byte TI

345 · Febrero 2026

Cómo transformar el Customer Experience

Cloud híbrido y multicloud: estrategia, seguridad y soberanía del dato

La IA generativa revoluciona la gestión de incidencias en TI

COMPARATIVA
Portátiles profesionales con IA

mkm PUBLICACIONES

¿AGENTES IA, RESILIENCIA, ACTIVOS DIGITALES...? *EVOLUCIONAMOS.*

ASLAN 33 ED 2026

17, 18 y 19 MARZO

Palacio de Congresos IFEMA

DATA RESILIENCE · CYBER SECURITY · DIGITAL WORKSPACE · ARTIFICIAL INTELLIGENCE · CLOUD DATACENTER · INTELLIGENT NETWORKS

Espacios de conocimiento y relación: visión, tendencias, experiencias, networking...

Vivimos tiempos de grandes cambios.

Participa en el gran Congreso & EXPO anual que la Asociación @aslan organiza con el apoyo de más de 200 empresas especializadas en innovación digital y CXOs que están liderando la re-evolución de grandes organizaciones en España: mejorando la productividad, desarrollando nuevos negocios, reforzando la ciberresiliencia...

ASLAN2026 es una oportunidad para conocer cómo está evolucionando la ciberseguridad, el puesto de trabajo digital, la automatización o la gestión del dato gracias a la IA y cómo afrontar los nuevos retos para redes, entornos multi-cloud, infraestructuras inteligentes y centros de datos.

GLOBAL SPONSORS

Cisco · Dell Technologies · NVIDIA · Fsas Technologies a Fujitsu company · HPE · ManageEngine · NTT DATA · Pure Storage · Reevo · servicenow

EVENT SPONSORS

abast · Adam Your datahome · Alcatel-Lucent Enterprise · alisys · bmc helix · Capgemini · citrix · Cloudera · colt · devoteam · dynatrace · econocom Live Tech · eset Cybersecurity Progress. Protected. · Flexxible · Fortinet · gigas Cloud · hp · Jotelulu · kaspersky · kyndryl · Lumu · NetApp · nexthink · Nutanix · okta · orange Empresas · outsystems · Qualcomm · Red Hat · RIOT · SCC · SentinelOne · Sophos · SOTI · Strategy · Symantec by Broadcom · templus · veeam · zoom

congreso.aslan.es

EL GRAN EVENTO ANUAL EN ESPAÑA ORGANIZADO POR LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE LA INDUSTRIA TECNOLÓGICA

@aslan

4 **Carta del Director**

5 **Actualidad**

19 **Webinars y encuentros BYTE TI**

22 **Comparativa**
5 portátiles profesionales con IA

30 **Cómo transformar el Customer Experience**

39 **Mujeres TIC** Sonia Marcos

41 **Un CIO en 20 líneas** David Vaquero

44 **Legalidad TIC**

46 **Aplicación práctica**

49 **Tendencias**

55 **Entrevista** Sven Peters

60 **Cibercotizante**

N. 345 | ÉPOCA IV
Edita:
Publicaciones Informáticas MKM
Febrero 2026.

MKM PUBLICACIONES
Managing Director
Ignacio Sáez (nachosaez@mkm-pi.com)

BYTE TI
Director
Manuel Navarro (mnavarro@mkm-pi.com)

Redacción
Alfonso Casas (acasas@revistabyte.es)

Coordinador Técnico
Regina de Miguel

Colaboradores
J. Palazón, I. Pajuelo, O. González, M. López, F. Jofre, A. Moreno, M. J. Recio, JJ. Flechoso, D. Puente, A. Herranz, C. Hernández.

Fotógrafos
P. Varela, E. Fidalgo

Diseño de portada
María Torre

Diseño y maquetación
María Torre

REDACCIÓN
Avda. Adolfo Suárez, 14 – 2 B
28660 Boadilla del Monte. Madrid
Tel.: 91 632 38 27 / 91 633 39 53
Fax: 91 633 25 64
e-mail: byte@mkm-pi.com

DEPARTAMENTO COMERCIAL
Directora comercial:
Isabel Gallego (igallego@mkm-pi.com)
Account Manager:
Laura Sierra (lsierra@mkm-pi.com)
Tel.: 91 632 38 27

DEPARTAMENTO DE EVENTOS Y COMUNIDAD
Coordinadora:
María Vicente (mvicente@mkm-pi.com)
Tel. 91 632 38 27

SUSCRIPCIONES
e-mail: suscripciones@mkm-pi.com

Revista mensual de informática
ISSN: 1135-0407

Depósito legal: B-6875/95

© Reservados todos los derechos.
Se prohíbe la reproducción total o parcial por ningún medio, electrónico o mecánico de los artículos aparecidos en este número sin la autorizació expresa por escrito del titular del Copyright. La cabecera de esta revista es Copyright de Publicaciones Informáticas MKM. Todos los derechos reservados. Publicado con la autorización de Publicaciones Informáticas MKM. La reproducción de cualquier forma, en cualquier idioma, en todo o parte sin el consentimiento escrito de Publicaciones Informáticas MKM, queda terminantemente prohibida. Byte TI es una marca registrada de Publicaciones Informáticas MKM.

Carta del Director

Manuel Navarro Ruiz
Director de BYTE TI

Prohibir las redes a menores (y a todo el mundo)

Pedro Sánchez acaba de anunciar la prohibición de que los menores de 16 años utilicen las redes sociales. Como en tantas otras cosas, Sánchez no es un innovador. Australia ya tomó esta medida hace unos meses y hace menos de una semana lo ha hecho Francia. En Irlanda, Dinamarca, Grecia, Italia o el Reino Unido la medida está debatiéndose. Son países con gobiernos de diferentes colores que van desde la derecha hasta la izquierda. Así que, algún elemento tiene que haber para plantearse la medida.

En mi opinión las medidas se quedan cortas: yo las eliminaría de la faz del hiperespacio. Todas y para todo el mundo. Buena parte de la polarización de la que hablaba antes ha venido provocada por las redes sociales. Todas ellas han alterado de manera grave la convivencia de buena parte de las sociedades y en el caso de los más jóvenes, la alteración es todavía mayor. El hecho de informarse sólo a través de ellas ha supuesto la eliminación del criterio propio: sólo se siguen los perfiles que están de acuerdo con la propia forma de pensar y el algoritmo lo potencia. Bienvenidos a la era en la que el pensamiento crítico ha dejado de existir. Los más jóvenes, al no estar plenamente formados, son los que más riesgos sufren. Pero damos por hecho que, alcanzada la mayoría de edad, eso se cura.
Y la realidad es justo la contraria. Las redes han provocado un aumento de información falsa, que se multiplica sin sentido. En muchos casos, la persona que emite el bulo es plenamente consciente de ello sin que ello le suponga ningún tipo de pena. Las redes se basan en utilizar las mejores técnicas de manipulación psicológica, social y política. Goebbels habría disfrutado de tener una herramienta así.

Las redes, por otro lado, han ocasionado en los más jóvenes un aumento de los casos de bulling, de stalking, de suicidios, de autolesiones provocadas por retos a cual más extravagante, de trastornos alimentarios... La lista es larga. Y los mayores les hemos dado la munición. Las redes sociales son el bolso falso de Louis Vuitton o el Rolex de pega. La muestra más palpable del quiero y no puedo: de matrimonios acabados que muestran su falso amor en Instagram como hacen la mayoría de parejas de famosos; vídeos en TikTok de vacaciones de cartón piedra que no se pueden pagar; grandes logros laborales en LinkedIn que dejarían a Einstein en la escuela de primaria... El egocentrismo y la vanidad por delante de la humildad y la honestidad.

Creo que en 20 años dejaremos de hablar de RRSS, bien sea porque estén prohibidas o porque hayamos aprendido la necedad que es estar exponiendo nuestra (falsa) vida privada a todo el mundo.
Mientras tanto, bienvenida sea la medida.

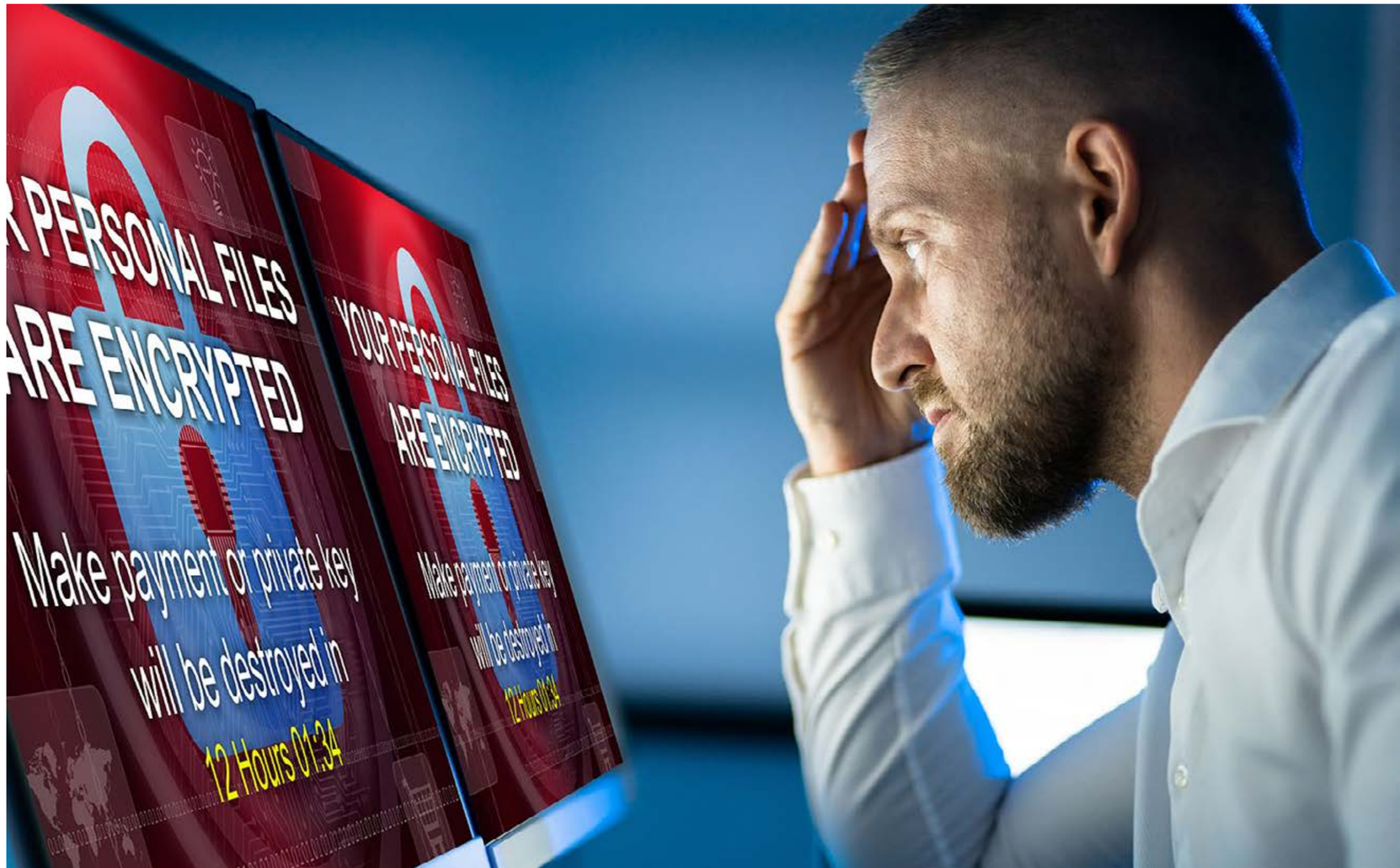
Actualidad

España escala al segundo puesto como país más afectado por ransomware

En términos de ciberseguridad y ataques, España ha salido, por primera vez en los últimos años, del podio de los países más atacados, aunque se mantiene en una cuarta posición a nivel mundial, superada por Japón, Turquía y Polonia, y el segundo en ataques de ransomware. Así lo desvela el último informe de amenazas ESET Threat Report H2 2025, publicado por la compañía ESET, en el que alerta de un cambio relevante en la forma en la que operan los ciberdelincuentes: el uso de inteligencia artificial para automatizar procesos relacionados con el malware, ejemplificado por el descubrimiento de PromptLock, y la expansión de ataques que abusan de la tecnología NFC, cuyas detecciones crecieron un 87% en la segunda mitad de 2025.

"No obstante, en cuanto a ransomware, España se sitúa en segunda posición, con un 5% de las detecciones totales, por delante de países como Francia, Italia o Canadá, y sólo por detrás de Estados Unidos con un 17%", señala Josep Albors, director de investigación y concienciación de ESET España. "Los sectores más afectados en nuestro país han sido el tecnológico, los servicios empresariales y la industria manufacturera".

A nivel global, el informe de ESET señala que el número de víctimas de ransomware superó las cifras de 2024 antes de finalizar el año, con previsiones de un crecimiento interanual del 40%. Grupos como Akira y Qilin consolidaron su dominio del modelo de ransomware como servicio, mientras que el uso de herramientas conocidas como EDR killers siguió proliferando



Actualidad

España escala al segundo puesto como país más afectado por ransomware

para tratar de evadir las defensas de las organizaciones.

PromptLock: el primer ransomware impulsado por IA

Uno de los hitos más relevantes del informe es el descubrimiento de PromptLock, la primera prueba de concepto conocida de ransomware impulsado por IA para generar scripts maliciosos en tiempo real, ejecutarlos y corregirlos automáticamente si fallan. Aunque por ahora este tipo de malware sigue siendo minoritario, marca un punto de inflexión y confirma una predicción que ESET lleva años realizando.

Aun así, los expertos aclaran que el uso principal de la IA por parte de los ciberdelincuentes sigue estando en la ingeniería social, con campañas de phishing, deepfakes y estafas cada vez más creíbles.

En este sentido, las estafas de inversión falsas, identificadas por ESET como HTML/Nomani, crecieron un 62% interanual a nivel global, aunque en el segundo semestre de 2025 se observó una ligera reducción.

En España, los investigadores han detectado campañas que utilizan la imagen de figuras públicas para dar credibilidad a este tipo de fraudes, apoyándose en vídeos y contenidos generados con IA. Estas campañas dirigen a los usuarios a webs que imitan a medios de comunicación legítimos y prometen beneficios rápidos con inversiones en criptomonedas.

> **Que el phishing siga siendo la amenaza más detectada en nuestro país refleja que estas campañas de engaño continúan siendo muy eficaces y rentables para el ciberdelincuente**

Infostealers: cae Lumma, surgen nuevos protagonistas

La disrupción global de Lumma Stealer en mayo de 2025 fue uno de los grandes acontecimientos del año. Aunque el malware logró reaparecer brevemente durante el verano, sus detecciones cayeron un 86% en el segundo semestre, quedando su actividad prácticamente residual a final de año.

Sin embargo, el ecosistema de los infostealers es muy dinámico. En España, ESET ha observado un aumento del protagonismo de familias como Vidar, así como un crecimiento notable de descargadores y scripts maliciosos, especialmente CloudEyE (GuLoader), cuyas detecciones se multiplicaron casi por treinta en la segunda mitad del año.

Estas amenazas llegan principalmente a través de campañas de phishing que suplantan facturas, documentos PDF o marcas conocidas, una técnica que sigue demostrando una alta eficacia. De hecho, durante el segundo semestre de 2025, el phishing sigue siendo, con diferencia, la amenaza más detectada en España, representando cerca del 20% del total de detecciones.

"Que el phishing siga siendo la amenaza más detectada en nuestro país refleja que estas campañas de engaño continúan siendo muy eficaces, especialmente cuando suplantan facturas, documentos o marcas conocidas", explica Albors. "Además, en el ranking siguen figurando amenazas que explotan vulnerabilidades antiguas de Microsoft Office, una señal de que las políticas de actualización y aplicación de parches continúan siendo una asignatura pendiente en muchas organizaciones. También resulta significativo el descenso de técnicas como ClickFix, muy utilizadas en la primera mitad del año, en línea con la caída de la actividad de algunos de los infostealers que más las empleaban".

Actualidad

España escala al segundo puesto como país más afectado por ransomware

ESET prevé que de cara a 2026 los ciberdelincuentes utilizarán la IA para automatizar y escalar ataques, especialmente en campañas de ingeniería social

Amenazas móviles y asociadas a NFC

El informe de ESET sobre ransomware también pone el foco en el crecimiento de las amenazas móviles, especialmente aquellas que abusan de la tecnología NFC. Según la telemetría de ESET, las detecciones de malware NFC aumentaron un 87% entre el primer y el segundo semestre de 2025.

En España, estas amenazas todavía no son mayoritarias, pero los expertos advierten de su alto potencial de impacto, ya que combinan ingeniería social avanzada, suplantación de entidades bancarias y nuevas funcionalidades, como el robo de contactos, la desactivación de la biometría o la integración de capacidades de control remoto.

"De cara a 2026, prevemos que los ciberdelincuentes utilizarán la IA para automatizar y escalar ataques, especialmente en campañas de ingeniería social, mientras que muchas organizaciones integrarán estas tecnologías en la empresa y la nube sin los controles de seguridad adecuados, ampliando así la superficie de ataque", explica Albors. "Aunque veremos más malware generado con IA, el ransomware seguirá creciendo apoyándose en debilidades tradicionales como sistemas sin parchear o accesos expuestos, con el uso continuado de EDR killers.

A esto se suma una mayor profesionalización del cibercrimen, con bots de IA utilizados para fraude, desinformación y estafas, una colaboración más estrecha entre actores estatales y delincuentes, y un aumento de los ataques a sectores estratégicos como el de los drones, en un panorama que podría verse alterado por futuras operaciones policiales".

Actualidad

Commvault brinda protección en almacenamiento de datos S3

La compañía ha anunciado el desarrollo de Commvault Cloud Unified Data Vault, un servicio nativo de la nube que amplía las capacidades de protección y resiliencia fiables para el almacenamiento de datos escritos con el protocolo S3. Esta solución permite integrar el almacenamiento de datos de aplicaciones y de IA basados en S3 en un marco de protección unificado y basado en políticas, con el objetivo de lograr una resiliencia de nivel empresarial para desarrolladores de cualquier tipo.

Al proporcionar un punto final seguro, compatible con S3 y gestionado por Commvault, Unified Data Vault permite a las organizaciones aplicar una protección inmutable y basada en políticas al almacenamiento de datos de cargas de trabajo modernas y personalizadas, incluidas las cargas de trabajo de IA emergentes, sin necesidad de instalar agentes ni crear nuevos silos de gestión de datos. Este enfoque refuerza la eficiencia y la gobernanza del almacenamiento de datos en entornos cloud distribuidos.

Muchos desarrolladores utilizan S3 como opción predeterminada para exportar copias de seguridad y gestionar el almacenamiento de datos, desde bases de datos como CockroachDB y Greenplum hasta servicios como Docusign y monday.com. Sin embargo, estas copias de seguridad suelen residir en buckets fragmentados, lo que dificulta una gestión coherente del ciclo de vida del almacenamiento de datos y genera riesgos ocultos de cumplimiento y retrasos en la recuperación.

Principales ventajas para los clientes

- **Simplicidad sin agentes:** permite que las aplicaciones, las bases de datos y los flujos de trabajo escriban directamente en un punto final S3 gestionado por Commvault, simplificando la gestión del almacenamiento de datos sin necesidad de agentes ni scripts personalizados.

- **Protección empresarial automatizada:** proporciona inmutabilidad, cifrado, deduplicación y controles de retención en el momento en que se escriben las copias de seguridad, reforzando la seguridad del almacenamiento de datos desde su origen.

- **Programabilidad lista para desarrolladores:** se integra con flujos de trabajo y API nativos de S3 para una automatización DevOps sin fricciones en entornos de almacenamiento de datos en la nube.

FERNANDO JOFRE

Madrid activa su red cuántica

Madrid se ha convertido en un punto estratégico para el futuro de las comunicaciones seguras con MadQCI, la primera red cuántica operativa de la región. Con 700 kilómetros de fibra y 25 localizaciones interconectadas, esta infraestructura es un entorno real donde ya se ensayan los modelos de comunicación que marcarán la próxima década. La clave de su valor reside en la seguridad. Frente a la criptografía clásica, basada en la dificultad matemática, la comunicación cuántica se apoya en principios físicos que hacen detectable cualquier intento de interceptación. La tecnología QKD (Quantum Key Distribution) permite intercambiar claves criptográficas cuya integridad queda garantizada por la propia naturaleza de los qubits. Para CIOs y CISOs, esto supone un cambio de paradigma: un modelo de seguridad "by physics", no "by computation".

MadQCI es también un primer paso hacia el futuro internet cuántico, una red que integrará nodos múltiples y combinará tecnologías cuánticas y clásicas con arquitecturas avanzadas. Aunque persisten retos como la fragilidad de las señales o la integración con infraestructuras actuales, el proyecto sitúa a Madrid en la vanguardia europea y anticipa un escenario donde las comunicaciones quantum-safe serán un estándar imprescindible.

Actualidad

OVHcloud refuerza la seguridad del dato de sus clientes al adquirir Seald

La protección y seguridad del dato se ha convertido, con el paso de los años, en un gran reto para las organizaciones de todos los tamaños. Con vistas a reforzar la estrategia de seguridad de los datos, OVHcloud ha anunciado la adquisición de Seald, una empresa francesa especializada en tecnologías de cifrado de extremo a extremo (End-to-End Encryption). Se trata de un importante paso adelante en la estrategia de OVHcloud y ofrecer mayor seguridad del dato, cuyo objetivo es ofrecer un cloud de confianza que combine seguridad y cumplimiento normativo al servicio de los casos de uso más críticos. Con Seald, OVHcloud integra una tecnología puntera que permite proteger los datos mediante un modelo de conocimiento cero o zero-knowledge.

A través de este modelo de seguridad del dato, el contenido se cifra antes de enviarse y solo puede ser descifrado por los usuarios finales en sus dispositivos. Ni el proveedor de alojamiento, ni el editor, ni el administrador del sistema pueden acceder a esta información.

