

“La IA es más que una oportunidad para el crecimiento de negocio”

HUGO CORTADA DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIO EN SERIMAG



Serimag ayuda a empresas a optimizar procesos, potenciar la creatividad humana y convertir la tecnología en un pilar estratégico.

Serimag, la consultora tecnológica que lidera la transformación con IA de la Banca en España destaca los beneficios de esta tecnología que van más allá de una eficiencia en los procesos internos.

La compañía destaca el impulso a la transformación digital de las empresas y el valor añadido de las sinergias entre humanos e IA.

Como expertos en automatización inteligente, ¿qué significa la transformación de los procesos para una empresa?

La automatización inteligente de procesos, como bien indica el término, se fundamenta en analizar las distintas etapas de un proceso y buscar eficiencias a través de la simplificación, la reingeniería del proceso y la automatización de ciertas tareas repetitivas de bajo valor añadido. En grandes empresas con cientos de procesos, actuar sobre este análisis y apoyarse en herramientas como la IA para automatizar procesos relevantes, arroja grandes beneficios: reducir drásticamente el coste operativo de dichos procesos, acelerar proce-

sos de días a minutos y ambas cosas combinadas desbloquean grandes mejoras en cuanto a experiencia de cliente.

Los retos con la IA en 2025 decís que son todavía muchos y que las empresas están cometiendo errores que podrían evitarse...

2024 ha sido un año de crecimiento en la adopción de casos de uso con IA, y todo director de tecnología que no había firmado un acuerdo con uno o más superescalares ya lo ha hecho, pero de ahí a una transformación real de la operativa, queda un largo camino.

Hemos llegado a un punto en el que se están creando equipos multidisciplinares y elaborando planes estratégicos que incorporan a la IA como pieza troncal, pero no será hasta la segunda mitad de año cuando realmente veamos una explosión de casos de uso a escala por parte de grandes compañías en distintos ámbitos del negocio. El principal error de muchas empresas en estos momentos es que no

“La clave es integrar la IA como un pilar estratégico que potencia la creatividad humana, optimiza procesos y abre nuevas oportunidades de negocio”

cuentan con un Plan de IA que esté alineado con la Estrategia de Negocio, tienen problemas de capacitación de los empleados en términos de IA y siguen sin escalar la tecnología por desconocimiento y falta de asesoramiento en este proceso. El CEO además tiene un papel fundamental para crear un equipo que sepa conducir la tecnología en los diferentes departamentos y marcar unos KPI's que ayuden a evaluar objetivamente el trabajo realizado por la tecnología, el retorno de la inversión tangible y ajustar en base a los datos.

Lleváis más de 15 años acercando la IA a las empresas y grandes compañías como BBVA, Banco Santander, o incluso ahora el sector público, repite con vosotros. ¿Cuál es vuestro valor diferencial?

La experiencia con esta tecnología, el éxito y resultados de nuestros casos de uso, así como el acompañamiento y personalización que hacemos de la tecnología nos avalan como una de las consultoras de IA más recomendadas. Los resultados cumplen con las expectativas y estamos especializados en automatización inteligente.

¿Qué consejo darías a una gran compañía que está pensando en contar con el asesoramiento de una empresa como Serimag para implementar la IA?

En primer lugar que no se deje enamorar por grandes consultoras generalistas que están ahora surfeando la ola de la IA como otras olas que vinieron antes y que se fijen en las personas y su experiencia en proyectos similares de referencia contrastada. En muchas ocasiones una empresa de menor tamaño pero con un mayor nivel de especialización puede dar muchas más garantías. En segundo lugar, que haga una mirada introspectiva, y analice si tiene o no las capacidades, el talento y la estructura organizativa necesaria para permitir una profunda transformación operativa con o sin apoyo externo. Sin gente cualificada y motivada para la transformación es difícil romper la inercia y conseguir resultados relevantes. Por último métricas, no podemos mejorar aquello que no medimos. Necesitamos crear indicadores claros de todos los nuevos proyectos de innovación, para saber qué pinta tiene el éxito y el fracaso, y poder retar a nuestros empleados y colaboradores para dar el máximo.