas un 56% más rápido que los que no utilizaban la herramienta.

Un estudio empírico interno de McKinsey sobre equipos de ingeniería de software descubrió que los que habían recibido formación para utilizar herramientas de IA generativa reducían rápidamente el tiempo necesario para generar y refactorizar código, y los ingenieros también informaron de una mejor experiencia de trabajo, citando mejoras en la felicidad, el flujo y la satisfacción.





wow!  
CUSTOMER EXPERIENCE