Cloud integral seguro

Cabe recordar que actualmente OVHcloud gestiona más de 500.000 servidores a través de sus 46 data centers ubicados en 4 continentes, con una media de 1,6 millones de clientes. Desde hace más de 20 años lleva a cabo un modelo integrado que garantiza un control completo de su cadena de valor, desde el diseño y la construcción de los servidores y data centers, hasta la orquestación de su red de fibra óptica.

La seguridad del cloud equivale a la protección y seguridad del dato, aplicaciones e infraestructuras que forman parte del entorno cloud. Para poder ofrecer un cloud seguro, los proveedores deben asegurarse de que todos los elementos de la cadena de valor disponen de las medidas de seguridad necesarias. OVHcloud ofrece una protección cloud integral: desde la seguridad física perimetral que rodea sus datacenters, hasta los sistemas de control de acceso, pasando por las interfaces API y los parches de software.

La compañía dispone de un equipo CSIRT dedicado, formado por expertos en seguridad que trabajan en estrecha colaboración con el resto de equipos de OVHcloud. Su principal objetivo consiste en detectar posibles amenazas, gestionar las incidencias y realizar investigaciones forenses.

MANUEL LÓPEZ

Del hype al ROI: la IA en la encrucijada

El romance corporativo con la IA atraviesa su momento más crítico. Después de años navegando la ola del entusiasmo, las organizaciones se enfrentan una realidad incómoda: más del 60% no ha logrado cuantificar beneficios económicos claros. La brecha entre expectativa y ejecución se ha convertido en un abismo financiero que los consejos de administración ya no toleran. El problema es estructural, no tecnológico. Solo el 5,9% de los proyectos de IA tiene un ROI conocido y documentado, mientras que apenas el 15% de las pruebas de concepto logran escalar a producción según analistas del sector. Las causas: ausencia de gobernanza de datos, silos organizativos y, especialmente, proyectos desconectados de objetivos de negocio tangibles.

Los analistas estiman que el 30% de los proyectos de IA generativa serán abandonados por falta de ROI y el 25% del gasto previsto será aplazado. Los directivos IT deben elegir: pivotar hacia automatización de procesos críticos con impacto medible o ver cómo sus presupuestos se reasignan a tecnologías con retorno demostrable. La IA entra en su fase adulta. Solo sobrevivirán los proyectos tratados como cualquier inversión estratégica: 'business case' riguroso, métricas de rendimiento y 'accountability' total. El recurso del "piloto perpetuo" se ha agotado.

Actualidad

SUSE lanza una herramienta de autoevaluación para el Marco de Soberanía en la nube

Con el fin de ayudar a los clientes a comprender y, en última instancia, cerrar las brechas en su estrategia de soberanía digital, SUSE ha anunciado el desarrollo y lanzamiento de su herramienta de Autoevaluación del Marco de Soberanía en la Nube.

Basada en el Marco de Soberanía en la Nube de la UE 2025, esta herramienta pionera en la industria es una plataforma web de autoevaluación disponible para organizaciones que desean conocer cómo se posiciona su infraestructura frente a dicho marco.

Según Forrester, la soberanía digital y la IA impulsarán un renacimiento de la nube privada con un crecimiento anual doble en 2026. Con la introducción del Marco de 2025 de la UE, las organizaciones corren el riesgo de no ser elegibles para ciertos contratos sin demostrar soberanía digital.

La Autoevaluación del Marco de Soberanía en la Nube simplifica este proceso, proporcionando una puntuación objetiva de Sovereignty Effective Assurance Levels (SEAL), que permite medir

Actualidad

SUSE lanza una herramienta de autoevaluación para el Marco de Soberanía en la nube

la soberanía de una organización en los ocho objetivos definidos por el Marco de Soberanía en la Nube de la UE. Esto automatiza un proceso manual y muy intensivo en recursos, ofreciendo visibilidad en tan solo 20 minutos.

"Las organizaciones se enfrentan a un problema de 'caja negra' en lo que respecta a la soberanía digital, lo que genera riesgos ocultos significativos. Existe una brecha entre la política y la tecnología, con un desfase entre los requisitos regulatorios y la infraestructura técnica necesaria para corregir las vulnerabilidades identificadas en los sistemas", dijo Andreas Prins, responsable de Global Sovereign Solutions en SUSE. "Sin embargo, sin una puntuación clara de soberanía, los líderes de TI no pueden justificar el presupuesto necesario para iniciativas de autonomía digital. La herramienta de Autoevaluación del Marco de Soberanía en la Nube proporciona precisamente esa puntuación y una hoja de ruta para cerrar la brecha aprovechando las soluciones de SUSE y su ecosistema de socios europeos."

"La herramienta de autoevaluación del Marco de Soberanía en la Nube es un cambio radical para la estrategia de TI. En tan solo 15 minutos obtuve más información que nunca antes", dijo Markus Scherer, ingeniero de infraestructura y arquitectura en la Universidad de Luxemburgo. "Simplemente respondiendo a las preguntas obtuve claridad inmediata sobre nuestro nivel actual de soberanía, pero el verdadero valor está en las recomendaciones finales. Entregó resultados tangibles que puedo presentar con confianza a la dirección para influir en nuestras futuras decisiones de inversión en TI."

Principales características de la herramienta de SUSE

- **Benchmark SEAL:** Asigna a la organización uno de los cinco niveles de Soberanía (SEAL 0–4), creando un lenguaje común para discutir riesgos (por ejemplo: "Actualmente somos SEAL-1, pero nuestros contratos públicos requieren SEAL-3").

- **Análisis de riesgo ponderado:** No todas las brechas son iguales. La herramienta pondera los ocho objetivos de soberanía (SOV), priorizando la cadena de suministro (20%) y la autonomía operativa (15%), mostrando dónde se encuentran las vulnerabilidades más críticas.

> **La herramienta de autoevaluación del Marco de Soberanía en la Nube es un cambio radical para la estrategia de TI**

- **Compromiso basado en confianza:** A diferencia de las herramientas SaaS tradicionales, esta es "privacy-first". Los resultados se almacenan únicamente en el navegador del usuario, reduciendo las barreras para que organizaciones de alta seguridad puedan usarla sin temor a fugas de datos.

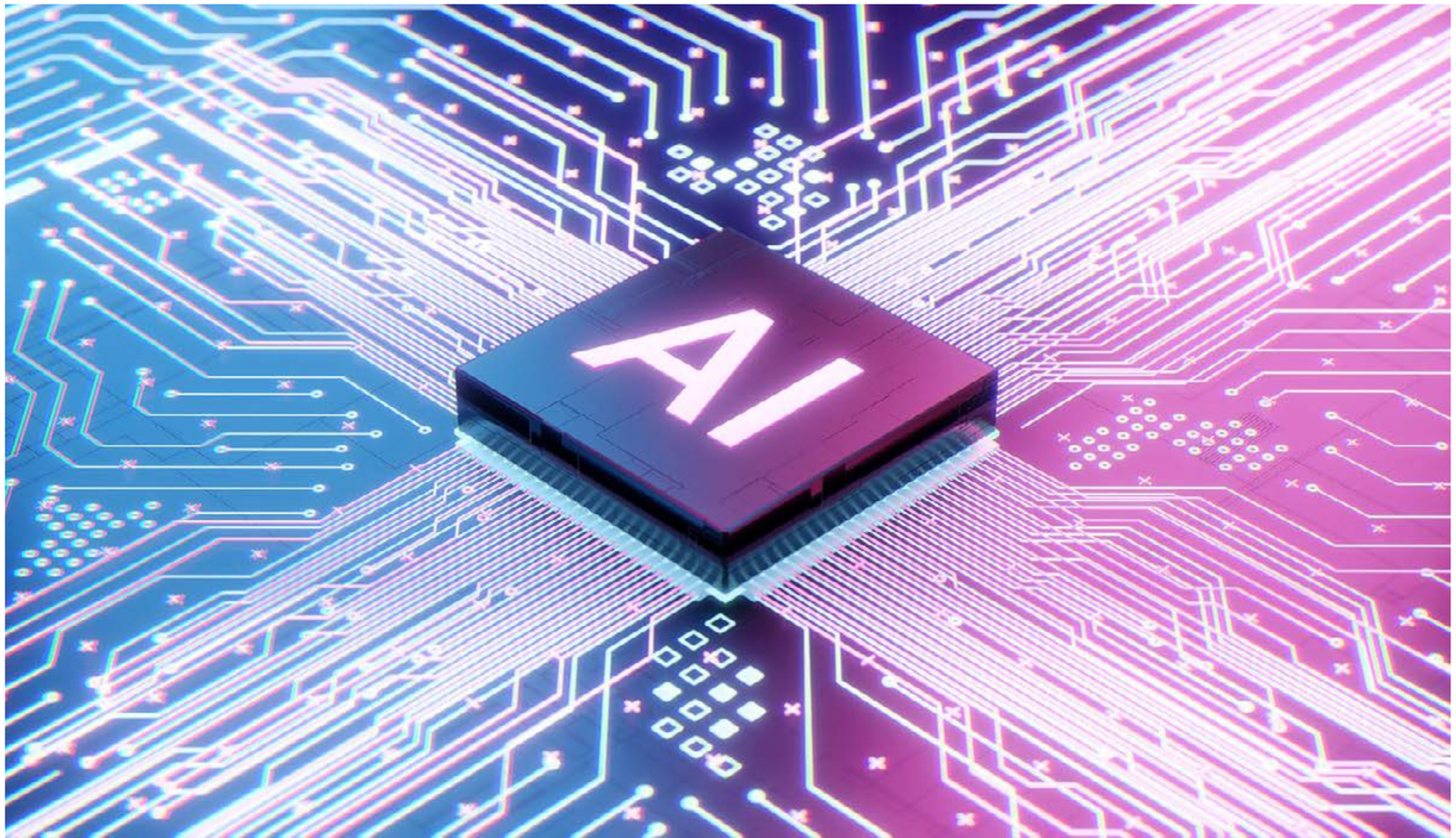
- **Hoja de ruta consultiva:** Transforma una conversación sobre soberanía en un plan de mejora concreto que puede descargarse como PDF. Es posible realizar una autoevaluación en la web de SUSE.

Actualidad

Un 78% de empresas españolas incrementará su inversión en IA

Los ejecutivos europeos comienzan el año 2026 con un mayor optimismo respecto al crecimiento, los planes de contratación y una clara apuesta por la inversión en IA, según el último análisis de Accenture. La adopción de la IA se acelera a medida que los directivos predicen un crecimiento más sólido de los ingresos, impulsado en gran parte por una mayor inversión en IA; sin embargo, los empleados expresan preocupaciones sobre el acceso, la confianza y la formación asociadas a esta tecnología.

Así lo desvelan los resultados del informe Pulse of Change de Accenture, recién publicados, que también señalan que existe una brecha cada vez mayor entre los directivos y los empleados en lo que respecta a la preparación, la confianza y el impacto real de la inversión en IA dentro de las organizaciones.



La encuesta Pulse of Change de Accenture analiza cómo las tendencias empresariales, tecnológicas y de talento están configurando e impulsando el cambio. Esta edición refleja las opiniones de casi 1.070 ejecutivos (120 en España) y 700 empleados de Europa que trabajan en algunas de las organizaciones más grandes del mundo, abarcando 20 sectores, muchos de ellos inmersos en ambiciosos planes de inversión en IA.

Consolidación de la confianza en el crecimiento y la contratación

En España, aunque el 74% de los líderes empresariales prevé un mayor nivel de cambio (económico, geopolítico, tecnológico, social y medioambiental) en 2026, el 87% espera un mayor crecimiento de los ingresos, apoyado en parte por una creciente inversión en IA. Estos datos son ligeramente inferiores a la media

Actualidad

Un 78% de empresas españolas incrementará su inversión en IA

Los directivos españoles creen que la plantilla de su organización cuenta con la formación básica para aprovechar la inversión en IA

europea, donde la expectativa de cambio alcanza al 82% de los directivos y la previsión de crecimiento de ingresos se sitúa en el 91%, también vinculada a una mayor inversión en IA.

Las expectativas de contratación siguen la misma línea, con un 60% de los empresarios españoles encuestados afirmando que tiene previsto aumentar la contratación durante este año, en un contexto en el que la inversión en IA empieza a redefinir perfiles y necesidades de talento. Este porcentaje se eleva al 71% en el conjunto de Europa.

Aceleración de la inversión en IA

La mayoría de empresas españolas (78%) prevé aumentar su inversión en IA en 2026, un dato ligeramente inferior al 84% de la media europea. Los países europeos más optimistas en este ámbito son Irlanda, Italia y Alemania, que planean incrementar su inversión en IA hasta el 94%, el 92% y el 87%, respectivamente.

Además, según la encuesta, el 80% de los líderes europeos considera ahora que la inversión en IA es más valiosa para el crecimiento de los ingresos que para la reducción de costes, lo que demuestra un mayor nivel de madurez y una visión más estratégica de esta tecnología.

Preocupaciones en la plantilla: se amplía la brecha en torno a la IA

Mientras que los ejecutivos ven la inversión en IA como un catalizador del crecimiento, muchos empleados están preocupados por la reducción de plantilla y la falta de formación. Existe una diferencia de casi 25 puntos entre los empleados (68%) y los directivos españoles (92%) a la hora de afirmar que su experiencia con la IA y la inversión en IA les hace confiar en su potencial impacto empresarial.

Solo una cuarta parte (26%) de los empleados españoles afirma poder utilizar las herramientas de IA con confianza. Además, solo el 15% está totalmente de acuerdo en que sus directivos han comunicado claramente cómo afectará la inversión en IA a la plantilla, incluidos los cambios en las funciones y las habilidades necesarias.

Capturar el verdadero potencial

Por otra parte, aunque la mayoría (90%) de los directivos españoles cree que la plantilla de su organización cuenta con la formación básica necesaria para aprovechar la inversión en IA de manera eficiente, solo la mitad (52%) de los empleados opina lo mismo.

Mercedes Oblanca, CEO y presidenta de Accenture en España y Portugal, afirma que: "El estudio confirma lo que nos trasladan nuestros clientes. No quieren perder el impulso de la IA y están acelerando la inversión en IA con estrategias enfocadas al crecimiento y la eficiencia en toda la cadena de valor. Pero capturar su verdadero potencial va mucho más allá de la tecnología. Requiere transformar las formas de trabajo, construir una sólida estrategia y plataforma de datos y conocimiento, y apostar decididamente por la formación y la capacitación, empezando por los líderes. No se trata solo de desarrollar habilidades técnicas, sino de impulsar una mentalidad y una cultura basadas en la colaboración y la confianza, capaces de redefinir cómo trabajamos y de abrir un nuevo paradigma en el que equipos humanos y agentes de IA colaboren de forma integrada, ágil y orientada a resultados como nunca antes".

Actualidad – Te interesa

Gobernar el mañana

Por JULIÁN SANZ, Especialista Cloud de Arsys Cloud Solutions

Con la llegada del cloud, las empresas han ganado en agilidad y capacidad de innovación, pero también han tenido que asumir que sus datos, el motor de su digitalización, pueden residir en infraestructuras que no están totalmente bajo su control. Y esto puede implicar riesgos empresariales.

No tiene por qué ser así. Las incertidumbres geopolíticas ponen de relieve la necesidad de mantener la independencia tecnológica para garantizar nuestra competitividad y la de nuestros países a corto, medio y largo plazo. Lo que nos preocupa hoy no es solo la eficiencia o el time-to-market, también la resiliencia operativa, la continuidad de negocio y la capacidad de reacción.

La soberanía digital se ha convertido en una decisión estratégica que se toma en el consejo de administración y nos permitirá gobernar el mañana. No se trata de una cuestión geográfica o de que nuestro proveedor tenga unas instalaciones cerca de nuestra sede. La soberanía digital garantiza que el dato siempre será nuestro y estará sujeto a la misma jurisdicción que nuestras empresas tienen que seguir, reduciendo los riesgos de exposición ante decisiones o marcos regulatorios ajenos a nuestro entorno.

El riesgo de depender de hiperescalares con sedes extracomunitarias obliga a repensar la arquitectura digital. No se trata de cuestionar lo que pueden aportar, sino de entender los límites e implicaciones de una dependencia total. La respuesta no es un repliegue hacia el centro de datos on-premise. No hay que elegir entre soberanía digital y nube, sino adoptar un modelo cloud maduro, que separe las capas de datos, aplicaciones e infraestructura en entornos híbridos y multicloud.

Sin embargo, bajo la promesa de aprovechar lo mejor de cada proveedor, los entornos multicloud pueden convertirse en un ecosistema enormemente fragmentado. Trabajar con varias nubes y garantizar seguridad, interoperabilidad e integración no es sencillo. Sin una estrategia clara, multicloud puede derivar en complejidad operativa, incremento de costes y dilución de responsabilidades. La respuesta no es añadir más capas de gestión manual, sino transformar radicalmente la operativa, evolucionando hacia la definición de políticas comunes, la orquestación y el gobierno de múltiples proveedores.

Técnicamente, la solución pasa por una capa de abstracción basada en estándares abiertos y automatización. Necesitamos sistemas que devuelvan el control sin sacrificar agilidad ni disparar la factura cloud. Esta fórmula abre la puerta a la coexistencia de plataformas y a una gestión dinámica de cargas de trabajo, además de facilitar la portabilidad de los servicios y liberar a los equipos IT para que pongan el foco en la innovación.

También habilitaremos soluciones específicas de cifrado, tokenización y observabilidad, allanando el camino hacia el "compliance by design", donde la seguridad y la protección del dato sean un elemento por defecto en cualquier proyecto desde sus especificaciones iniciales. Ya no basta con protegerse frente a las ciberamenazas: las organizaciones deben ser capaces de demostrar de forma auditable su compromiso con la integridad, la privacidad y la soberanía del dato ante los stakeholders.

Se trata de pasar de consumir cloud de manera pasiva a gobernarlo de manera estratégica.

Actualidad – Te interesa

Congreso&EXPO #ASLAN2026:

¿Agentes IA, resiliencia, activos digitales...? Evolucionamos

La Asociación @aslan, que agrupa a 215 fabricantes y proveedores especializados en innovación digital y ciberseguridad, organiza los días **17, 18 y 19 de marzo en el Palacio de Congresos de Madrid**, la 33ª edición del Congreso&EXPO ASLAN2026 bajo el título: **¿Agentes IA, resiliencia, activos digitales...? Evolucionamos.**

Vivimos tiempos de grandes cambios. Participa en el gran Congreso & EXPO anual que la Asociación @aslan organiza con el apoyo de cerca de 200 empresas especializadas en innovación digital y CXOs que están liderando la re-evolución de grandes organizaciones en España: mejorando la productividad, desarrollando nuevos negocios, reforzando la ciberresiliencia,...

ASLAN2026 es una oportunidad para conocer cómo está evolucionando la ciberseguridad, el puesto de trabajo digital, la automatización o la gestión del dato gracias a la IA y cómo afrontar los nuevos retos para redes, entornos multi-cloud, infraestructuras inteligentes y centros de datos.

REGISTRO GRATIS

Actualidad – Te interesa

Nunsys Group refuerza su liderazgo en IA con la especialización avanzada Microsoft Copilot

Con esta última incorporación, la tecnológica amplía hasta 13 su portfolio de acreditaciones como Microsoft Solution Partner

Nunsys Group, consultora tecnológica de referencia en servicios de transformación digital, anuncia la obtención de la especialización avanzada Microsoft Copilot, un reconocimiento que certifica la experiencia profunda y las capacidades demostradas en la implantación y adopción de soluciones basadas en Inteligencia Artificial.

Esta distinción, considerada de las más relevantes dentro del entorno de IA de Microsoft, está en la actualidad en manos de un reducido grupo de partners en España entre los que destaca Nunsys Group, y representa un sello de excelencia técnica y de negocio en un ámbito estratégico para la transformación digital empresarial.

Siendo una de las más exigentes dentro del programa Microsoft Solution Partner, la especialización Copilot valida que la firma domina en profundidad y está habilitada para apoyar a sus clientes en la adopción de Microsoft Copilot: desde la evaluación de preparación y gobernanza, hasta la implementación y extensión de la solución con agentes personalizados, garantizando resultados medibles y niveles altos de adopción.

Este logro se suma a otras dos especializaciones de Microsoft Azure recientemente certificadas por Nunsys Group: AI Platform y AI Apps, con las que la compañía amplía su oferta de servicios avanzados en IA en entornos cloud. Con estas competencias, Nunsys Group pasa de las 8 que poseía el pasado septiembre a un total de 13 en el momento actual, acercándose al objetivo marcado previamente de alcanzar 17 especializaciones avanzadas antes del próximo junio.

"Esta nueva certificación no sólo reconoce el esfuerzo y la capacidad de nuestro equipo, sino que refuerza nuestra propuesta de valor dentro del ecosistema de Microsoft: acompañar a las empresas en la adopción responsable, segura y escalable de soluciones de inteligencia artificial. Este reconocimiento es un aval más de nuestra capacidad para transformar digitalmente a nuestros clientes", afirma Paco Gavilán, presidente de Nunsys Group.

Nunsys Group reafirma así su compromiso con el liderazgo tecnológico y su enfoque en soluciones que impulsen la eficiencia operativa, la productividad y la innovación continua en un mercado en rápida evolución. La compañía seguirá invirtiendo en certificaciones y competencias que aporten ventajas competitivas claras a sus clientes y socios tecnológicos a nivel nacional e internacional.

Actualidad – Te interesa

Fábricas de IA, la nueva generación de centros de datos para la era de la inteligencia artificial

La inteligencia artificial ya es un motor clave de transformación en todos los sectores y exige recursos de cómputo, energía y refrigeración sin precedentes. En este contexto surgen las llamadas fábricas de IA, entornos diseñados específicamente para producir, entrenar y ejecutar modelos de inteligencia artificial a gran escala, de forma continua y eficiente.

A diferencia de los centros de datos tradicionales, concebidos para cargas de trabajo más generalistas, las fábricas de IA nacen con un propósito claro: maximizar el rendimiento de la computación acelerada. Estas instalaciones concentran grandes volúmenes de servidores equipados con procesadores de alto rendimiento y aceleradores gráficos, interconectados para trabajar como una única plataforma de cálculo. El resultado es una densidad energética y térmica superior a la habitual, que obliga a replantear por completo la infraestructura que las sostiene.

Vertiv interpreta este cambio de paradigma como una evolución natural del centro de datos hacia un modelo más industrializado, donde la infraestructura actúa como habilitador directo del negocio. Las fábricas de IA no son solo edificios con servidores, sino que son sistemas complejos que combinan energía, refrigeración, gestión y servicios para garantizar que la computación intensiva pueda ejecutarse de forma fiable.

Uno de los grandes retos de estas instalaciones es la densidad. Las cargas de trabajo de IA concentran enormes demandas de potencia en espacios reducidos, lo que exige arquitecturas eléctricas robustas, con diseños modulares que permitan crecer sin interrupciones. La

Vertiv tiene una visión end-to-end que abarca desde la entrada de energía hasta el chip, integrando soluciones de alimentación, refrigeración y gestión

capacidad de adaptar la infraestructura a nuevas generaciones de hardware se vuelve crítica, ya que la tecnología avanza a un ritmo vertiginoso y los ciclos de renovación se acortan.

La refrigeración es otro de los pilares fundamentales. En una fábrica de IA, los sistemas tradicionales por aire alcanzan rápidamente sus límites. El calor generado por los procesadores requiere soluciones más cercanas, precisas y eficientes, capaces de mantener temperaturas estables incluso en escenarios de operación continua.

Pero más allá de la tecnología, las fábricas de IA plantean una cuestión de enfoque. No se trata solo de responder a una necesidad puntual, sino de construir una plataforma preparada para el futuro. Esto implica diseñar la infraestructura pensando en la integración entre sistemas, en la monitorización constante y en la capacidad de anticiparse a posibles incidencias antes de que afecten a la operación.

En este sentido, Vertiv trabaja con una visión end-to-end que abarca desde la entrada de energía hasta el chip, integrando soluciones de alimentación, refrigeración y gestión que permiten a los operadores afrontar con confianza la complejidad de estos entornos. El acompañamiento durante todo el ciclo de vida, desde el diseño hasta la operación y el mantenimiento, es clave para que las estas fábricas puedan cumplir sus objetivos.

Esto representa una nueva etapa en la evolución de los centros de datos. En un mundo donde los datos y la inteligencia artificial se convierten en activos estratégicos, contar con una base sólida y preparada marca la diferencia entre experimentar y liderar.

Webinars BYTE TI

Cloud híbrido y multicloud:
estrategia, seguridad y soberanía del dato en la empresa

La adopción de la nube es un imperativo estratégico, pero muchas organizaciones siguen lejos de exprimir todo su potencial. Para analizar cómo diseñar y operar de forma correcta en entornos de nube híbrida y multicloud, Byte TI, junto con Arsys y Var Group, un webinar en el que se ofrecieron las principales claves.

Las claves son alinear tecnología y negocio, controlar costes, reforzar la seguridad y dar respuesta a la creciente preocupación por la soberanía del dato. En opinión de Julián Sanz, Solution Specialist de Arsys Cloud Solutions, "el multi-cloud ya es prácticamente inevitable para garantizar disponibilidad y resiliencia", mientras que Alberto Barros, Infrastructure & Operations Technical Leader de Var Group Iberia, subrayó que "la clave está en una estrategia global, apoyada en FinOps, automatización y una visión de seguridad zero trust". Ambos coincidieron en que la combinación adecuada de cloud público, cloud privado y on-premise, junto con herramientas de orquestación y observabilidad, es la base para asegurar independencia tecnológica y cumplimiento normativo en el nuevo escenario regulatorio europeo.

La decepción

En muchas ocasiones la nube, independientemente del sabor, no ha cubierto las expectativas. Según Alberto Barros, uno de los problemas de origen es que "la migración a la nube muchas veces viene promovida por el departamento financiero y no como una decisión tecnológica y de negocio bien alineada. Cuando la migración se impulsa solo por el atractivo del paso de CAPEX a OPEX, sin un análisis profundo de la estrategia de subida a la nube, se generan silos aumentando la complejidad operativa y de gobernanza". Para Barros deste enfoque fragmentado desencadena varios efectos: "sobrecostes inesperados por un mal dimensionamiento, retorno de inversión inferior al esperado y equipos que no están adaptados para ir de un entorno on-premise al entorno cloud". Tal y como expuso, la adopción del cloud es "un cambio de paradigma en la empresa" y debe ser una decisión del CEO y del conjunto de la organización, con FinOps implantado

Webinars BYTE TI

Cloud híbrido y multicloud

para imputar costes por servicio y procesos de automatización y DevOps maduros que reduzcan la carga administrativa.

Multicloud: de opción a necesidad

El multicloud se ha convertido en un paradigma dentro del mundo cloud. Desde la perspectiva del proveedor, Julián Sanz de Arsys explicó que han visto "varias tendencias" y que la adecuada es una "estrategia global de la compañía, en la cual primero se piensa y después se actúa". En su opinión, el multi-cloud ya es obligatorio"porque "un único proveedor no nos garantiza todo, especialmente cuando se han vivido caídas prolongadas de grandes proveedores que han paralizado organizaciones completas. Cada vez más clientes diseñan su arquitectura para distribuir cargas de trabajo entre varios proveedores y contar con una capacidad real de reacción.

Para Barros, "lo ideal es disponer de un cloud híbrido multicloud, donde lo más crítico reside en un entorno on-premise o de data center privado controlado por la compañía, y donde se descargan cargas de trabajo a distintos proveedores en función de criterios de costes y servicios.

Para ilustrar las implicaciones del modelo, Julián Sanz fue claro: "tener un único proveedor significa

Alberto Barros,
Infrastructure & Operations Technical Leader de Var Group Iberia

Julián Sanz,
Solution Specialist de Arsys Cloud Solutions

que yo me tengo que adaptar al proveedor. Esto implica curvas de aprendizaje largas, dependencia del modelo de servicios y precios del proveedor y menor margen de maniobra en la gestión de costes. En cambio, con múltiples proveedores, yo no me adapto al proveedor, sino que yo busco en el mercado quién tiene solución que se adapta a mi necesidad"

El portavoz de Var Group introdujo un matiz importante: "alcanzar este escenario exige un alto nivel de automatización, herramientas centralizadas de orquestación y capacidades DevOps internas que muchas medianas empresas no pueden asumir por coste o complejidad. Por ello, Var Group Iberia ofrece servicios gestionados que permiten a estas organizaciones orquestar y gestionar, gobernar clouds híbridos".

¿Y cómo se elige un proveedor? Si una empresa parte de cero, Alberto Barros insistió en que el primer criterio es el alineamiento entre la estrategia IT propia y la propuesta del proveedor. "Ese proveedor se tiene que ajustar a los requerimientos estratégicos y a las capacidades técnicas internas, ya sea que la empresa trabaje con virtualización de servidores, contenedores u otros modelos", afirmó. Otros factores clave para el portavoz de Var Group son los niveles de disponibilidad históricos del proveedor, la estabilidad de sus políticas comerciales, la calidad del soporte y la proximidad.

Desde Arsys, Julián Sanz subrayó que la elección debe partir de una estrategia clara y de hitos definidos: "El proveedor me tiene que solucionar una serie de situaciones. Entre los

requisitos básicos que hay que pedirle figuran herramientas de automatización, capacidades de observabilidad , soporte en seguridad y servicios que respondan al auge de las nubes soberanas y la soberanía del dato".

Migrar de un proveedor a otro: del "vendor lock-in" a la independencia

Una de las grandes quejas de los CIO es la dificultad para migrar cargas entre proveedores, hasta el punto de que "algunos dicen incluso que la nube es el nuevo on-premise". Para Julián Sanz, la migración "debería ser posible", pero reconoce que la realidad del mercado es desigual. Puso como ejemplo que Arsys incorpora en los paneles de cliente herramientas "tanto para entrar como para salir". Sin embargo, no todos los proveedores operan así: "Te lo ponen muy fácil para entrar y muy difícil para salir, lo que complica cualquier cambio motivado por cercanía, ampliación de capacidades o ventajas de costes detectadas por iniciativas de FinOps", afirmó

Por su parte, Alberto Barros recalcó que, en cualquier consultoría de migración al cloud, "uno de los apartados más importantes es definir desde el inicio cómo se va a salir: retorno a on-premise o a otro cloud, para evitar el bloqueo". El portavoz de Var Group enumeró enfoques técnicos a tener en cuenta como migraciones completas de discos, uso de soluciones de backup y restore independientes del cloud o reconstrucción de infraestructuras en otro proveedor mediante automatización e infraestructura como código siempre que la organización tenga maduro su modelo DevOps.

La seguridad como fundamento

En materia de seguridad, Alberto Barros fue tajante: "no por estar en cloud, se está más seguro". Para él, "el principio de zero-trust debe ser básico, con herramientas de análisis de vulnerabilidades en on-premise y cloud, gestión de identidades centralizada bajo el control de la empresa y no del proveedor y cifrado extremo a extremo de todas las comunicaciones y datos en reposo". Además, considera fundamental que la gestión de claves sea siempre propiedad de la compañía, como parte de su soberanía sobre el dato.

Julián Sanz coincidió en el diagnóstico y recordó que el multicloud "genera una superficie mayor de ataque, por lo que las empresas deben tomar medidas proactivas". El portavoz de Arsys reivindicó la necesidad de automatización y de una visión de todos los multicloud a la vez, advirtiendo de que "no sirve de mucho gestionar con gran seguridad un entorno si se dejan puertas abiertas en otros clouds. En el caso de las pymes, lo mínimo imprescindible es el doble factor de autenticación, el cifrado de todos los datos y el uso consistente de las herramientas de seguridad ya disponibles".

Soberanía del dato y nuevo marco regulatorio

La soberanía del dato ha pasado a primer plano por la combinación de nuevas regulaciones europeas y tensiones geopolíticas. Alberto Barros recordó que, además del conocido GDPR, han ganado peso instrumentos como el Data Governance Act y, sobre todo, el IA Act, lo que está generando una "tendencia a la localización más próxima de las cargas y de los datos a las empresas. En algunos casos, esta sensibilidad se traduce incluso en una cierta repatriación de los datos desde clouds públicos a on-premise o cloud privado". Por su parte, Julián Sanz habló de un "mix muy claro entre normativa, desconfianza y movimientos geopolíticos que llevan a muchas empresas a replantearse su modelo actual. Además, la inteligencia artificial está acelerando este proceso, porque para cumplir las normativas muchas organizaciones van a tener que tener los datos cerca y no podrán permitirse alojarlos en proveedores cuya localización o jurisdicción no esté clara".

Comparativa

5 portátiles profesionales con IA

El mercado de los portátiles atraviesa un momento único con la llegada de los equipos que incorporan la etiqueta 'AI PC', es decir, dispositivos que integran inteligencia artificial. En este escenario, las previsiones apuntan a un crecimiento significativo: según la consultora Gartner, superarán la mitad de las ventas de portátiles en 2026, que estima que se comercializarán a nivel mundial 143 millones de unidades.

¿Qué es un Copilot+ PC?

Dentro de esta nueva generación emerge la categoría Copilot+ PC, una familia de dispositivos Windows diseñada precisamente para acoger la IA como parte central de la experiencia de uso. Así, a diferencia de los portátiles tradicionales, disponen de unidades de procesamiento neuronal (NPU) de alto rendimiento, capaces de ejecutar billones de operaciones por segundo: esto permite realizar tareas avanzadas de IA directamente en el propio portátil y en tiempo real, lo que minimiza la 'dependencia' de la nube.

Gracias a esta arquitectura, los Copilot+ PC prometen experiencias más rápidas, eficientes

Comparativa

5 portátiles profesionales con IA

y seguras a partir de un amplio abanico de funciones inteligentes. Entre ellas se encuentran la traducción automática en varios idiomas, la generación y la edición de contenidos, el reconocimiento de voz, los subtítulos en directo o la búsqueda contextual dentro de documentos, imágenes y archivos del sistema. Todo ello se lleva a cabo con una menor latencia y un mayor control sobre la privacidad de los datos.

Además, es habitual que posean una tecla dedicada al asistente Copilot, que actúa como apoyo en el día a día, ayudando a los usuarios a encontrar información, crear y resumir contenidos, analizar datos y optimizar flujos de trabajo; se convierten, por lo tanto, en una herramienta clave para mejorar la productividad tanto en entornos profesionales como creativos.

El procesador, clave

Desde el punto de vista técnico, este salto se apoya en una evolución importante del hardware. Los procesadores nuevos —como los Intel Core Ultra o la plataforma Qualcomm Snapdragon X Elite— poseen motores específicos para inteligencia artificial que operan de forma coordinada con Windows y las herramientas Copilot. Así, estos bloques dedicados liberan a la CPU y GPU de tareas complejas, pudiendo ejecutar procesos de IA con una mayor rapidez y un menor consumo energético.

Cabe destacar que esta arquitectura no solo beneficia a las funciones más llamativas relacionadas con la inteligencia artificial, sino que repercute en el rendimiento de tareas tradicionales. Tareas como la edición de vídeo, el diseño gráfico, la escritura colaborativa o el análisis de grandes volúmenes de datos se ejecutan de forma más fluida.

Por lo tanto, el portátil tal y como hasta ahora lo hemos conocido deja de ser un equipo que solo ejecuta las órdenes que recibe. Se ha convertido en un dispositivo mucho más inteligente que es capaz de adaptarse a las necesidades del trabajador en tiempo real, gestionar mejor sus recursos y ofrecer respuestas útiles al instante. Un cambio que transforma radicalmente la manera en la que se trabaja, se crea contenido y se emplea la tecnología en el día a día.

Comparativa

5 portátiles profesionales con IA

ASUS ExpertBook P5

Este Copilot+ PC es un equipo ideado para los profesionales que buscan potenciar la productividad y mejorar la colaboración. Entre las soluciones que ofrece se encuentra

ASUS AI ExpertMeet, una herramienta de inteligencia artificial que proporciona una potencia de IA hasta tres veces mayor que la generación anterior. Este asistente optimiza las experiencias de conferencias inmersivas gracias a su cancelación de ruido por IA y cámara con IA que mejoran las funciones de audio, vídeo y colaboración para una comunicación fluida. Entre sus funciones destaca 'AI Meeting Minutes', que transcribe las reuniones, las resume de manera detallada e identifica los puntos clave de los diferentes participantes. Por otro lado, la función de 'Subtítulos traducidos por IA' proporciona una traducción que va a garantizar una comunicación fluida en todos los idiomas.

Además, el portátil brinda seguridad de nivel empresarial mediante ASUS ExpertGuardian, una plataforma diseñada con una BIOS de calidad comercial y compatible con la norma NIST SP 800-155, que protege los datos confidenciales frente a ataques de firmware y vulnerabilidades de software. Junto con las tecnologías de Windows 11 Secured-core PC, el fabricante promete un soporte de cinco años para actualizaciones de la BIOS y controladores, protegiendo el sistema frente a amenazas emergentes.

Como complemento a todo ello, el ExpertBook P5 incluye una suscripción gratuita de un año a McAfee+ Premium, la suite de seguridad que aprovecha la herramienta McAfee Smart AI para la detección avanzada de amenazas y deepfakes.

Desde el punto técnico, está impulsado por el último procesador Intel Core Ultra (Serie 2) con hasta 48 NPU TOPS, una memoria RAM máxima de 16 GB y 1 Terabyte de almacenamiento. Por su parte, la pantalla, que es antirreflectante, tiene un tamaño de 14 pulgadas, una resolución de 2.560 x 1.600 píxeles y una tasa de refresco de 144 Hz para un desplazamiento muy fluido. La firma ha puesto, por otro lado, un énfasis particular en el diseño del ExpertBook P5: cuenta con un chasis de aluminio de 1,29 kg, un grosor de 14,9 mm y una durabilidad que cumple con exigentes normativas de grado militar como la estadounidense MIL-STD 810H. Asimismo, su nueva y mejorada estructura térmica ASUS ExpertCool garantiza una refrigeración óptima y constante incluso durante un uso prolongado. Todas las conexiones físicas se ubican a la izquierda del ordenador, son las siguientes: dos USB 3.2 de tipo A, dos Thunderbolt 4 compatible

con pantallas/suministro de energía, un HDMI 2.1 y un conector de audio combinado de 3,5 mm.

El ExpertBook P5 incorpora, en otro orden de cosas, una cámara de 1080p con una función IR que es compatible con Windows Hello para un inicio de sesión rápido y seguro por medio de un reconocimiento facial. Mientras, el bloqueo adaptativo de ASUS detecta la presencia del usuario y bloquea automáticamente el equipo cuando este se aleja, reforzando la protección de los datos. En materia de privacidad, la cámara web cuenta con un obturador físico que se desliza sobre el objetivo para ocultarlo cuando no está utilizándose.

ASUS
www.asus.com/es/support/callus
www.asus.com/es
A consultar

Comparativa

HP EliteBook X G1i

El HP EliteBook X G1i se posiciona como una de las propuestas más equilibradas dentro del nuevo porfolio de ordenadores profesionales con inteligencia artificial de la multinacional norteamericana. Orientado a trabajadores que demandan una productividad sostenida, una fiabilidad y una eficiencia en entornos de trabajo híbridos y exigentes, combina un diseño profesional con capacidades avanzadas de IA local, sin depender de la nube, lo que refuerza tanto el desempeño como la privacidad de los datos. La decisión de integrar la inteligencia artificial directamente en el dispositivo reduce también la dependencia de la conectividad; mejora los tiempos de respuesta; y contribuye a un menor consumo energético.

Como cabría esperar, este EliteBook X G1i aprovecha la IA para agilizar tareas cotidianas relacionadas con la productividad, como grabar presentaciones o redactar correos electrónicos personalizados. Gracias a esta optimización, dichas acciones se llevan a cabo hasta 1,3 veces más rápido, lo que mejora la eficiencia del usuario sin alterar su forma habitual de trabajar.

Este portátil profesional se distingue también por su arquitectura térmica con doble ventilador turbo. Lo que este sistema promete es un funcionamiento más silencioso y eficiente, incluso bajo cargas de trabajo continuadas, lo que resulta especialmente relevante en entornos de oficina abierta, reuniones virtuales o jornadas prolongadas frente al equipo. Esta aproximación térmica refuerza asimismo la fiabilidad del dispositivo y contribuye a una experiencia de uso más cómoda para el trabajador.

Con una pantalla táctil antirreflejos de 14 pulgadas y una resolución de 1.920 x 1.200 píxeles, su relación de aspecto 16:10 ofrece más espacio vertical para trabajar, leer documentos o navegar por la web sin desplazamientos constantes. Mientras, su estructura, pesa poco más de un kilogramo, cuenta con un chasis de aluminio reforzado y ha obtenido la certificación MIL-STD 810H, lo que garantiza una alta durabilidad frente al uso diario y condiciones exigentes. ¿Y las conexiones físicas? Este apartado se ha resuelto bien: un conector combinado de auriculares/micrófono estéreo, un USB tipo A cuya velocidad puede suministrar energía a otros dispositivos, un HDMI 2.1, un USB de clase C y dos Thunderbolt 4 con USB-C.

El HP EliteBook X G1i refuerza la seguridad a través de su controlador HP Endpoint actualizado y un microprocesador dedicado

y físicamente aislado que protege la BIOS frente a amenazas avanzadas, incluidas las de tipo cuántico. Además, facilita un trabajo seguro incluso en movimiento, manteniendo la productividad del usuario sin interrupciones: el equipo se bloquea automáticamente cuando este se aleja y se desbloquea al aproximarse, autenticándose con Windows Hello. Para proteger esta privacidad, incorpora también un detector de miradas en su cámara de infrarrojos – posee una resolución de 5 megapíxeles- que alerta si alguien observa la pantalla y permite desenfocarla al instante, garantizando la confidencialidad de la información.

HP
www.hp.es
902 027 020
1.870,84€

Comparativa

5 portátiles profesionales con IA

Lenovo ThinkPad X9 Aura Edition

La firma china ha elegido para esta comparativa un equipo que fue presentado a principios de año en el CES de Las Vegas. El ThinkPad X9 Aura Edition es un Copilot+ PC de 15,3 pulgadas, impulsado por procesadores Intel Core Ultra y equipado con el asistente de IA Lenovo AI Now, que mejora de manera significativa la experiencia de uso del portátil y su privacidad. Entre las funciones que podrán disfrutar los usuarios se encuentra la de 'Búsquedas y resúmenes de documentos más inteligentes': AI Now permitirá a los trabajadores localizar y recuperar información relevante de porciones seleccionadas de imágenes o documentos, ayudándoles así a recopilar información de una manera más ágil. Por su parte, la funcionalidad multilingüe, con soporte para alemán, español y francés, abarcará desde la interfaz de usuario hasta los modelos de IA subyacentes, mejorando la accesibilidad para una mayor audiencia global.

Lenovo AI Now se complementa con otras herramientas que ayudan a mejorar la productividad y la eficiencia en el día a día. Este es el caso de los 'Modos inteligentes' o 'Smart Modes'. Con cinco configuraciones personalizadas –Protección, Colaboración, Atención, Alimentación y Bienestar– permiten alternar entre las configuraciones optimizadas del dispositivo y ayudan a mejorar la seguridad; gestionar la eficiencia energética; mantener reuniones virtuales; e incluso fomentar hábitos digitales saludables. Desarrollada en colaboración con Intel, la funcionalidad 'Smart Share' facilita transferencias rápidas de fotografías entre dispositivos Android o iOS y el ordenador para una experiencia integrada y fluida. Finalmente, la función 'Cuidado' o 'Smart Care' brinda un acceso a diagnósticos en tiempo real, así como a los servicios de soporte mejorados de Lenovo para que la productividad no se vea interrumpida y que la salud del portátil no se resienta. Provisto de una cubierta fabricada a partir de un 50% de aluminio reciclado, comparte con otros modelos la certificación de grado militar MIL-SPEC 810H. En este caso, su fabricación incluye lo que Lenovo llama 'engine hub', una carcasa especial para las conexiones y los componentes críticos que optimiza la refrigeración y el rendimiento para proporcionar mayor productividad sin sacrificar el factor de forma fino del equipo. Su diseño incorpora puertos Thunderbolt en ambos lados para facilitar una conexión versátil a docks, monitores y otros accesorios USB-C. ThinkPad X9 Aura Edition incluye, por otro lado, una barra de comunicación que integra una cámara MIPI de alta definición de 8 megapíxeles con sensor de calidad smartphone para entornos de poca luz, además de micrófonos duales con cancelación de ruido; todo ello en un marco que permite contar con biseles muy estrechos. Este diseño optimiza la calidad de las videollamadas, a la vez que realza su pantalla OLED, la cual reproduce colores con una calidad sobresaliente y negros profundos, tanto en la versión táctil como la no-táctil.

Los usuarios valorarán otras características de interés como los modos 'Privacidad' (les mantiene protegidos) y 'Atención' que silencia las notificaciones y bloquea las páginas web que podrían distraerles para que se centren en lo realmente importante.

Lenovo
91 087 80 64
www.lenovo.es
desde 1.700,11 €

Comparativa

5 portátiles profesionales con IA

LG gram 16Z90TS

Desde su lanzamiento, dos de las características más destacadas de la serie LG gram han sido su ligereza y gran autonomía; prestaciones que se mantienen en uno de sus últimos modelos, el 16Z90TS que presume de un grosor de 17,5 mm, un peso de 1,2 kg y una autonomía capaz de alcanzar hasta 25,5 horas. El fabricante ha mejorado, asimismo, el chasis de magnesio y nano carbono que aportan una importante resistencia (certificación STD-MIL-810H).

Su configuración técnica se encuentra a la altura de lo que un usuario profesional puede esperar. Monta un procesador Intel Core Ultra 9 que combina con una memoria RAM LPDDR5x de 32 GB (para un rendimiento superior en tareas exigentes) y almacenamiento de 1 TB. La pantalla corre a cargo de un panel IPS de 16 pulgadas, formato 16:10, tratamiento antirreflejos y una resolución de 2.560.x1.600 píxeles. Además, ajusta automáticamente la velocidad (de 31 Hz a 144 Hz) según lo que haga el usuario, mostrando (por ejemplo) imágenes más nítidas cuando se está trabaja y ahorrando energía cuando no necesita tanta potencia.

El portátil de la multinacional coreana potencia la productividad y la eficiencia gracias a su inteligencia artificial, que funciona tanto en el propio dispositivo (Chat On-Device) como en la nube (Chat Cloud y Copilot+ PC). Esto permite que los empleados trabajen de manera inteligente y segura, obteniendo información personalizada y funciones automatizadas incluso sin una conexión a Internet. Con esta IA integrada, genera resúmenes de documentos, extrae detalles clave, traduce textos y gestiona tareas diarias como redactar y programar correos electrónicos o coordinar reuniones; todo a través de comandos sencillos y conversacionales. De la misma manera, su asistente inteligente ofrece soporte 24/7, solución de problemas y recomendaciones instantáneas, asegurando un funcionamiento óptimo del dispositivo y la continuidad de la productividad del usuario. La IA de este LG gram facilita también la búsqueda instantánea de archivos, la creación de imágenes personalizadas a partir de simples bocetos, la traducción simultánea con subtítulos y los efectos visuales para videollamadas, como mejorar la iluminación o difuminar distracciones.

La compatibilidad con Dolby Atmos proporciona un sonido envolvente que incluye una pareja de altavoces estéreo de tres vatios de potencia cada uno, escalabres a cinco para arrojar una potencia máxima de 10 vatios. Mientras, su completa conectividad —con dos USB 3.2, dos USB-C con Thunderbolt 4, HDMI 2.1 y entrada para auriculares— permite conectar todo tipo de dispositivos sin prácticamente limitaciones.

En último lugar, hay que indicar que incorpora la función 'gram Link, que admite conectar hasta 10 dispositivos a la vez, incluyendo smartphones y tablets con sistema operativo iOS y Android para crear un espacio de trabajo totalmente conectado. Gracias a esta tecnología, compartir archivos entre el portátil y otros dispositivos es rápido y sencillo, sin necesidad de cables, facilitando la colaboración y la gestión de documentos de manera fluida. Además, con 'gram Link' es posible duplicar o ampliar pantallas usando el smartphone o la tablet como segunda pantalla; esto garantiza más espacio para trabajar, y una mejorar productividad y organización de las tareas.

LG www.lg.com/es/soporte/contacto

www.lg.com/es 1.592,11€

Comparativa

5 portátiles profesionales con IA

Samsung Galaxy Book6 Ultra

Forma parte de la recién estrenada serie Galaxy Book6 de la coreana y ofrece el rendimiento más avanzado del fabricante hasta la fecha. Impulsado por procesadores Intel Core Ultra Series 3, que están basados en la tecnología de fabricación de semiconductores Intel 18A, y con la GPU para portátiles NVIDIA GeForce RTX 5070/5060, propone un nuevo nivel de creatividad y entretenimiento: generación de imágenes por IA a alta velocidad, y tareas de reproducción y edición de vídeo más fluidas.

Sus responsables han trabajado en una arquitectura de refrigeración que garantiza un funcionamiento fiable y constante, evitando el exceso de ruido. Tanto la cámara de vapor como el sistema de flujo de aire se han optimizado para mejorar la disipación del calor y mantener el dispositivo silencioso. En concreto, en el Galaxy Book6 Ultra, la cámara de vapor ha sido rediseñada con una superficie mayor, que distribuye el calor de una manera uniforme, manteniendo los componentes refrigerados y asegurando la capacidad de respuesta incluso bajo cargas de trabajo pesadas.

También se ha puesto especial atención a una gestión más eficiente de la energía, lo que amplía su uso real y proporciona a los usuarios tiempo adicional para mantenerse productivos y conectados. Con una autonomía de hasta 30 horas de reproducción de vídeo, su carga ultrarrápida restaura hasta el 63 % de la batería en 30 minutos.

El Galaxy Book6 Ultra incorpora una pantalla con mejoras significativas que incluye imágenes vívidas y un alto contraste, minimizando los reflejos y manteniendo un gran nivel de detalle y profundidad. Este panel AMOLED de 16 pulgadas posee un brillo máximo HDR de hasta 1.000 nits y una resolución de 2.800 x 1.800 píxeles, protegido con un cristal Corning Gorilla Glass. Para complementarla, Samsung ha optimizado la ubicación de los altavoces. Por ejemplo, el diseño equilibrado de los traseros reduce vibraciones y distorsiones, lo que mantiene un sonido limpio y estable incluso a volúmenes altos. Por su parte, los altavoces de agudos orientados hacia arriba mejoran la claridad y apertura, y optimizan las llamadas y la reproducción de los diálogos.

Y como está potenciado por Galaxy AI, redefine la productividad del trabajador al combinar velocidad, estabilidad y rendimiento sostenido con herramientas inteligentes que integran la inteligencia del dispositivo y la nube. Las búsquedas ahora son más fáciles al emplear un lenguaje natural porque entiende la intención del usuario: solo tiene que describir el contenido que busca y lo localiza rápidamente, ya sea una fotografía concreta, ajustar la configuración o un archivo de hace dos semanas. Mientras tanto, su asistente de notas mejora la escritura y la toma de apuntes al resumir textos y traducirlos a varios idiomas, siendo apropiado para organizar rápidamente las ideas después de reuniones o colaborar con equipos internacionales. En otro orden de cosas, el almacenamiento compartido facilita acceder a fotos y archivos en todos los dispositivos Galaxy: esto quiere decir que los usuarios pueden abrir las fotos almacenadas en su teléfono Galaxy y editarlas directamente en la pantalla de este portátil sin necesidad de usar cables ni unidades externas.

Samsung

A consultar

www.samsung.com/es

www.samsung.com/es/support/contact

Comparativa

5 portátiles profesionales con IA

Conclusiones

La irrupción de los Copilot+ PC supone un cambio relevante tanto en el panorama de los modelos orientados al mercado de consumo como profesional. La IA ya no es una promesa y ha pasado a integrarse en los propios equipos, con aplicaciones orientadas a mejorar la productividad, reforzar la seguridad y optimizar la experiencia de uso en el día a día. Los cinco equipos analizados reflejan muy bien este nuevo escenario y cada uno aborda la IA desde una perspectiva distinta. Creemos que dos de ellos destacan ligeramente sobre el resto. Por un lado, se encuentra el ASUS ExpertBook P5, que integra la IA en los flujos de trabajo profesionales cotidianos, especialmente en colaboración, reuniones y seguridad. Por otro, el Samsung Galaxy Book6 Ultra representa uno de los mejores exponentes en términos de potencia y de rendimiento; es idóneo para los usuarios que trabajan con contenidos visuales, edición avanzada y multitarea intensiva, sin renunciar a una experiencia inteligente y bien integrada dentro del ecosistema Galaxy.

Del HP EliteBook X G1i cabe destacar, en otro orden de cosas, su apuesta por la IA local, sin depender de la nube, mientras que su sistema térmico silencioso, autonomía y robustez certificada lo convierten en un aliado perfectamente fiable para largas jornadas laborales. Mientras, el Lenovo ThinkPad X9 Aura Edition sobresale en términos de experiencia de usuario y calidad de pantalla, con una IA centrada en la organización del trabajo y el bienestar digital. Finalmente, el LG gram 16Z90TS brilla sobre todo por su ligereza extrema, una autonomía sobresaliente y una conectividad muy completa

Aspectos Destacados

Nombre de la solución	ASUS ExpertBook P5	HP EliteBook X G1i	Lenovo ThinkPad X9 Aura Edition	LG gram Pro 16Z90TS	Samsung Galaxy Book6 Ultra
Valoración	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★
Características clave	* **Procesador:** Intel Core 5, NPU Intel AI Boost hasta 40 TOPS ***Memoria RAM:** 16 GB ***Almacenamiento:** 1 TB * **Pantalla:** 14 pulgadas, 2.560 x 1.600 píxeles de resolución * **Otros:** 2 Thunderbolt 4 compatible con pantallas/suministro de energía, 1 HDMI, teclado resistente a derrames, cámara con obturador de privacidad, Dolby Atmos, 1,20 kg, AI ExpertMeet, MIL-STD 810H...	* **Procesador:** Intel Core Ultra 5 228 V, Intel AI Boost (40 NPU TOPS) ***Memoria RAM:** 32 GB ***Almacenamiento:** 512 TB * **Pantalla:** 14 pulgadas, 2.880 x 1.800 píxeles de resolución, táctil, OLED * **Otros:** arquitectura térmica con doble ventilador turbo, a partir de 1,18 kg, certificado por MIL-STD, botón de encendido con lector de huellas, detector de miradas con desenfoque de pantalla, tecnología de carga rápida, Wi-Fi 7, HP AI Companion...	* **Procesador:** Intel Core™ Ultra 5, NPU hasta 48 billones de operaciones por segundo (TOPS) de rendimiento de IA ***Memoria RAM:** 16 GB ***Almacenamiento:** 256 GB * **Pantalla:** OLED de 15,3 pulgadas y 2.880 x 1.800 píxeles de resolución * **Otros:** compatible con Rapid Charge, 2 USB-C (Thunderbolt 4), Wi-Fi 7, a partir de 1,45 kg, teclado resistente a salpicaduras, MIL-STD-810H, Lenovo AI Now, Smart Share...	* **Procesador:** Intel Core™ Ultra 9, NPU 48 TOPS * Memoria RAM: 32 GB * **Almacenamiento:** 1 TB * **Pantalla:** 16 pulgadas y 2. 560 x 1.600 de resolución * **Otros:** 1,2 kg, autonomía hasta 25,5 horas, Chat On-Device, Chat Cloud, MIL-STD-810H, chasis de magnesio y nano carbono, tasa de refresco variabl, gram Link...	* **Procesador:** Intel Core Ultra 9/7, Intel NPU hasta 50 TOPS * **Memoria RAM:** 32 GB * **Almacenamiento:** 512 GB * **Pantalla:** AMOLED, 16 pulgadas y 2.880×1800 píxeles de resolución * **Otros:** desde 1.79 kg , seis altavoces, Dolby Atmos, puerto HDMI 2.1 compatible con hasta 8K, ventilador de doble salida, un disipador térmico, carga ultrarrápida,Vision Booster, cristal Corning Gorilla Glass con DX, Galaxy AI, Knox ...

Cómo transformar el Customer Experience

Por ALFONSO CASAS

Este año será clave para convertir el Customer Experience (CX) en una ventaja competitiva estratégica. La combinación de datos unificados, la IA interpretativa y el uso de agentes inteligentes permitirá a las organizaciones ofrecer experiencias que no solo cumplan expectativas, sino que las anticipen.

Portada

Cómo transformar el Customer Experience

Las nuevas tecnologías están permitiendo que las organizaciones accedan a herramientas cada vez más avanzadas para satisfacer las necesidades de los clientes. Las empresas buscan asegurar la máxima fidelización y, para ello, resulta clave definir una estrategia adecuada de atracción y calidad en los servicios ofrecidos, sin perder competitividad frente a sus rivales.

El estudio de Gartner sobre "Predicciones y Experiencia del Cliente para 2026" pone el foco en cómo la inteligencia artificial está transformando las prioridades de las organizaciones en este ámbito. Según el informe, el 91 % de los líderes asegura estar bajo presión ejecutiva para implementar IA, no solo con el objetivo de mejorar la eficiencia operativa, sino también de elevar la satisfacción del cliente.

Cada vez más compañías apuestan por la automatización y el uso de inteligencia artificial, aunque no basta con automatizar de forma agresiva. Para dominar el Customer Experience es imprescindible encontrar el equilibrio entre eficiencia tecnológica y un servicio liderado por personas. La combinación de CX e inteligencia artificial redefinirá en los próximos años lo que significa ofrecer un servicio verdaderamente excepcional.

Tendencias en Customer Experience

De cara a 2026, el Customer Experience estará marcado por la consolidación de los agentes de IA como pieza central de la relación con el cliente. Se pasará de experiencias reactivas a modelos proactivos, predictivos y personalizados, en los que la IA no solo responderá, sino que anticipará necesidades, resolverá incidencias de forma autónoma y acompañará al cliente a lo largo de todo su journey.

Desde el punto de vista de las grandes tecnológicas implicadas en estos procesos, las tendencias estarán dominadas por la inteligencia artificial agéntica, los agentes conversacionales y las automatizaciones capaces de resolver tareas completas y orquestar interacciones. Esta evolución supone que los asistentes de IA se integren en los flujos de trabajo y gestionen procesos de principio a fin, elevando la eficiencia operativa y reduciendo fricciones en el customer journey, lo que permitirá hacer más con los mismos equipos y recursos.

La personalización también dará un salto cualitativo y evolucionará hacia un modelo situacional, capaz de adaptar la experiencia en tiempo real según el contexto, los objetivos y el estado del cliente, más allá de los segmentos tradicionales. Así lo explica Claudia Martín, Digital Customer Experience Manager en Wolters Kluwer Tax & Accounting España, quien añade que,

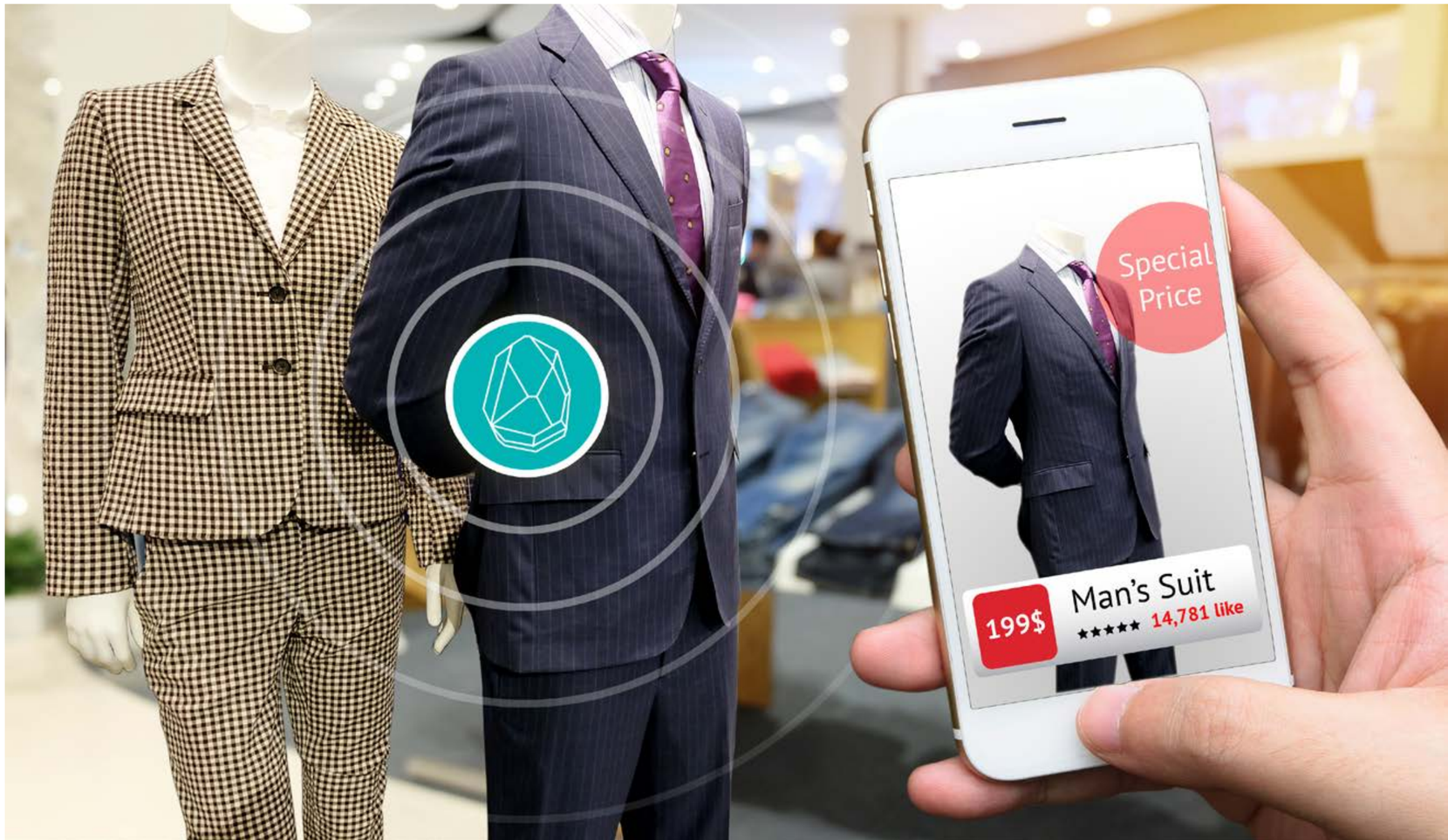
para sostener la confianza, será clave contar con principios claros de gobernanza y uso responsable de la IA —transparencia, control humano y protección de datos—. "A pesar del avance tecnológico, los elementos humanos seguirán aportando un valor emocional diferencial", subraya.

Desde Oracle destacan que la función de Customer Experience lleva años avanzando hacia una mayor inteligencia contextual aplicada en tiempo real. Algoritmos, automatización y unificación de datos no son conceptos nuevos. Sin embargo, el gran cambio previsto para 2026 es que esa promesa está más cerca que nunca de cumplirse gracias a las capacidades demostradas por los agentes de IA, capaces de comprender el contexto y la intencionalidad del cliente en cada interacción. En este sentido, la compañía considera que una tecnología de agentes verdaderamente integrada en los procesos es lo que permite actuar de forma autónoma y asistir tanto a los clientes como a los profesionales de CX a lo largo de todo el journey.

En la misma línea, Sridhar Iyengar, Managing Director Europe de Zoho, señala que "los clientes van a exigir más calidad, mayor personalización y mejores resultados en todas sus interacciones con las marcas". En el ámbito del SaaS, apunta, no se trata de añadir más tecnología, sino de reducir la fragmentación y ofrecer experiencias más conectadas, coherentes y con sentido.

Para el directivo, la experiencia de cliente seguirá siendo el verdadero factor diferencial, en gran parte porque la opinión del cliente es uno de los pocos aspectos que la inteligencia artificial no puede controlar. En este contexto, identifica como tendencia clara la adopción de plataformas unificadas que actúen como una base sólida y escalable para el negocio, integrando CRM, atención al cliente, marketing, ventas y sistemas de conocimiento, y capaces de evolucionar al ritmo de las organizaciones.

Desde Salesforce destacan que cobrará especial relevancia la omnicanalidad inteligente, capaz de integrar datos y ofrecer experiencias coherentes en todos los puntos de contacto, así como el uso estratégico de la información del cliente para impulsar tanto la eficiencia operativa como conexiones emocionales más profundas. Una visión que comparte Saber Kasbaoui, Global Head of Digital Customer Experience de VASS, quien apunta que "la hiperpersonalización y la omnicanalidad ya son el mínimo que un usuario espera. El cliente quiere sentirse entendido,



acompañado y atendido sin fricciones, y espera que esto ocurra exactamente donde esté: en el móvil, en un chat, en la web o en un canal físico".

En paralelo, se intensifica la preocupación por la privacidad de los datos y el cumplimiento normativo. La confianza y la protección de la información se convertirán en pilares fundamentales de la experiencia, ya que los consumidores tenderán a elegir marcas que gestionen sus datos de forma ética y transparente, no solo como una exigencia regulatoria, sino como parte central de su modelo de negocio.

Tecnologías para transformar los negocios

Las empresas están apostando por tecnologías de inteligencia artificial avanzada capaces de automatizar, coordinar y personalizar la experiencia en tiempo real. En este contexto, los agentes de IA se posicionan como un elemento diferencial, al actuar como sistemas de apoyo tanto para el cliente como para los equipos internos.

Alfredo Expósito, director senior del Negocio de Aplicaciones de Oracle en España, explica que "las empresas están adoptando agentes capaces de ejecutar procesos completos de CX, no solo de interactuar". En este sentido, destaca el liderazgo de Oracle con más de 600 agentes de IA predefinidos integrados en sus aplicaciones,

> **Para dominar el CX es imprescindible encontrar el equilibrio entre eficiencia tecnológica y un servicio liderado por personas**

junto con Oracle AI Agent Studio, que permite a las organizaciones crear, personalizar y gobernar sus propios agentes sobre sus datos y procesos, manteniendo el control y la coherencia.

Desde Microsoft, Juan Chinchilla, director de Aplicaciones de Negocio en España, subraya que "el crecimiento del tráfico hacia el comercio electrónico desde herramientas de IA refleja un cambio profundo en los hábitos de compra", y anticipa experiencias cada vez más fluidas, integradas y naturales. Según explica, herramientas como Copilot y Copilot Studio facilitan la creación de agentes inteligentes capaces de entender el contexto, recomendar acciones y responder de forma inmediata a las necesidades del usuario. Además, añade que soluciones específicas de CRM como Microsoft Dynamics 365 desempeñan un papel clave al ofrecer un marco integrado sobre el que desplegar automatización, analítica y capacidades de IA sin depender de sistemas desconectados.

Según un informe reciente de IDC, la creación de datos se ha disparado en la última década hasta el punto de que el 80 % de la información empresarial es contenido no estructurado. Ante este escenario, las compañías seguirán invirtiendo en tecnologías como las búsquedas inteligentes y la inteligencia de contenidos para acceder a los datos desde cualquier sistema conectado. Para lograrlo, los sistemas deberán evolucionar hacia soluciones integradas y basadas en la confianza, diseñadas para facilitar una colaboración fluida entre personas y agentes de IA, incluidos aquellos con capacidades de autoaprendizaje.

En este contexto, Sridhar Iyengar destaca que la IA desempeñará un papel clave en la mejora de la eficiencia operativa, no mediante la automatización por la automatización, sino aportando inteligencia contextual adaptada a cada necesidad. Los datos se convierten así en el elemento más crítico, permitiendo que los agentes analicen llamadas, tickets de soporte, directrices internas y feedback humano para mejorar progresivamente su capacidad de respuesta. "Con sistemas unificados, estos agentes podrán desplegar todo su potencial, ampliando su conocimiento y eficacia", concluye.

Desde VASS observan que las empresas ya no construyen proyectos aislados, sino ecosistemas digitales completos. En la práctica, combinan

IA generativa y agéntica, plataformas de datos unificadas, soluciones de experiencia digital con omnicanalidad nativa, arquitecturas cloud seguras y, en sectores regulados, opciones de soberanía y trazabilidad del dato. A ello se suman herramientas low-code y soluciones de orquestación del dato que permiten activar first y zero-party data de forma segura y gobernada. "Todo ello está orientado a generar insights, automatizar decisiones y optimizar interacciones en tiempo real, no a la tecnología en sí", enfatiza Kasbaoui.

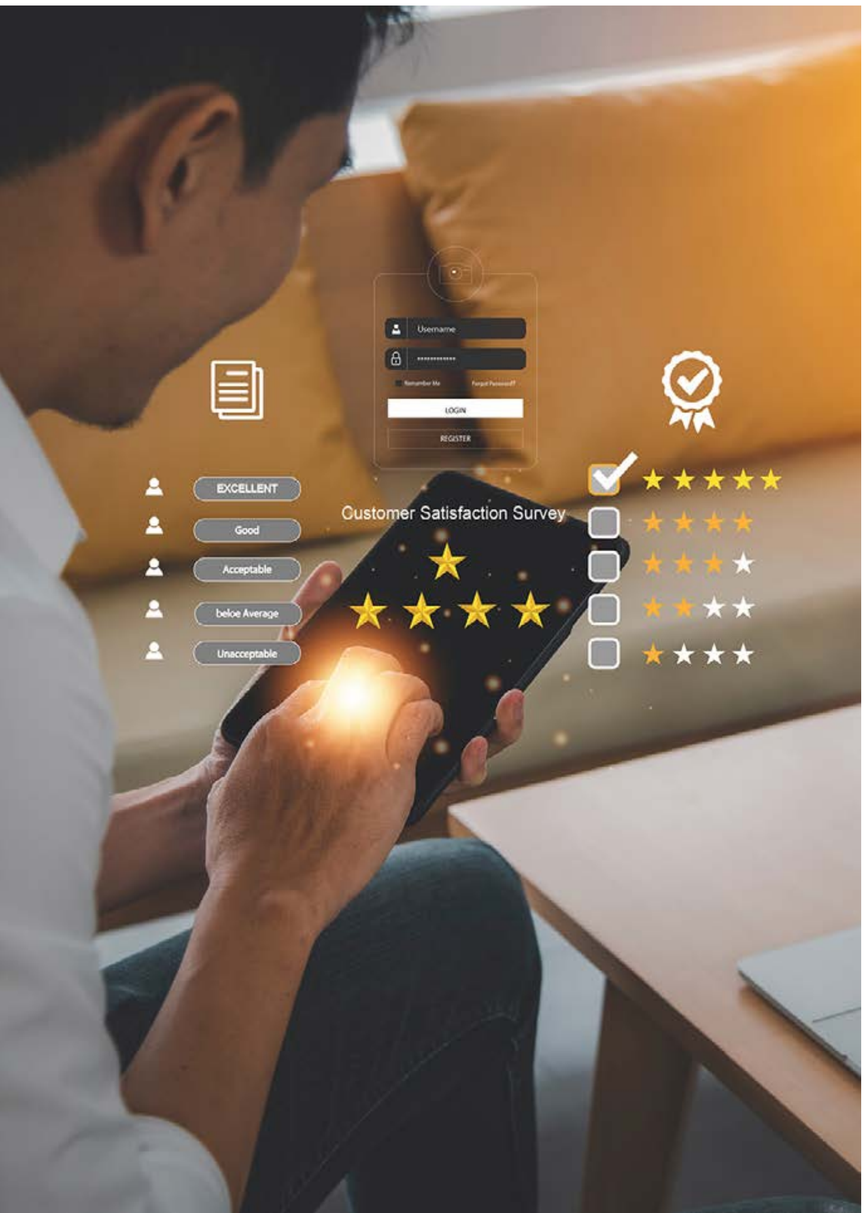
Soluciones que lideran el customer journey

La IA no va a resolver por si sola el problema que tienen muchas organizaciones con datos, canales y procesos desconectados. De hecho, una iniciativa de IA desconectada de los sistemas operacionales crea nuevos riesgos de gobernanza de datos y de seguridad. Desde Oracle consideran que las compañías que abordan el CX desde la plataforma, no solo desde el canal o desde un sistema desconectado, consiguen escalar la automatización manteniendo confianza, seguridad de datos y calidad.

Zoho afirma haber hecho un gran esfuerzo en crear una plataforma unificada desde la que poder gestionar toda la información, que en muchos casos, alcanza volúmenes muy elevados, y garantizar así un customer journey fluido y coherente. Su plataforma Zoho One se apoya en tres elementos fundamentales que actúan según Sridhar Iyengar como un "pegamento tecnológico" encargado de dar cohesión a la experiencia de usuario: Por un lado, el uso de la IA (ZIA en su caso) para identificar y anticipar situaciones; por otro, el que todas las soluciones compartan una misma identidad visual; y por último, el uso de herramientas como Zoho Analytics para detectar cuellos de botella en la interacción entre usuarios o clientes y empresas.

En el caso de Wolters Kluwer, apuestan por un customer journey totalmente conectado mediante una experiencia omnicanal que permita a los clientes moverse sin fricciones entre canales, dispositivos y plataformas. "Combinamos una experiencia digital sólida —con comunidades especializadas, recursos de autoservicio, chat virtual y asistencia humana cuando es necesaria— con un soporte transformado que ofrece múltiples vías de contacto, como chatbot, live chat, call back y creación de casos a demanda, además de capacidades in app para ayudar al usuario

Desde VASS observan que las empresas ya no construyen proyectos aislados, sino ecosistemas digitales completos



dentro del propio producto", comenta Claudia Martín, que añade que "este enfoque desplaza el centro de gravedad: de tener herramientas a transformar operaciones para ganar agilidad y resiliencia, a la vez que se mejora la satisfacción del cliente y la eficiencia interna".

Coincide Salesforce en garantizar un customer journey conectado de principio a fin, integrando marketing, ventas, comercio y atención al cliente desde una misma plataforma: Agentforce para impulsar las operaciones con IA integrada; Customer 360 y Data Cloud para unificar datos de cliente en tiempo real y ofrecer experiencias personalizadas; y Tableau para los insights visuales operativos y estratégicos. "Estos componentes permiten ofrecer experiencias fluidas en cada etapa del viaje del cliente, sin fricción entre departamentos, canales o dispositivos", afirman desde la compañía.

En VASS trabajan en lo que denominan Omniexperience, con una orquestación "end-to-end" del customer journey para que cada punto de contacto tenga continuidad. Las palancas prácticas son: una experiencia de usuario unificada que agregue dato y comportamiento en tiempo real; centralización de contenidos y reglas de negocio para orquestar campañas y automatizaciones desde un único punto; motores de personalización contextual que adapten mensajes según intención y momento vital; y autoservicio inteligente mediante agentes de IA que resuelvan sin deshumanizar.

Canales prioritarios de interacción con el cliente

Una buena estrategia de CX debe abarcar todos los canales de interacción y comunicación con el cliente, ya que en la medida de lo posible, éstos deben poder cumplir todos y cada uno de sus objetivos, ya sea comprar a través de la app, recibir atención al cliente a través de redes sociales, o garantizar experiencias digitales en el sitio web. El objetivo es que los clientes no tengan que adaptarse al sistema, sino que sea la tecnología la que se adapte a su forma de interactuar, facilitando transiciones fluidas entre chat, voz, email o mensajería y manteniendo siempre el hilo conductor de la conversación.

En ese marco, Dynamics 365 Customer Service y Dynamics 365 Contact Center de Microsoft desempeñan un papel clave al integrar bajo una sola plataforma la gestión omnicanal, los datos relevantes del cliente y las herramientas que necesitan los equipos para ofrecer una atención de calidad.

Wolters Kluwer también habla de un ecosistema omnicanal en el que web, aplicaciones móviles, asistentes conversacionales, email y soporte humano conviven de manera integrada para ofrecer

Portada

Cómo transformar el Customer Experience

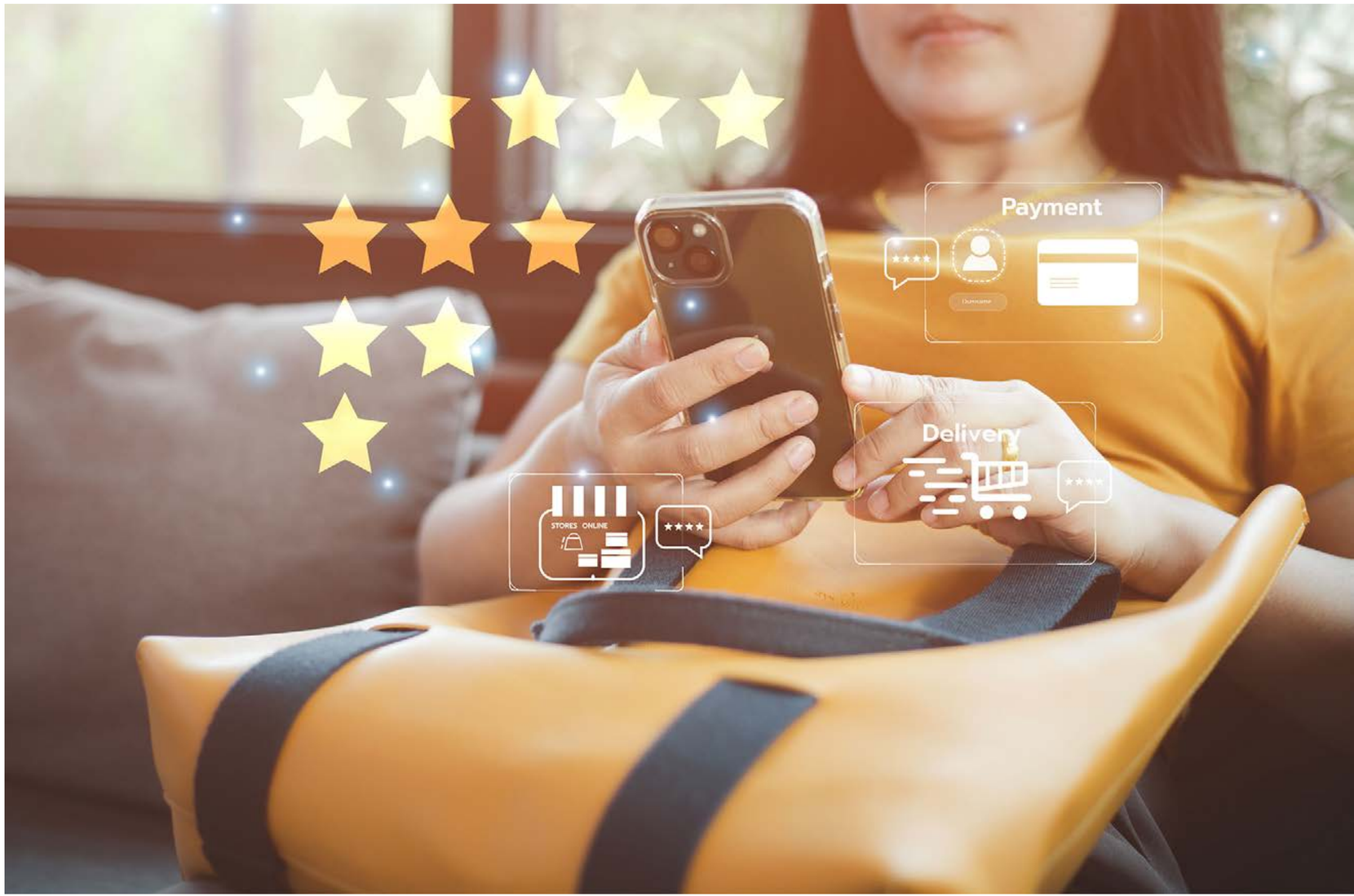
al cliente la máxima flexibilidad. "La transformación digital de nuestro soporte nos permite habilitar una community en la cual los clientes pueden interactuar entre sí, acceder a contenidos relevantes y mantenerse informados mediante grupos de difusión, mientras que herramientas como el chatbot, el live chat, el call back o la creación de casos a demanda ofrecen vías rápidas y adaptadas a cada necesidad. La prioridad está en la convergencia entre web, app, canales conversacionales y formatos híbridos, garantizando una experiencia continua, fluida y centrada en el cliente", nos desvela Claudia Martín, Digital Customer Experience Manager de la compañía.

Sridhar Iyengar, Managing Director Europe de Zoho considera fundamental dejar de ver los canales de comunicación como silos independientes y empezar a entenderlos como un único hilo de conversación, con independencia del canal en el que se produzca. Para lograrlo, es clave tener en cuenta la correcta orquestación del customer journey, de modo que la conversación con el usuario mantenga siempre coherencia y sentido. "Gracias al uso de nuestra herramienta de inteligencia artificial, ZIA, es posible identificar qué canal utiliza con mayor frecuencia cada cliente y potenciar la comunicación a través del mismo", asegura.

Salesforce señala que la clave está en integrar todos ellos en una estrategia omnicanal inteligente, donde la experiencia sea continua y sin fricciones, mientras que Saber Kasbaoui de VASS afirma que "no se trata tanto de priorizar un canal concreto, sino de garantizar que pueda resolver su necesidad en cualquier momento, desde el lugar donde esté. Creo que la prioridad no está en elegir un canal, sino en asegurarnos de que todos se conecten entre sí y que la experiencia sea continua, sin rupturas", concluye.

Los grandes retos para las compañías

Existe unanimidad por parte de las compañías en este apartado, ya que la transformación de CX supone más un reto organizativo que tecnológico, con los datos situados, una vez más, en el centro. El camino a seguir pasa por la adopción de un sistema completamente integrado que fomente la colaboración entre equipos, apoyado en herramientas impulsadas



por inteligencia artificial. Esta integración no es solo una mejora técnica, sino una transformación cultural. Requiere el compromiso con la preparación de los datos y un cambio en la cultura organizativa hacia la colaboración, con el objetivo de servir mejor a los clientes.

Para Zoho la fragmentación de la información en silos sigue siendo un problema para todas aquellas compañías gestionan la experiencia de cliente de manera fragmentada, caracterizada por objetivos distintos y a menudo contrapuestos entre los departamentos de marketing, ventas, soporte u operaciones, lo que conduce al uso de datos y herramientas dispersos. "El verdadero reto consiste en medir la experiencia de manera integral y vincularla a la fidelización, la retención y el crecimiento sostenible", indica Sridhar Iyengar.

También apunta como segundo factor relevante el estado de salud digital de la empresa. Este concepto hace referencia a su capacidad para integrar, gestionar y optimizar las herramientas digitales, algo que se ha convertido en un factor clave de competitividad. Estudios recientes muestran que una salud digital deficiente puede limitar hasta en un 60 % la capacidad de los departamentos de CX para implementar mejoras estratégicas o adoptar tecnologías esenciales.

Para Juan Chinchilla de Microsoft, la fragmentación del dato, la coexistencia de sistemas heredados, y la complejidad operativa son determinantes. "Muchas organizaciones todavía trabajan con procesos y sistemas desconectados, lo que dificulta ofrecer una experiencia homogénea. A esto se añade la escasez de personal cualificado y la alta rotación, especialmente en sectores como el retail, donde los equipos de primera línea necesitan herramientas ágiles y fáciles de usar". Por eso añade que "la transformación del CX no va solo de automatizar, va de ayudar a los equipos a tomar mejores decisiones, responder con rapidez y reforzar la relación con el cliente a largo plazo".

> **De forma transversal, emerge el reto de la gobernanza, la seguridad y la ética de la IA**

De forma transversal, emerge el reto de la gobernanza, la seguridad y la ética de la IA: establecer marcos claros de control humano, protección de datos, explicabilidad y cumplimiento normativo resulta imprescindible para sostener la confianza y mitigar riesgos, señalan desde Wolters Kluwer. De la misma opinión es Saber Kasbaoui, que señala como gran reto el organizativo y el de gobernanza, siendo necesario romper silos internos, alinear tecnología, negocio y equipos, y reducir la proliferación de herramientas no integradas. "Equilibrar eficiencia y empatía y priorizar soluciones que resuelvan problemas de negocio, no que añadan complejidad, resulta determinante", remarca.

Sectores pioneros en adopción

Según el estudio "Global Customer Experience Excellence (CEE) 2025-2026" realizado por KPMG, el cual reúne perspectivas de 16 mercados, las expectativas de los clientes están evolucionando rápidamente, con énfasis especial en garantizar experiencias proactivas, omnicanal y personalizadas, impulsadas por IA y datos integrados. Los sectores más avanzados que están siendo pioneros en adopción son los servicios financieros, telecomunicaciones, retail y utilities, donde el CX es crítico para garantizar la eficiencia y fidelización. En estos entornos, los clientes ya están utilizando agentes de IA integrados en sus procesos de negocio para gestionar incidencias, personalizar interacciones y asistir a los equipos internos, logrando mejoras tangibles en tiempos de respuesta y satisfacción del cliente.

Según Microsoft, los retailers que trabajan con agentes inteligentes están personalizando la experiencia de compra y optimizando sus operaciones en tiempo real, tanto en entornos digitales como en tienda física. Esto demuestra

cómo la IA se está convirtiendo en un motor real de diferenciación en la experiencia de cliente. Juan Chinchilla destaca ejemplos concretos de marcas que utilizan Copilot Checkout junto a plataformas como Shopify, PayPal o Stripe, integrando la compra directamente en la conversación.

En banca y servicios financieros se consolidan los modelos omnicanal apoyados en datos e IA, mientras que las compañía de turismo y aerolíneas son propicios para expandir los asistentes digitales y la automatización, optimizando la interacción. Desde VASS señalan que Travel y Hospitality está llevando a cabo innovaciones potentes en automatización del journey completo con checkin inteligente, asistentes IA para resolver incidencias durante el viaje y sistemas predictivos que anticipan necesidades del pasajero. Es un sector donde la emoción y el servicio son clave, y la IA está empezando a potenciarlo de forma muy diferencial.

Salesforce apunta que empresas del sector farmacéutico como AstraZeneca están transformando la interacción con sus clientes unificando canales y mejorando la experiencia de engagement con profesionales sanitarios. La plataforma facilita conexiones más relevantes y personalizadas, con IA integrada para apoyar a equipos médicos y de ventas. En paralelo, los entornos SaaS muestran una adopción sostenida y consistente de IA y automatización dentro del propio producto (in app), con foco en workflows más inteligentes y analítica avanzada.

La innovación ya no se limita al proveedor, apunta Sridhar Iyengar de Zoho, ya que se produce en varias etapas: la plataforma modular ofrece las herramientas, los socios innovan para diferenciarse dentro de sus sectores, y los usuarios finales personalizan las soluciones según sus requisitos concretos. "Este enfoque por capas fomenta la creatividad y la capacidad de respuesta en todos los niveles y sectores", señala.

A modo de conclusión, estamos entrando en una etapa en la que la experiencia de cliente deja de ser un proyecto y pasa a ser una mentalidad. En 2026 ganarán las organizaciones que conviertan la experiencia en una mentalidad. Que sean capaces de integrar datos, tecnología y personas en un mismo propósito: hacerle la vida más fácil al cliente. Y eso, aunque suene simple, es lo más difícil y también lo más transformador.

Mujeres TIC

Sonia Marcos

Directora General de EET Iberia

¿Cómo llegó al mundo TIC?
Yo llegué al mundo tecnológico procedente de un sector distinto, el de la banca de inversión, e invertíamos en empresas IT. Yo llegué a EET por la compra de una empresa IT, básicamente. Pero el tecnológico es un mercado que a mí me ha atraído mucho desde siempre, porque creo que hay muchas cosas que se pueden hacer, es muy dinámico y es muy diversificado. El sector IT abarca lo audiovisual, la seguridad, el POS... Esa diversidad me parece muy interesante, y es lo que hace que a día de hoy siga aquí.

¿Qué es lo que más valora de su trabajo?
A mí me gusta no saber lo que va a pasar cada día. Mi trabajo no es nada monótono, tengo un equipo genial de personas trabajando con nosotros, y nuestra empresa nos da una autonomía y un poder de decisión que creo que es inigualable. EET tiene una mentalidad muy nórdica en la organización del trabajo, pero al mismo tiempo muy adaptada también a nuestro mercado local, y creo que no hay muchas empresas así.

En su opinión ¿qué es lo que falla para que las mujeres no apuesten más por el estudio de carreras STEM?
Ahora mismo en España no sé si las mujeres siguen desechando las ingenierías y otras carreras técnicas y apostando más por otras carreras. Lo que puedo afirmar es que cada vez veo a muchísimas más mujeres dentro del mundo IT. De hecho, en EET somos más mujeres que hombres, no sé si seremos una excepción o no. Y cuando publicamos ofertas de trabajo, recibimos tantos currículums de mujeres como de hombres. No veo una gran diferencia en el tipo de perfil que quiere trabajar con nosotros.

¿Cree que existe el "techo de cristal" en las empresas TIC? ¿Cuál debería ser la solución?
Sinceramente, yo no percibo que haya un "techo de cristal" como tal, al menos no de forma generalizada en el sector IT. En los últimos años hemos visto a muchas mujeres llegar a puestos de máxima

Mujeres TIC

Sonia Marcos, Directora General de EET Iberia

responsabilidad, incluso al frente de grandes compañías, y eso demuestra que somos igual de capaces que cualquier hombre.

¿Cree que la conciliación de la vida laboral–familiar es el principal reto para las mujeres? ¿Qué habría que hacer para mejorar este apartado?
Creo que en este tema, el debate ya no está tanto en mujeres frente a hombres, sino en cómo han cambiado las formas de trabajar y de entender la empresa. La conciliación ahora la entendemos como es una necesidad tanto para una mujer como para un hombre, obviamente. Y en esto las nuevas generaciones ya no buscan lo mismo que buscábamos hace 15 o 20 años. Por eso, más que un problema de género, veo un cambio generacional muy fuerte. Las nuevas generaciones tienen expectativas totalmente distintas a las que teníamos antes, su relación con el trabajo es diferente, con otras prioridades.

¿Le han servido los estudios que hizo para realizar su labor actual?
En mi caso sí, mi formación universitaria me ha servido mucho. Y no solo a nivel teórico, sino sobre todo el bagaje que te da para enfrentarte al día a día, para argumentar, para convencer, para presentar ideas. Para mí la formación es clave. La puedes adquirir en la universidad o en otros sitios, pero tienes que tenerla. Es fundamental para desenvolverte profesionalmente y también a nivel personal.

Un 35% de alumnos no logra ni acabar el bachillerato ni la FP equivalente, ¿está en la educación el problema de la falta de perfiles especializados?
Sí, a nosotros nos resulta muy difícil encontrar gente especializada y, sobre todo, a gente que tenga ganas. La clave son las ganas y la motivación que tiene que demostrar cada persona para seguir creciendo, y creo que hay mucho conformismo y unas expectativas un poco irreales. Yo creo mucho en la meritocracia, y puede ser que este problema se traslade a nivel universitario o de la Formación Profesional, o que venga incluso desde la Educación Secundaria.

Solucione el problema de la educación en España.
La verdad es que no tengo ni idea de cómo está exactamente el tema de la educación en España, me encantaría saber más. Lo que sí puedo decir es que, por lo que vemos en los procesos de selección, la tipología de perfiles junior que entrevistamos ha cambiado.

Si tuviera que aconsejar a un joven qué estudiar de cara a obtener un futuro laboral estable, ¿por dónde le orientaría?
Soy bastante clásica en esto, pero en mi sector cualquier ingeniería, ya sea industrial o técnica, te da una base lo suficientemente sólida para hacer lo que quieras después. Para mí, no es tanto la ingeniería en sí, sino demostrar que eres capaz de obtener un título. Eso te da las bases y te abre posibilidades.

Luego, quizá empieces en un puesto junior y tengas que ir creciendo hasta llegar a donde quieres, pero lo importante es demostrar día a día lo que vales. Lo fundamental no es de dónde vienes, sino lo que vas a hacer, cómo te relacionas con tu trabajo y cuáles son tus prioridades. Así que mi consejo es que es estudien, pero no solo por el título, también para aprender a pensar y a comunicarse en su trabajo.

¿Hacia dónde cree que va el sector TIC? En su opinión, ¿cuáles van a ser las tendencias que realmente van a transformar la sociedad?
No tengo ninguna duda de que la IA va a seguir transformando la sociedad, ya lo está haciendo. Yo soy positiva y creo que es algo muy bueno que la IA nos quite de tareas repetitivas y poco creativas. El ser humano es creativo y puede aportar la diferencia, y que una máquina haga lo rutinario me parece estupendo. La IA va a cambiar la forma en que trabajamos y pensamos. Cosas que antes nos llevaban muchísimo tiempo, ahora un ordenador puede hacerlas en segundos. Eso nos da tiempo para pensar de verdad, para crear y para tomar decisiones con toda la información rápidamente.

Un CIO en 20 líneas

"La IA no es sólo inteligencia artificial, sino inteligencia aumentada"

David Vaquero,
subdirector general y Director de Tecnología en Nationale-Nederlanden

MANUEL NAVARRO

Desde 2019, David Vaquero lidera el departamento tecnológico de Nationale-Nederlanden, una etapa en la que la compañía ha abordado una profunda transformación digital. La aseguradora ha avanzado hacia una arquitectura cloud y apificada, ha reducido su legacy y ha situado al cliente, los datos y la inteligencia artificial en el centro de su estrategia. Hablamos con él sobre el camino recorrido y los retos que vienen.

¿Cuál es el principal reto tecnológico que afronta el sector asegurador?
El mayor desafío es la irrupción de la inteligencia artificial. Las aseguradoras arrastramos muchos procesos manuales derivados del legacy, y la IA puede ayudarnos a ganar eficiencia, no sólo en costes sino también en mitigación de riesgos. Cuando dependes de procesos

Un CIO en 20 líneas

David Vaquero, subdirector general y Director de Tecnología en Nationale-Nederlanden

manuales, la probabilidad de error es mayor. El reto es la velocidad a la que podremos abordar esta modernización.

¿Comparte Nationale-Nederlanden los mismos retos que el resto del sector?
En algunas áreas sí, pero en infraestructura estamos más avanzados. La compañía está completamente apificada, operamos en cloud, escalamos automáticamente y contamos con un product factory que permite crear o modificar productos muy rápido con las máximas garantías e incorporando la perspectiva de cliente bajo una filosofía de trabajo Agile. Muchas aseguradoras están trabajando hacia este modelo, pero nosotros ya lo tenemos consolidado.

En paralelo, seguimos avanzando en partes más rutinarias que afectan a la operativa del día a día. Por ejemplo, contábamos con un sistema de administración de pólizas enorme, con múltiples componentes adicionales y, aunque hemos avanzado enormemente, todavía queda camino por recorrer. La diferencia es que ahora estamos en una posición óptima para aprovechar todo lo que viene.

La IA y tecnologías emergentes avanzan a gran velocidad. ¿Cómo se adapta un departamento de TI a esta aceleración?
Trabajamos en dos líneas. Por un lado, contamos con un sandbox donde probamos nuevas tecnologías de forma totalmente aislada.

> **En los últimos años hemos realizado una transformación arquitectural enorme haciendo que las capacidades tecnológicas aumenten un 120%**

Evaluamos su impacto real en el negocio y su seguridad antes de acercarlas a producción. Por otro lado, aunque los cambios van muy rápido, las herramientas son cada vez más sencillas de usar. Esto agiliza la adopción pero, aun así, analizamos bien cada solución. Si aporta un quick win, la implementamos. Si es una tecnología inmadura, preferimos esperar unos meses porque probablemente surja una opción mejor.

Y siempre hay una regla: nunca adoptamos una tecnología que no sea segura, escalable, operable en nuestro entorno y para la que tengamos las capacidades necesarias.

Llevas seis años en el departamento. ¿Cuál es el principal cambio en este tiempo?
En el momento en el que estamos, es indudable que la IA ha cambiado completamente nuestra manera de trabajar y de plantear soluciones. En 2019 se buscaba generar valor de negocio, pero la base tecnológica no era puntera. En 2020 giramos la estrategia hacia la experiencia de cliente, lo que implicó una digitalización profunda de procesos, sistemas y servicios.

En estos años hemos acometido una transformación arquitectural enorme haciendo que las capacidades tecnológicas de la compañía se incrementen un 120%. Una de las bases para conseguirlo es que pasamos de una estructura clásica (front, back, infra y seguridad) a contar con equipos especializados: CRM, ingeniería de front, ingeniería de seguridad, ingeniería de IA, hackers éticos, arquitectura, seguridad IT, Cyber, QA, monitorización, observabilidad, cloud, data, etc.. En paralelo, migramos la infraestructura on-premise a un entorno multicloud y realizamos un reskilling de perfiles AS400 hacia la nueva plataforma core. Entre tanto, no hay que olvidar que hemos evolucionado desde un BI convencional a convertirnos en una compañía data-centric, con dashboards estandarizados en Power BI en todos los departamentos, que evolucionarán a resultados proporcionados por un agente IA ante una pregunta de un usuario.

Esto se traduce en resultados claros: por ejemplo, el año pasado consolidamos nuestro producto de salud completo y lanzamos dos más, copago de la misma familia, en tiempo récord.

Un CIO en 20 líneas

David Vaquero, subdirector general y Director de Tecnología en Nationale-Nederlanden

La IA depende de los datos. ¿Cómo habéis abordado la depuración y gobernanza del dato?
Como comentaba, en 2019, partíamos de un DWH básico y sin glosario corporativo ni herramientas de control de calidad. En 2020, empezamos a construir nuestra plataforma de datos propia y reforzamos la gobernanza incorporando la figura del data governance y del DPO dentro del área. Hoy, contamos con un data lake corporativo y un repositorio estandarizado con la visión completa de todos los datos de la compañía que, rompiendo todos los silos de datos, permite conocer y acceder a un glosario de negocio y diccionario de datos conjunto permitiendo tener una trazabilidad completa del dato y herramientas de calidad. Esta base sólida ha sido clave para integrar la IA de manera efectiva.

¿Llegará un momento en que la IA tome decisiones por sí misma?
Creo que sí, pero es imprescindible eliminar sesgos. En este momento, la IA no debe tomar decisiones en casos de uso regulados. Debemos empezar por procesos no regulados, como análisis de segmentos de clientes para equipos comerciales o de marketing. Ahí la IA no decide, sino que aporta información. En el futuro, con garantías suficientes, sí podrá tomar decisiones de mayor calado.

¿Qué proyectos de IA tenéis actualmente en funcionamiento?

La IA está integrada de forma transversal como parte fundamental de la estrategia tecnológica de la compañía. No obstante, voy a quedarme con dos ejemplos que destacan especialmente.

La creación de un asistente tipo "Copilot" desarrollado completamente in house y pionero y referente entre el resto de unidades de negocio del Grupo NN, que integra información básica de clientes, datos de productos y normativa. Permite a nuestros agentes resolver dudas al instante sin recurrir al call center. Algo que ha propiciado un menor volumen de llamadas y mejorado los tiempos de respuesta en entrevistas comerciales.

Por otro lado, el desarrollo que genera un resumen automático de interacciones con clientes tras una llamada o reunión, permite que la IA haga automáticamente un resumen de esa conversación, lo almacene en tiempo real y registre en los programas correspondientes de atención del cliente incorporando estado y próximos pasos. Por supuesto, siempre garantizando la privacidad, ya que todos los datos personales están enmascarados.

Existe cierto miedo entre los empleados a que la IA sustituya puestos. ¿Cómo gestionáis esa resistencia?
Es algo que no puedes controlar al 100% porque depende de las personas pero, por eso, lo más importante es el conocimiento y la buena información al respecto que permita interpretar la llegada de la IA como una ayuda y no como un riesgo. En Nationale-Nederlanden, nuestro enfoque es formativo: explicamos que la IA no sustituye personas, sino que amplifica sus capacidades. Digamos que, para nosotros, es inteligencia aumentada y así queremos que lo entiendan e incorporen todos los equipos.

Para ello, contamos con una estrategia propia implementada por el área de Experiencia del Empleado que, gracias al trabajo conjunto con Tecnología, crea programas de adaptación y reskilling, porque esto no es solo una evolución tecnológica, sino un cambio cultural profundo.

Legalidad TIC

¿Se puede insultar al jefe en redes sociales?

Por JAVIER LÓPEZ, @jlopezTMT
socio de ECIJA

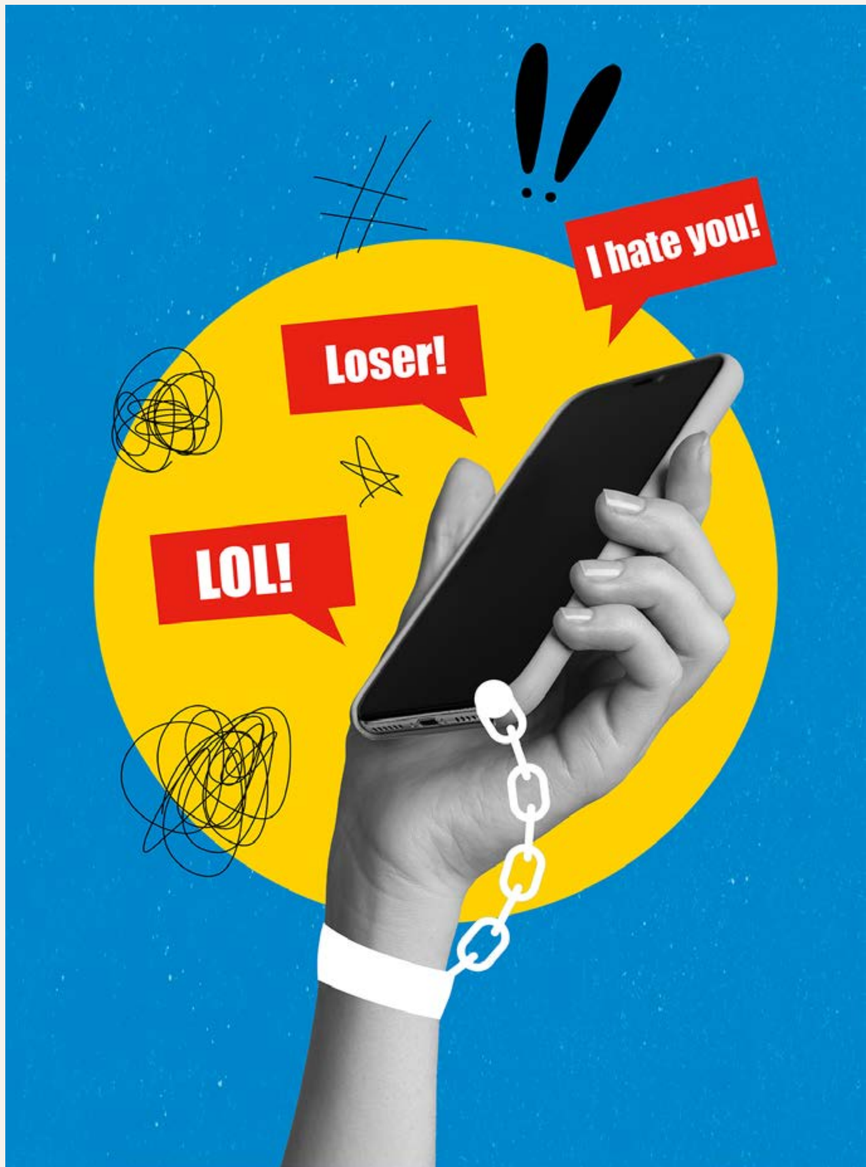
En primer lugar, conviene puntualizar que, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 54-2-c) del Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores (ET), las ofensas verbales o físicas al empresario o a las personas que trabajan en la empresa o a los familiares que convivan con ellos, se considera un incumplimiento grave y culpable del trabajador, que constituye causa para el despido disciplinario.

Por otro lado, la navegación excesiva en redes sociales durante la jornada laboral también podría ser causa de despido disciplinario por transgresión de la buena fe contractual y abuso de confianza en el desempeño del trabajo, a tenor del artículo 54-2-d) del ET, al desatenderse las tareas encomendadas por la empresa, con la consiguiente disminución voluntaria y continuada en el rendimiento laboral.

Y, es más, cuando exista en la empresa una política de uso de medios tecnológicos que prohíba el uso personal de internet y herramientas informáticas, y el acceso a redes sociales se produzca a través de dispositivos de la empresa, la causa de despido vendría reforzada con el hecho de que con ello se estaría poniendo en peligro la seguridad informática de la empresa, al exponer sus medios digitales y su red a riesgos innecesarios según dictaminó la sentencia 858/2024 de la Sala de los Social del Tribunal Superior de Justicia de Cantabria de 4 de noviembre de 2024.

Sentado lo anterior, es necesario analizar determinados contextos en los que la jurisprudencia laboral ha considerado que, aun habiéndose producido circunstancias que podrían entenderse como una falta de respeto al empleador o a la empresa, sin embargo, no concurrirían los requisitos legales para llevar a cabo el despido disciplinario del trabajador.

En cuanto a los actos que afectan a la buena imagen de la empresa, la sentencia 198/2024 de la Sala de los Social del Tribunal Superior de Justicia de La Rioja de 21 de noviembre de 2024 consideró que fijar por el trabajador una fotografía inadecuada (una mujer en camiseta mojada, relativamente ajustada, en la que se pueden apreciar sus pechos, enseñando las piernas) en el perfil de WhatsApp del teléfono de empresa no es motivo para una medida tan grave como el despido disciplinario. El fundamento para ello fue que la empresa no contaba con una política de uso del teléfono móvil, y tampoco consta que se haya causado molestia a compañeros o haya originado perjuicios a la imagen de la empresa, dado que la visualización de dicha imagen no trascendió del ámbito interno.



Legalidad TIC

¿Se puede insultar al jefe en redes sociales?

Por lo que se refiere a los insultos directos contra el empleador, la sentencia 57/2024 de la Sala de los Social del Tribunal Superior de Justicia de Madrid de 26 de enero de 2024 dictaminó que llamar "gilipollas" a un superior, solo en una ocasión, no justifica el despido disciplinario, ya que, aunque la contestación del trabajador y las formas empleadas al dirigirse a su superior fueron destempladas, desabridas y malsonantes, no tienen la gravedad y el componente de culpabilidad necesarios para aplicar la sanción más grave prevista en la legislación laboral, siendo necesario hacer una interpretación restrictiva, pudiendo imponerse otras sanciones distintas. Los hechos se produjeron en una reunión entre la empresa y los trabajadores que se retrasó por esperar a que acudiera la totalidad de la plantilla, de forma que a las 15:00 horas el trabajador manifestó que se marchaba porque acababa su jornada laboral, alegando motivos personales. Su superior le advirtió que si se marchaba podía ser sancionado por desobediencia, dado que había disfrutado de 15 minutos de descanso, contestándole el trabajador "a ver si te atreves gilipollas", al tiempo que se marchó dando un portazo.

En sentido similar, la sentencia 198/2024 de la Sala de los Social del Tribunal Superior de Justicia de Illes Balears de 13 de abril de 2024 estableció que las conversaciones privadas de WhatsApp entre varias trabajadoras insultando a su jefe ("rata cochina", "rata asquerosa", "mafioso", "cabrón", "sinvergüenza", "prepotente asqueroso", "amargado", "cerdo", "patético", "retrasado" y "se mete tanta droga que se olvida de las cosas") no pueden utilizarse para justificar su despido disciplinario, al entender que se trataba de opiniones y desahogos en un grupo de WhatsApp en el que las participantes se expresan con libertad, en la confianza de estar entre compañeras, sin que existiera voluntad de publicitarlas. Los hechos fueron conocidos por el empresario vulnerando el derecho fundamental al secreto de las comunicaciones del artículo 18 de la Constitución Española (CE), lo que, incluso, podría constituir un delito de descubrimiento y revelación de secretos tipificado en el artículo 197 del Código Penal, existiendo una expectativa de intimidad por parte de las trabajadoras, que habían creado el grupo de WhatsApp para comunicarse entre ellas a raíz de haber formulado una reivindicación empresarial (que los días 24 y 31 de diciembre debían ser festivos de acuerdo con el convenio colectivo de autoescuelas), donde hacían comentarios que no estaban destinados a ser conocidos por el empresario. Se considera también que se habría infringido el derecho fundamental a la protección de los datos personales por difundir, sin su autorización, la identidad y el número de teléfono de las participantes del grupo de WhatsApp, ya que, estando reconocido por el artículo 87 de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales el derecho de los trabajadores a la protección de su intimidad en el uso de los dispositivos digitales puestos a su disposición por su la empresa, con mayor razón el empresario debe garantizar, y no infringir, tal derecho fundamental cuando las comunicaciones se realicen mediante sus teléfonos privados. Al margen de las repercusiones laborales, desde el punto de vista civil, este tipo de insultos podrían vulnerar el derecho al honor protegido por el artículo 18 CE y la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, sobre protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. En este sentido, la sentencia del Juzgado de Primera Instancia nº 1 de Sevilla de 8 de enero de 2024 condenó a un trabajador por vulnerar el honor del Director de Recursos Humanos, al acusarle, sin pruebas, de acoso y discriminación en un burofax dirigido a la empresa, presentándole como una persona violenta, insultante, amenazante y discriminatoria por razón de la discapacidad del trabajador.

En las sentencias dictadas no hay prueba alguna de que haya existido conducta de acoso ni que se hayan producido los hechos descritos en el burofax; destacando que el mismo se remitió a la empresa, sin destinatario concreto y sin cumplir el protocolo establecido, lo que provocó que se difundiera en la empresa una idea que supone un claro desprestigio profesional y personal del demandante.

Aplicación Práctica

Iberdrola mejora su gestión de ofertas de compras con la IA Generativa de Ayesa

Ayesa Digital ha desarrollado una plataforma basada en **Inteligencia Artificial Generativa (IA Generativa)** para optimizar los procesos de licitación en **Iberdrola**. Se trata de un ejemplo claro de cómo la IA puede aplicarse a tareas empresariales complejas y de alto valor, agilizando procesos que tradicionalmente requerían un gran esfuerzo humano. En este caso, la herramienta permite automatizar el análisis de documentación, acelerar la evaluación de ofertas y facilitar una toma de decisiones más eficaz y basada en datos.

La apuesta de Iberdrola por esta tecnología responde a su estrategia de digitalización y eficiencia. Gracias a la colaboración con Ayesa Digital, la compañía ha incorporado modelos avanzados de lenguaje y **machine learning** que ayudan a procesar miles de documentos con rapidez y precisión. La plataforma se encarga de clasificar la información, evaluar riesgos según plantillas predefinidas y realizar preevaluaciones técnico-económicas de manera automática. De este modo, se reduce el esfuerzo manual, se evitan errores y se gana tiempo en las fases más delicadas de licitación.

Una herramienta para analizar mejor y decidir más rápido

La nueva plataforma no solo automatiza tareas; también amplía las posibilidades de análisis. Permite generar **criterios de valoración**, realizar **comparativas entre diferentes ofertas**, analizar **riesgos potenciales** y crear **simulaciones de escenarios** que ayudan a prever resultados según distintas variables. Estas funciones suponen un salto cualitativo en la forma de abordar las licitaciones, ya que aportan una visión global y precisa del proceso.

Uno de los puntos fuertes del sistema es su capacidad de **búsqueda inteligente** entre más de **100.000 documentos al año**. Gracias al uso de lenguaje natural, los empleados pueden formular consultas como si hablaran con un asistente experto y obtener resultados precisos en segundos. Además, la plataforma ofrece análisis comparativos en tiempo real, lo que

Aplicación Práctica

Iberdrola mejora su gestión de ofertas de compras con la IA Generativa de Ayesa

mejora la **eficiencia operativa**, la **agilidad en la toma de decisiones** y la **fiabilidad del proceso**.

El proyecto tenía como objetivo principal agilizar las licitaciones y hacer más eficiente la evaluación de ofertas con la ayuda de la **IA Generativa**. Para ello, la herramienta centraliza toda la información y permite acceder rápidamente a los datos más relevantes. Así, los equipos de Iberdrola pueden tomar decisiones mejor fundamentadas y basadas en datos, en lugar de depender de valoraciones subjetivas o revisiones manuales.

Cuatro áreas de transformación impulsadas por la IA Generativa

El funcionamiento de la plataforma se apoya en cuatro áreas esenciales:

- **Clasificación inteligente:** la IA Generativa permite búsquedas en lenguaje natural, genera resúmenes automáticos y lanza alertas cuando detecta documentos incompletos o posibles riesgos, como incidencias de ciberseguridad o participación de subcontratas no registradas.
- **Criterios técnicos:** el sistema crea criterios de evaluación basados en las especificaciones técnicas de los proyectos, propone mejoras y señala posibles ambigüedades en los pliegos.
- **Evaluación técnica:** compara las distintas ofertas mediante plantillas dinámicas generadas por la propia IA, resalta diferencias relevantes y evalúa el posible impacto técnico de cada propuesta.
- **Evaluación económica:** analiza los costes, realiza simulaciones financieras y detecta anomalías o desequilibrios en los presupuestos, facilitando así comparativas comerciales más precisas.

Gracias a estas capacidades, el tiempo y los costes asociados a cada licitación se reducen notablemente. También mejora la

> **El proyecto tenía como principal objetivo agilizar las licitaciones y hacer más eficiente la evaluación de ofertas**

Aplicación Práctica

Iberdrola mejora su gestión de ofertas de compras con la IA Generativa de Ayesa

trazabilidad de los procesos y la calidad de las evaluaciones, eliminando sesgos y asegurando que toda la documentación, sin excepción, se tenga en cuenta.

La solución incorpora **motores de búsqueda semántica** y generación dinámica de criterios a partir de la información de las licitaciones. Esto permite detectar ambigüedades, sugerir mejoras y adaptar los pliegos a las necesidades reales del proyecto en cada caso.

Además, utiliza **arquitecturas RAG (Retrieval-Augmented Generation)**, una tecnología que combina búsqueda y generación de texto para ofrecer respuestas basadas en información actualizada y contextualizada. Gracias a ello, el sistema puede comparar ofertas, identificar inconsistencias y evaluar los impactos técnico-económicos con una precisión mucho mayor que la revisión manual.

La **IA Generativa** aprende de la experiencia acumulada. A medida que procesa más datos históricos, refina sus modelos y mejora sus resultados. Esto le permite adaptarse progresivamente a las particularidades del negocio y ofrecer evaluaciones cada vez más fiables.

Desde el punto de vista organizativo, el proyecto se ha ejecutado con **metodologías ágiles**. Ayesa

> **El diseño de la aplicación es responsive y accesible desde distintos dispositivos lo que simplifica los accesos**

ha aplicado **SAFe** para la coordinación global y **Scrumban** para la gestión diaria de tareas. Este enfoque incrementa la capacidad de respuesta, favorece la mejora continua y mantiene un foco constante en el valor que la innovación tecnológica aporta al negocio.

Una plataforma segura, escalable y bien integrada

La arquitectura técnica de la solución es otro de sus puntos fuertes. Está construida sobre un **ecosistema moderno, seguro y escalable** desplegado en la nube de **AWS**. Utiliza **Amazon SageMaker** para el entrenamiento de modelos de IA, **Bedrock** para el acceso a modelos generativos y **RDS PostgreSQL** para la gestión avanzada de datos. Esto garantiza un entorno unificado donde se combinan cómputo, almacenamiento y análisis en tiempo real.

La plataforma se integra con los sistemas internos de Iberdrola, como **SAP**, los **repositorios documentales** y diversas herramientas **RPA** (de automatización robótica de procesos). Gracias a ello, cubre todo el ciclo del proceso de licitación, desde la recepción de las ofertas hasta la generación de informes finales.

El diseño de la aplicación es **responsive y accesible** desde distintos dispositivos, lo que simplifica el acceso y la consulta de información. Además, permite interactuar directamente con la IA a través de consultas en lenguaje natural, sin necesidad de conocimientos técnicos.

El sistema incluye un panel de **monitorización en tiempo real** para controlar métricas, detectar incidencias y optimizar el rendimiento. Esto aporta transparencia al proceso y facilita la mejora continua.

En materia de **seguridad**, la solución cumple con altos estándares corporativos. Implementa cifrado avanzado, autenticación y control de accesos basados en roles, así como políticas de protección ajustadas a referencias internacionales como **OWASP**. Todo ello garantiza la integridad y la confidencialidad de los datos tanto de proveedores como financieros.

Tendencias

Más allá de los chatbots: la IA generativa revoluciona la gestión de incidencias en TI

Por NELSON ZERPA,
Pre-sales Consultant de EasyVista

Aunque el impacto de la IA generativa se percibe en todos los sectores, uno de los ámbitos donde está teniendo un efecto más profundo es en los departamentos de TI, independientemente del tamaño de la empresa. En este artículo nos enfocaremos en cómo su aplicación está revolucionando la gestión de incidencias de TI, un terreno donde los chatbots tradicionales han resultado ser insuficientes y donde las nuevas herramientas inteligentes están marcando una diferencia real.

Hasta hace no tanto, el concepto de IA generativa era conocido únicamente por perfiles técnicos muy especializados. Hoy, sin embargo, forma parte de nuestro día a día: aparece en conversaciones informales, en titulares y en las decisiones estratégicas de muchas empresas. Su capacidad para redactar textos, traducir documentos, generar código, crear imágenes o resumir contenido técnico demuestra un nivel de versatilidad y comprensión contextual ha cambiado para siempre nuestra relación con la tecnología.

Al mismo tiempo, las caídas informáticas siguen siendo un reto constante para las organizaciones. Según datos de una reciente encuesta internacional de EasyVista, el 41 % de las empresas sufren incidentes informáticos varias veces al mes, y el 7 % los afrontan semanalmente. En España, la situación es aún más exigente, ya que el 56 % de las organizaciones informan de interrupciones varias veces al mes, lo que destaca la presión a la que están sometidos los equipos informáticos y la necesidad de contar con herramientas de gestión de incidentes más avanzadas e inteligentes.

El proceso de la automatización a la comprensión contextual

Durante años, la automatización en TI ha significado aplicar flujos rígidos y reglas predefinidas. Herramientas que eran útiles,

pero limitadas. La IA ha cambiado este paradigma estos últimos años: en lugar de reaccionar a entradas específicas, es capaz de entender el contexto, interpretar situaciones complejas, proponer soluciones y adaptar su comportamiento gracias al aprendizaje continuo.

Esta evolución, aplicada en la gestión de incidencias, se traduce en mejoras tangibles:

- **Detección en tiempo real:** Analiza métricas de red, registros del sistema o consumos anómalos de CPU para anticipar fallos o detectar vulnerabilidades y ataques, como un DDoS. Estas mejoras son fundamentales cuando las consecuencias de las interrupciones pueden ser graves. A nivel mundial, las organizaciones señalan la pérdida de productividad (27 %), los riesgos de ciberseguridad (24 %) y los retrasos en los negocios (22 %) como los mayores impactos de los incidentes de TI. En España, estos impactos son aún más fuertes, ya que el 42 % identifica la pérdida de productividad como la consecuencia principal, un porcentaje significativamente superior a la media global.

- **Análisis predictivo:** Combinando datos históricos y patrones repetitivos, la herramienta es capaz de alertar sobre posibles fallos en una aplicación crítica o un componente hardware antes de que ocurra.

> **La sobrecarga de alertas es un problema habitual en TI. La IA ayuda a filtrar las falsas alarmas y prioriza los eventos críticos**

- **Recomendaciones con explicaciones naturales:** Más allá del clásico código de error, la IA puede ofrecer una descripción comprensible del problema, la solución recomendada y alternativas, consultando bases de conocimiento y experiencias anteriores.

- **Desarrollo continuo:** Cuanto más opera, más efectivo se vuelve. Ajustando respuestas y acciones, la IA se convierte en un método para la prevención.

¿Qué factores cambian en la gestión de incidencias?

En un entorno de TI cada vez más distribuido y complejo, las herramientas tradicionales resultan ser cada vez menos eficientes. Analicemos cómo la IA generativa está redefiniendo el panorama actual en cuatro áreas clave:

1. **Diagnóstico automatizado y detección de causa raíz.** La IA es capaz de analizar miles de eventos, alertas y registros para identificar de forma automática la causa subyacente de un incidente. Además, presenta explicaciones comprensibles para que cualquier miembro del equipo, sea técnico o no, pueda entender el origen del problema. Esto no solo reduce de manera significativa los tiempos de respuesta, sino que también transforma un proceso tradicionalmente reactivo en uno predictivo, logrando una continuidad operativa superior.

2. **Reducción de ruido y priorización inteligente.** La sobrecarga de alertas es un problema habitual en TI. La IA ayuda a filtrar las falsas alarmas y prioriza aquellos eventos críticos. Estas herramientas van un paso más allá en el proceso, explicando por qué un evento debe atenderse en cada momento. El resultado es un entorno más ordenado y menos estrés para el equipo humano.

3. **Conocimiento accesible sin búsquedas manuales.** Uno de los mayores retrasos a la hora de resolver incidencias se debe al hecho de buscar información en bases de datos, manuales o históricos de tickets. La IA compone la solución en tiempo real apoyándose en el conocimiento existente, sin necesidad de búsquedas manuales. Incluso puede sugerir y/o automatizar acciones correctivas. Esto refleja cómo las organizaciones están adoptando la IA en la actualidad. En España, por ejemplo, las empresas se apoyan cada vez más en usos de la IA de mayor valor, como la

predicción y prevención de incidentes (30 %), la automatización de tareas (34 %), el análisis de tendencias (32 %) y el análisis de opiniones (26 %), mientras que los chatbots tradicionales siguen desempeñando un papel importante (26 %), pero ya no definen la estrategia de IA.

4. Interfaces conversacionales más naturales. Los chatbots basados en flujos rígidos están dando paso a asistentes capaces de mantener diálogos fluidos. Actualmente son aptos para mantener conversaciones naturales, captar matices, formular preguntas de seguimiento e, incluso, aprender y adaptarse al estilo de comunicación del usuario.

¿Está España preparada para esta transición?

La adopción de la IA generativa en entornos empresariales avanza con rapidez, aunque aún se encuentra en sus primeras etapas. Muchas organizaciones han experimentado con chatbots de soporte, pero con resultados desiguales debido a su rigidez. La situación actual supone un salto cualitativo: ya no se limitan a respuestas predefinidas, hablamos de soluciones que aprenden, interpretan y actúan. A nivel mundial, el 71 % de las organizaciones consideran que la IA es importante o muy importante para su estrategia de ITSM. En España, el compromiso sigue siendo fuerte, ya que el 61 % afirma que la IA es «bastante importante» para sus planes de ITSM, mostrando una clara alineación con las tendencias generales. No obstante, la integración no es automática. Existen desafíos relevantes:

- **Calidad y estructura de los datos:** La inteligencia artificial necesita datos bien estructurados y contextuales para que pueda ser efectiva. Todavía existen empresas españolas que aún trabajan con información incompleta o distribuida en silos, lo que limita la eficacia de esta tecnología.

- **Integración con sistemas existentes:** Las arquitecturas heredadas pueden ser un obstáculo ya que no siempre son compatibles con las soluciones actuales de IA. Las plataformas flexibles y APIs abiertas son claves para su adopción.

- **Seguridad y protección de datos:** La IA genera información, pero también tiene acceso a datos sensibles. Es indispensable garantizar trazabilidad, control de acceso y cumplimiento normativo, fundamentalmente bajo el marco del RGPD.

- **Aceptación por parte del equipo de TI:** La transformación cultural es tan importante como el tecnológico. Algunas personas pueden ver la IA como una amenaza; otras, como una carga adicional. Involucrar a los equipos desde el principio es un factor clave, ofrecer formación, acompañamiento y una comunicación clara del rol complementario de estas soluciones.

Estos retos reflejan los obstáculos identificados por las empresas españolas, que citan el coste (19 %), las preocupaciones sobre la privacidad de los datos (18 %) y la experiencia en implementación (22 %) como las principales barreras para adoptar la IA generativa.

Más que resolver, se trata de prevención

La IA generativa no sustituye a los profesionales de TI, pero sí redefine su trabajo: ofrece menos tareas repetitivas, un análisis más profundo y una toma de decisión más inteligente. El objetivo ya no es únicamente cerrar incidencias, sino prevenirlas, comprender su impacto y mejorar continuamente el entorno tecnológico.

Las organizaciones ya están avanzando en esa dirección. En España, el 30 % de las empresas utilizan la IA para la predicción y prevención de incidentes, y muchas más la aplican a la automatización, el análisis y la mejora de la gestión de servicios. Aquellas que avancen hacia un modelo de gestión de incidentes basado en la IA ganarán eficiencia y reforzarán su resiliencia, la satisfacción de los usuarios y su capacidad para competir en entornos cada vez más exigentes.

Tendencias

Cuando la nube cumple, Europa se hace dueña de su futuro digital

Por UWE GEIER,
Head of Cloud Solutions IONOS

La soberanía digital se ha consolidado como una prioridad estratégica para Europa. La nube, como soporte esencial de la economía digital, se sitúa en el centro de esta ambición, y más allá de ello, se ha vuelto más crítico contar con una nube europea, soberana y transparente para empresas y administraciones. En España, donde un gran porcentaje del tejido empresarial está formado por PYMES, la soberanía digital también es considerado un asunto prioritario para la mayoría de estas compañías. Un estudio sobre digitalización realizado por YouGov para IONOS confirma esta tendencia: el 83% de las pymes españolas considera crucial mantener el control sobre sus datos empresariales, y un 87 % valora la posibilidad de acceder, modificar y decidir directamente sobre ellos. Esta preocupación se extiende a la protección frente al acceso de autoridades extranjeras, lo que muestra un claro deseo de autonomía tecnológica y seguridad jurídica dentro del marco europeo.

El avance hacia esa soberanía digital no solo requiere voluntad política, sino también infraestructuras interoperables y sostenibles. En esta línea, iniciativas como IONORA dentro de la iniciativa IPCEI-CIS impulsan el desarrollo de una infraestructura europea de servicios cloud y edge abierta, interoperable y energéticamente eficiente. Dentro de este marco se están llevando a cabo proyectos que refuerzan la capacidad de Europa para innovar sin depender de tecnologías externas y con pleno cumplimiento de sus normas de protección de datos.

Dentro de este ámbito donde las empresas quieren velar y garantizar por la seguridad de sus datos, el cumplimiento de la nube se ha convertido en el nuevo pilar de la soberanía digital. En un entorno donde cada vez más servicios y datos se gestionan en la nube, la seguridad y el cumplimiento normativo ya no son un requisito adicional, sino la base de la confianza tecnológica.

Prioridad estratégica

En este sentido, el C5 (Cloud Computing Compliance Controls Catalogue) del BSI alemán (Oficina Federal de Seguridad en Tecnologías de la Información) es un ejemplo de buenas prácticas.

Se trata de una certificación que pone el foco en la trazabilidad, la transparencia y la capacidad de demostrar la madurez operativa de un proveedor cloud. A diferencia de otros estándares como ISO 27001 o SOC, el C5 se ha desarrollado dentro del marco legal alemán y europeo, lo que lo convierte en un referente útil para avanzar hacia una cultura de cumplimiento de la nube adaptada a las exigencias del continente.

Por otro lado, el futuro esquema europeo de certificación cloud (EUCS) representa un paso más hacia un marco común de cumplimiento de la nube, basado en niveles de seguridad y requisitos de localización claros. La clave estará en evitar problemas con otros estándares, simplificar la carga para las empresas y elevar el nivel de seguridad en toda la región.

La colaboración entre reguladores y el sector cloud es decisiva. El proceso abierto por el BSI para modernizar el C5 demuestra que la cooperación es posible y que el conocimiento práctico del sector puede integrarse en la regulación. Construir un cloud europeo seguro, transparente y soberano no solo refuerza la protección de los datos, también consolida la competitividad empresarial y el cumplimiento de la nube en el ecosistema digital europeo.

Tendencias

La nueva economía del dato personal: calidad, confianza y valor

Por CORAL NAVARRO,
IP Consultancy Specialist de ClarkeModet España

En un mundo en el que la información fluye de manera constante y la inteligencia artificial redefine la manera en que interactuamos con la tecnología, la forma en que las empresas gestionan los datos personales determina no solo su riesgo legal, sino también su capacidad para generar valor y confianza. La privacidad ya no es solo una obligación, se ha transformado en un activo estratégico. Un dato bien gestionado puede convertirse en un recurso reutilizable, capaz de alimentar decisiones empresariales, optimizar procesos y crear nuevas oportunidades de negocio e incluso rentabilidad. Por el contrario, uno mal gestionado puede derivar en sanciones, pérdida de confianza o daños reputacionales que cuestan mucho más que cualquier inversión tecnológica.

Por otro lado, los usuarios son cada vez más conscientes del valor de sus datos. Buscan transparencia, control y beneficios claros a cambio de compartir información personal. Esta concienciación marca la diferencia entre datos que se convierten en "oro" para la empresa: son explotables y permiten personalizar servicios, predecir necesidades y diseñar estrategias más eficientes; y datos que representan un pasivo, sujetos a riesgos de cumplimiento y pérdidas económicas por un uso o gestión indebidos.

A todo ello se añade un factor determinante que condiciona de forma directa cómo las organizaciones pueden gestionar el valor de los datos: la creciente densidad del marco normativo europeo. Cada vez es más la regulación, las capas y las exigencias de coherencia entre ellas. Durante 2025, la Comisión Europea presentó la propuesta de Reglamento Ómnibus Digital con el objetivo de racionalizar determinadas obligaciones formales y reducir solapamientos, pero en ningún caso de aliviar las responsabilidades sustantivas en materia de protección de datos. El mensaje implícito es claro: simplificar procedimientos no equivale a rebajar estándares, y mucho menos a relajar la responsabilidad de las organizaciones sobre el uso de la información personal.

En paralelo, avanza la implantación progresiva del Reglamento de Inteligencia Artificial (AI Act), que introduce un nivel adicional de exigencia para los sistemas de IA con impacto sobre las personas. Transparencia, supervisión humana, gestión del riesgo y calidad de los datos dejan de ser buenas prácticas para convertirse en obligaciones verificables. Este reglamento no opera de forma autónoma, sino que se superpone al RGPD y refuerza sus principios, trasladándolos al contexto de la toma de decisiones automatizada. En la práctica, todo esto significa que los problemas de gestión clásicos de protección de datos como la determinación clara de finalidades, el uso de bases legitimadoras adecuadas y la observancia del principio de minimización adquieren una nueva dimensión cuando alimentan sistemas algorítmicos. Así, un dato que ya era problemático desde el punto de vista del RGPD se convierte, en el contexto de la IA, en un riesgo multiplicado.

Datos de calidad y gestionados con calidad

En conjunto, este entramado normativo envía un mensaje inequívoco a las organizaciones: el dato personal solo es un activo cuando está gobernado, documentado y controlado. De lo contrario, se transforma en un pasivo regulatorio con impacto directo en la sostenibilidad del negocio. Por tanto, un dato con una base jurídica adecuada, exacto, documentado y con controles claros se convierte en un activo que impulsa la innovación, facilita la personalización de servicios y permite que la empresa opere con mayor eficiencia. Un dato mal gestionado, en cambio, genera fricciones internas, incrementa la exposición a incidentes y puede comprometer la relación con los clientes.

Los datos oficiales de la Agencia Española de Protección de Datos permiten ilustrar esta realidad con cifras concretas: en 2024, la AEPD gestionó 18.855 reclamaciones por vulneraciones de privacidad, una cifra ligeramente inferior al récord histórico de 2023, pero aún un 25 % superior a la de 2022, lo que sitúa el volumen de reclamaciones en niveles excepcionalmente altos dentro del marco del RGPD. La complejidad de los casos que llegan a la Agencia también ha aumentado, con sectores como la videovigilancia, los servicios de internet y el comercio y transporte entre los más señalados por los ciudadanos. En cuanto a sanciones, la AEPD impuso en 2024 unas 281 resoluciones con multa, sumando más de 35,5 millones de euros. Las brechas de datos personales representaron alrededor del 37 % del importe total de las multas (más de 13 millones de euros) y afectaron a actividades tan diversas como energía y agua, finanzas, servicios de internet o telecomunicaciones.

Estos números no son anecdóticos, sino que evidencian que la falta de procesos sólidos de gestión de datos personales no solo expone a las empresas a riesgos legales, sino que también puede traducirse en costes económicos directos y daños reputacionales difíciles de revertir.

En este contexto, la figura del Delegado de Protección de Datos (DPO) se ha convertido en un eje estratégico y no en un mero supervisor formal. El papel del DPO moderno es garantizar que los datos cumplan criterios de calidad, integridad y disponibilidad de forma que la información sea un recurso fiable, útil y respetuoso con los derechos de las personas. Actúa como puente entre áreas legales, técnicas y de negocio, coordinando políticas de privacidad, evaluaciones de impacto, modelos de gobernanza y la integración responsable de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial. En definitiva, la privacidad ya no puede entenderse únicamente como un requisito legal. Cuando se gestiona de manera ética y estratégica, los datos se transforman en un activo que impulsa innovación, fideliza clientes y fortalece la reputación de una organización. Celebrar el Día Europeo de la Protección de Datos es reconocer que la confianza no se declara: se construye cada día en cómo se recogen, se procesan y se protegen los datos personales que sostienen la actividad empresarial.

Entrevista

Sven Peters,
evangelista de IA en Atlassian

"La IA no debe tratarse como una funcionalidad añadida"

Manuel Navarro

Hablamos con Sven Peters, evangelista de IA en Atlassian, sobre cómo la inteligencia artificial está reconfigurando la visión del trabajo en equipo, más allá de los resultados económicos que pretenda conseguir una organización. El evangelista de Atlassian también aborda a lo largo de este diálogo los retos culturales y organizativos que supone la adopción de la Inteligencia Artificial.

¿Cuáles son los objetivos principales (no económicos) que pretende conseguir Atlassian en 2026?

Nuestro propósito sigue siendo el mismo: "dar rienda suelta al potencial de cada equipo". De cara a 2026, nuestro foco se centra en cómo lograrlo en un mundo impulsado por la inteligencia artificial. A medida que más equipos en todo el mundo incorporan la IA como un compañero de trabajo y avanzan hacia

Entrevista

Sven Peters, evangelista de IA en Atlassian

la colaboración humano-IA, creemos que las organizaciones evaluarán la IA por los resultados y no por métricas de adopción. El éxito se medirá por una innovación más rápida, mejores decisiones y un valor más claro para el cliente.

Nuestro objetivo es ayudar a nuestros clientes a pasar de paneles centrados en el uso a métricas de resultados alineadas con la estrategia y el valor para el cliente, evitando métricas superficiales como "horas ahorradas". Desde el punto de vista del producto, buscamos que más clientes puedan implementar un "Sistema de Trabajo" impulsado por IA con Jira, Confluence, Loom y Rovo, garantizando que la estrategia, la planificación y la ejecución estén interconectadas. Por otra parte, y a pesar de los rápidos cambios tecnológicos, mantenemos nuestro compromiso con los Principios de Tecnología Responsable: transparencia, confianza, responsabilidad, enfoque humano y trabajo en equipo en el diseño y despliegue de la IA.

Para 2026, aspiramos a que Atlassian demuestre que la IA puede mejorar significativamente el trabajo en equipo, no solo acelerarlo.

Como la gran mayoría de compañías, la IA está pasando a ocupar buena parte de la estrategia de Atlassian. ¿Qué valor tiene para su compañía la IA? ¿Qué le ofrecen a sus clientes en este sentido?

> **La Inteligencia Artificial supone un profundo cambio para la industria tecnológica así como para cualquier profesional del conocimiento**

Seamos claros: la IA ya está transformando la forma en que trabajan los equipos. Este cambio es profundo para la industria tecnológica y para cualquier profesional del conocimiento. Además, es uno de los avances que más ilusión nos genera en Atlassian. Sin embargo, los estudios muestran que, aunque la adopción de la IA es alta y sigue creciendo, su integración adecuada todavía no avanza al mismo ritmo.

Para triunfar en esta nueva era, la IA debe integrarse de forma profunda en los flujos de trabajo de los usuarios y no tratarse como una funcionalidad añadida. En lugar de crear soluciones de IA aisladas, las organizaciones necesitan replantearse sus procesos para adaptarlos a la era de la IA e incorporarla en todo su "Sistema de Trabajo". Aquí es donde Atlassian marca la diferencia. Hemos desarrollado nuestra solución de IA, Rovo, basándonos en más de 20 años de experiencia sobre cómo se organiza el trabajo en empresas de todos los tamaños. En 2025, pusimos Rovo a disposición de todos nuestros clientes sin coste adicional, asegurando que los equipos en organizaciones de todo tipo puedan beneficiarse. De esta forma, Rovo se integra con las herramientas donde ya ocurre el trabajo, como Jira, Confluence y Loom, y se conecta con aplicaciones de terceros, como Google Drive, SharePoint o Figma, a través de integraciones. Está impulsado por el Teamwork Graph de Atlassian, una red de conocimiento que entiende qué trabajo hay que hacer y cómo se relaciona con otras tareas, objetivos y personas.

Como usuarios intensivos de nuestros propios productos, el valor de la IA para Atlassian es doble: mejora nuestras operaciones internas y nos permite ofrecer a nuestros clientes una plataforma de trabajo en equipo potenciada por IA.

Buena parte de los CIOs consideran que es muy difícil aterrizar los proyectos de IA a pesar de la presión que sufren por implementarla por parte de la junta directiva. ¿Qué es lo que está fallando?

El error más común sobre la IA es pensar que es una solución mágica para mejorar la productividad y la rentabilidad, y esto está muy lejos de la realidad. Para muchos CIOs, el

Entrevista

Sven Peters, evangelista de IA en Atlassian

fracaso de sus inversiones en IA no se debe al modelo de lenguaje o a la aplicación elegida, sino a cómo encaja la IA en la forma de trabajar de sus equipos y, sobre todo, a cómo se mide esa inversión. A pesar de la amplia adopción de la IA, solo el 4% de los líderes está viendo un cambio realmente transformador.

La razón principal es evidente: están midiendo lo que no deben. Muchas organizaciones se centran en métricas superficiales, como el uso o el tiempo ahorrado, que nunca reflejan un impacto real. Si la IA no se vincula a resultados de negocio como calidad, innovación o impacto en el cliente, es imposible saber si funciona.

Otro gran obstáculo al que se enfrentan los CIOs es que suelen subestimar el cambio cultural que implica adoptar la IA. Los retos que vemos hoy recuerdan mucho a los de la primera revolución ágil: todos querían ser ágiles sin modificar su forma de trabajar. Compraban una herramienta, añadían reuniones diarias y pensaban que con eso bastaba. Hoy pasa lo mismo, la gente quiere los beneficios de la IA, pero se resiste a dar el paso hacia una verdadera cultura nativa en IA, que implica experimentar, documentar, compartir y ajustar sus hábitos de colaboración.

Además, una cultura anclada en métodos de trabajo obsoletos contribuye a otro problema: la IA solo es tan buena como los datos a los

> **Muchas organizaciones se centran en métircas superficiales, como el uso o el tiempo ahorrado, que nunca reflejan un impacto real**

que tiene acceso. Especialmente en grandes organizaciones, el trabajo suele desarrollarse en silos por equipo o departamento, con datos confinados en esos silos. Si los equipos bloquean sistemas o etiquetan todo como "borrador" y "no compartir", los agentes de IA nunca acceden a la imagen completa y solo reflejan esos silos.

En resumen, los CIOs no tienen tanto un problema tecnológico como un problema en la forma de trabajar. Si no se corrigen la cultura, la apertura y la manera de medir, incluso el mejor proyecto de IA se quedará estancado.

Uno de los problemas que se asocian a la IA es el de la eliminación de puestos de trabajo. A pesar de que se afirma que creará nuevos, muchas voces creen que la destrucción de empleos será más rápida que la creación de los nuevos, ¿cómo veis esto desde Atlassian?

En Atlassian somos conscientes de que, aunque la IA va a cambiar de manera significativa los puestos de trabajo, las personas seguirán siendo imprescindibles. Nuestros estudios internos muestran que la IA ya está asumiendo tareas estructuradas y repetitivas, modificando la composición del trabajo dentro de cada rol mucho antes de que desaparezcan empleos completos. Al mismo tiempo, están surgiendo nuevas competencias y funciones, y quienes incorporan la IA como un compañero de equipo están viendo un mayor retorno de la inversión y más oportunidades para aprender y desarrollarse.

En este sentido, entre los nuevos perfiles que empiezan a aparecer destacan, por ejemplo, el AI Systems Coach, que forma a empleados y líderes en el uso responsable de la IA y su integración ética en las operaciones diarias; el AI Integration Architect, que diseña y optimiza arquitecturas de sistemas para garantizar eficiencia, escalabilidad y seguridad, aportando liderazgo técnico; y el AI Data Engineer, que construye la infraestructura de datos, creando sistemas para recopilar, almacenar y procesar información procedente de distintas fuentes. Estos roles aseguran que la IA aporte valor sin comprometer los estándares éticos ni la eficiencia operativa.

Por otra parte, el talento emergente, especialmente los recién graduados, tienen una ventaja natural con la IA, y serán los líderes más

Entrevista

Sven Peters, evangelista de IA en Atlassian

visionarios los que sabrán combinar este grupo habituado a la tecnología con profesionales experimentados para guiar y gestionar riesgos. Si bien la disrupción es inevitable, creemos que las organizaciones deben centrarse en la recualificación y la evolución de los puestos, no solo en la reducción de costes.

A diferencia de otras revoluciones tecnológicas, la IA va a suprimir tareas que hasta ahora eran de alta cualificación, como por ejemplo el desarrollo de software, ¿van a dejar de desarrollar software los humanos? ¿Cuál será el papel del desarrollador a partir de ahora?

El papel de los desarrolladores de software ha cambiado significativamente en la última década. El viejo cliché del programador que se limita a escribir líneas de código está muy lejos de la realidad. Con la revolución ágil, los desarrolladores empezaron a trabajar de forma más estrecha con los equipos de producto y operaciones. Ahora, la revolución de la IA volverá a transformar su función, poniendo el foco en diseñar y orquestar soluciones.

Así, los desarrolladores se centrarán en definir bien los problemas, establecer límites, validar los resultados que ofrece la IA y colaborar de manera más cercana con clientes y compañeros para dar forma a las experiencias y tomar decisiones clave. La IA destaca en el lenguaje estructurado, y el código es el lenguaje más estructurado que existe, por lo que asumirá cada vez más tareas de programación. Sin embargo, seguirá siendo indispensable contar con una persona en el proceso para dar dirección y tomar decisiones en momentos clave del ciclo de desarrollo.

Nuestros agentes Rovo Dev AI están diseñados para este futuro, ya que ayudan en la planificación, la implementación, la revisión y el despliegue, manteniendo siempre a los desarrolladores en el centro para que tomen las decisiones importantes. El resultado no es solo mejor código, sino desarrolladores más realizados que ven cómo sus ideas se materializan más rápido. Los humanos no dejarán de desarrollar software, pero los desarrolladores más valiosos se parecerán cada vez menos a simples programadores y más a diseñadores de sistemas y coordinadores de IA, y por eso estamos invirtiendo en más talento que nunca.

¿Por qué existe el temor entre las personas a la IA? ¿Qué deben hacer las empresas para que se pierda ese temor?

Considero que invertir tiempo y esfuerzo en la IA nos aporta más de lo que nos resta. Sin embargo, el miedo a la IA es humano y, en parte, está justificado. En general, las personas tienden a temer aquello que aún no conocen. Les preocupa la seguridad laboral, la pérdida de control, las decisiones poco transparentes y quedarse atrás. Este temor aumenta cuando las empresas implantan herramientas sin ofrecer directrices claras ni formación, son vagas sobre el uso de los datos y presentan la IA como una imposición que viene desde arriba.

Para combatir este miedo hay dos caminos claros: generar familiaridad y generar confianza. Para crear familiaridad, en Atlassian implantamos formación obligatoria y espacios para la experimentación. Aprender sobre IA, entender cómo utilizarla, probarla e integrarla en el trabajo diario elimina gran parte del temor rápidamente.

Para generar confianza en nuestras herramientas de IA, definimos los Principios de Tecnología Responsable: transparencia, confianza, responsabilidad, enfoque humano y trabajo en equipo, y también formamos a nuestra plantilla en ellos. Además, compartimos este marco de Tecnología Responsable de forma pública, incluyendo nuestro marco Responsible Tech Review, para ayudar a otras empresas a iniciar su camino hacia una IA responsable. Como medida adicional para reforzar la confianza en esta tecnología, nos hemos unido al Pacto de IA de la UE, una iniciativa voluntaria de pre-cumplimiento liderada por la Comisión Europea en preparación para la aplicación de la Ley de IA de la UE. Creemos firmemente que una regulación bien diseñada es esencial para maximizar los beneficios de la IA y minimizar sus riesgos.

Entrevista

Sven Peters, evangelista de IA en Atlassian

¿Cómo se tiene que abordar el cambio cultural que produce la irrupción de la IA?
La IA no es solo un cambio tecnológico, es un cambio en la forma de trabajar en equipo. Nuestras investigaciones muestran que la mitad de los empleados prefiere preguntar a la IA antes que a un compañero cuando busca información. La IA suele facilitar la ejecución del trabajo, pero no necesariamente la colaboración. Si los equipos mantienen el trabajo oculto en documentos privados o en modo "borrador", la IA no puede conectar los puntos.

En Atlassian animamos a los equipos a ver la IA como un colaborador estratégico. Las mayores ventajas llegan cuando las personas colaboran con la IA, no cuando la usan de forma ocasional como si fuera un buscador. Para fomentar esa colaboración, las organizaciones deberían crear espacios estructurados para la experimentación y el desarrollo de habilidades. Como mencionamos, hemos implantado formación obligatoria en IA y jornadas dedicadas a experimentar, para que los miembros de nuestra plantilla se sientan apoyados, ganen confianza y estén preparados para trabajar junto a la IA, y no se queden con la sensación de tener que resolverlo solos.

En todo este proceso, el objetivo no es medir la adopción, sino los resultados. Queremos consolidar una cultura orientada a los resultados, en la que sea habitual que los equipos se

> **En Atlassian animamos a los equipos a que vean a la Inteligencia Artificial como un colaborador estratégico**

pregunten: "¿Qué resultado debe mejorar este agente y cómo lo podemos comprobarlo?". En la práctica, las organizaciones deberían abordar la IA más como una transformación ágil que como una simple implantación de software: hacen falta dinámicas, métricas, formación y principios culturales para que realmente se consolide.

¿Cuáles son los retos que deberán afrontar las empresas a la hora de adoptar la IA?
Nuestra investigación sigue señalando los mismos desafíos: soluciones de IA aisladas en lugar de un sistema de trabajo integrado y potenciado por IA, falta de conocimiento y confianza en la tecnología, problemas de acceso a los datos, ausencia de métricas basadas en resultados y una combinación de habilidades y talento.

La IA no va a resolver por sí sola los silos de datos que hemos creado los humanos. Es lógico que los líderes se preocupen por posibles fugas de información, pero si todo está blindado, la IA nunca tendrá el contexto suficiente para ser realmente útil. En este contexto, vemos que el enfoque correcto es la "apertura controlada": políticas claras, barreras tecnológicas responsables y colaboración abierta como norma.

La IA ha hecho más fácil completar tareas, pero no necesariamente ha mejorado la colaboración. Si cada equipo desarrolla sus propios agentes por separado, se generan soluciones desconectadas que no comparten contexto y las mejoras individuales no se traducen en resultados para la empresa. Muchos profesionales se muestran optimistas, aunque con cautela, y no se sienten seguros integrando la IA en procesos reales.
Si lo piensas bien, aplicar IA a un proceso que ya está mal diseñado no lo soluciona. Para que la implantación sea realmente efectiva, los líderes y sus equipos deben revisar sus procesos con una mentalidad orientada a la IA. Las organizaciones que adoptan esta tecnología con mayor rapidez y éxito suelen compartir algunos rasgos: comienzan con proyectos pequeños, avanzan de forma ágil y priorizan la adopción en los equipos antes que centrarse únicamente en la productividad individual.

Cibercotizante

España cuenta con dos Factorías de IA europea

José Joaquín Flechoso
Presidente de Cibercotizante

La Comisión Europea concedió a finales del pasado año a España una segunda factoría de Inteligencia Artificial (IA Factory) que se suma a la del Barcelona Supercomputing Center y que se ubicará en el Centro de Supercomputación de Galicia (CESGA). España será junto a Polonia y Alemania uno de los tres países con más de una gigafactoria.

La inmediata puesta en funcionamiento de la ampliación del MareNostrum 5 en el BSC-CNS supone un paso decisivo para situar a Europa en la vanguardia de la IA con la puesta en marcha de su Factoría de IA, una infraestructura estratégica que aprovechará la potencia del superordenador ya existente MareNostrum 5 para entrenar y desplegar modelos avanzados a gran escala. La iniciativa forma parte de la red de siete centros seleccionados por la Comisión Europea para reforzar la autonomía tecnológica del continente. La Factoría de IA se engloba en un proyecto de 129 millones de euros adjudicado a Telefónica y Fujitsu. La actualización incorpora dos particiones específicas para IA, una específica para entrenamiento y otra para inferencia, así como un sistema de almacenamiento de alto rendimiento diseñado para gestionar volúmenes masivos de datos.

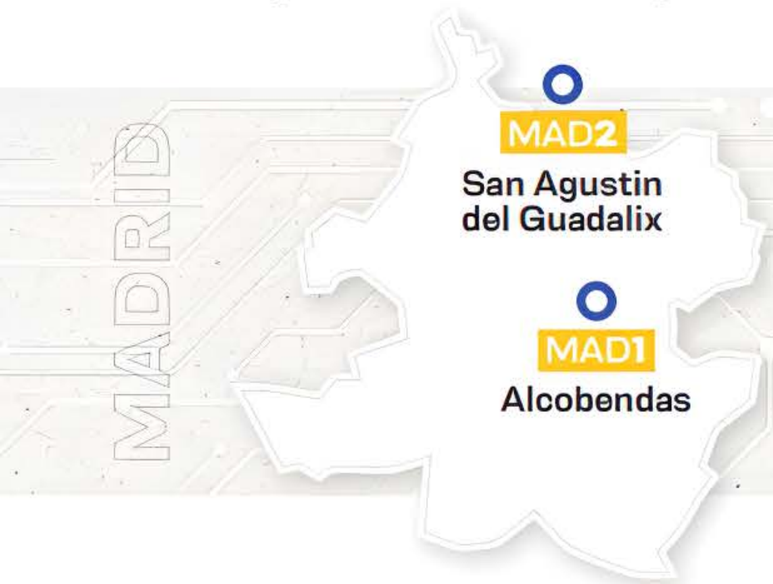
BSC consolida su posición como uno de los nodos de supercomputación más potentes de Europa, capaz de entrenar modelos de lenguaje de gran tamaño y de dar servicio a empresas, administraciones públicas y centros de investigación y pretende reducir las barreras a la innovación en IA ofreciendo acceso a una infraestructura de computación de IA de última generación, que incluya programas de formación avanzados y un ecosistema de innovación dinámico. Los principales beneficiados serán empresas de nueva creación, PYME´s, corporaciones e instituciones académicas y públicas, para impulsar las capacidades de IA y promover una adopción responsable e impactante de la IA

La Factoría de IA del BSC ahora potenciada, se enmarca en la estrategia europea para garantizar una IA más accesible, segura y alineada con los valores comunitarios, en un momento en que los modelos de gran escala requieren infraestructuras cada vez más costosas. La UE busca consolidar capacidades propias que eviten la dependencia de proveedores externos en un paso más hacia la soberanía digital tan puesta en entredicho en estos tiempos.

Data4
SMART & SCALABLE DATA CENTERS

CAMPUS MADRID

El operador europeo de centros de datos para mejorar su rendimiento digital



¿Por qué elegir Data4?

→ Compañía 100% europea

→ Socio estratégico para sus proyectos críticos de TI, nube, IA y HPC

WWW.DATA4GROUP.COM/ES

PARÍS | MADRID | MILÁN | FRÁNCFORT | VARSOVIA | ATENAS