

El 68% de las organizaciones del sector automotriz utiliza o realiza pruebas piloto de IA agéntica para el desarrollo de productos, pero solo el 5% reporta contar con un modelo maduro de gobernanza de IA

- *Las organizaciones que generan mayor valor de la IA logran mejoras de hasta tres veces más rápidas en el tiempo de lanzamiento al mercado y una mayor productividad que sus pares con menor desempeño.*
- *Más de siete de cada diez ejecutivos creen que la IA agéntica puede mejorar la toma de decisiones de ingeniería; sin embargo, la confianza disminuye significativamente a medida que la IA se acerca a actividades críticas para la seguridad.*
- *Solo el 10% de las organizaciones ha establecido una responsabilidad compartida a lo largo del ciclo de vida entre los distintos actores del ecosistema, lo que evidencia una importante brecha de colaboración en el desarrollo de productos automotrices.*

París, 14 de octubre de 2026 - De acuerdo con el más reciente informe del Instituto de Investigación de [Capgemini](#), *"Reconfigurar el desarrollo de productos de automoción: cómo pueden tomar ventaja las organizaciones en la carrera de la IA"*, las organizaciones del sector automotriz están incorporando rápidamente la IA agéntica en el desarrollo de productos, pasando de las pruebas piloto a su implementación. Casi siete de cada diez organizaciones ya utilizan esta tecnología (33%) o realizan pruebas piloto (35%). Asimismo, se prevé que su adopción en actividades de ingeniería no esenciales aumente del 26% actual al 68% en los próximos dos o tres años. El valor potencial de esta tecnología es significativo: el 83% de los ejecutivos considera que la IA agéntica permitirá a los ingenieros dedicar más tiempo a tareas centrales de ingeniería, en lugar de actividades administrativas y de coordinación. Sin embargo, muy pocas organizaciones (5%) reportan contar con un modelo de gobernanza de IA plenamente maduro, lo que pone de manifiesto los desafíos persistentes en materia de calidad de los datos, trazabilidad, rendición de cuentas y colaboración entre los distintos actores del ecosistema.

La IA agéntica está generando una nueva brecha de desempeño en el sector

Con base en una encuesta global a 800 altos directivos del sector automotriz en 12 países de América del Norte, Europa y Asia-Pacífico, el estudio identifica la IA agéntica como la próxima frontera en el desarrollo de productos automotrices. Si bien la mayoría de las organizaciones del sector están invirtiendo en IA, un grupo reducido ya está obteniendo rendimientos significativamente superiores a los de sus pares. Estas organizaciones, que obtienen un alto valor de la IA, reportan ciclos de desarrollo 17% más rápidos, un aumento del 19% en la productividad de ingeniería y una reducción del 19% en el tiempo de lanzamiento al mercado. De acuerdo con el informe, su ventaja no radica tanto en la adopción de la IA en sí misma, sino en contar con bases de datos más sólidas, casos de negocio mejor definidos y modelos de gobernanza y operación más estructurados. A medida que se acelera la adopción de la IA agéntica, estas capacidades se perfilan como los principales factores diferenciadores entre las organizaciones que generan valor medible y aquellas que aún enfrentan dificultades para ampliar su implementación.

La madurez en IA varía significativamente entre los mercados. Los encuestados de Estados Unidos y Europa reportan los niveles más altos de ejecución de estrategias de IA y planificación transversal entre distintas áreas de la organización. Entre los fabricantes de equipos originales (OEM) de estas regiones, el 53% en Estados Unidos y el 46% en Europa ya está implementando iniciativas de IA. Asimismo, el 18% de los OEM estadounidenses y el 16% de los europeos cuenta con una estrategia, visión y hoja de ruta integrales de IA que abarcan distintas áreas de la organización. En China, cuatro de cada diez encuestados señalan encontrarse en la fase de implementación, mientras que solo el 7% ha alcanzado un nivel de madurez estratégica comparable. En el resto de Asia-Pacífico, el nivel de madurez en la implementación continúa siendo menor.



“Durante la última década, la industria automotriz ha experimentado una profunda transformación con la transición hacia los vehículos definidos por software, estableciendo las bases digitales que ahora permiten una nueva ola de innovación. La IA agéntica está creando una nueva brecha de desempeño en la industria automotriz”, señaló Laurence Noël, directora global de Automoción en Capgemini. “Las organizaciones que generan mayor valor no solo están adoptando la IA más rápido, sino que están rediseñando flujos de trabajo, fortaleciendo la colaboración entre los distintos actores del ecosistema, construyendo bases de datos confiables y estableciendo responsabilidades claras sobre las decisiones habilitadas por IA. Los líderes del mañana serán aquellos que logren integrar la IA en los procesos de ingeniería a gran escala”.

La confianza se perfila como la principal barrera para escalar la IA agéntica en el desarrollo de productos

A medida que las organizaciones amplían el uso de la IA agéntica en los flujos de trabajo de ingeniería, el nivel de confianza en esta tecnología varía considerablemente según el ámbito en el que se aplique. Los ejecutivos señalan que se sienten más cómodos utilizándola en las etapas iniciales de investigación y conceptualización, donde la confianza alcanza el 59%. Sin embargo, este porcentaje disminuye al 40% en las actividades de desarrollo, donde los resultados generados por la IA pueden tener implicaciones más directas en los resultados de ingeniería, la calidad de los productos y la seguridad.

Los resultados sugieren que muchas organizaciones del sector automotriz aún no han establecido los mecanismos de validación, trazabilidad y rendición de cuentas necesarios para implementar esta tecnología con confianza a gran escala. La confianza se está convirtiendo en un factor clave para determinar la rapidez con la que las organizaciones pueden pasar de la experimentación a una transformación en toda la empresa.

El ciclo de retroalimentación del vehículo sigue incompleto

La investigación también destaca un desafío que va más allá de la propia adopción de la IA: la capacidad de la industria para transformar los datos obtenidos de los vehículos en condiciones reales de uso en mejoras continuas de los productos. Aunque los vehículos conectados generan grandes volúmenes de datos operativos y de uso, muchas organizaciones aún enfrentan dificultades para convertir estos conocimientos en acciones concretas.

Casi dos tercios (64%) de las organizaciones señalan que los aprendizajes obtenidos de los vehículos en circulación se utilizan principalmente para futuros programas de desarrollo de vehículos, en lugar de aplicarse a mejoras en aquellos que ya están en las calles. Mientras tanto, las actualizaciones inalámbricas (over-the-air u OTA) siguen concentrándose en áreas como la ciberseguridad y la navegación, y son relativamente pocas las organizaciones que implementan actualizaciones que modifican las funciones de conducción o las capacidades de asistencia al conductor. Los resultados sugieren que la próxima ventaja competitiva de la industria no dependerá de recopilar más datos, sino de acelerar el proceso que transforma los conocimientos obtenidos de los vehículos en acciones concretas de ingeniería.

Escalar la IA requerirá más que tecnología

De acuerdo con el informe, las principales barreras para escalar la IA en la industria automotriz son cada vez más organizacionales que técnicas. Seis de cada diez ejecutivos señalan que los retrasos se deben principalmente a ineficiencias en los procesos, más que a limitaciones tecnológicas, mientras que el 45% aún no ha definido una estrategia ni una hoja de ruta para aplicar la IA al desarrollo de productos.

La investigación también destaca la creciente importancia de la colaboración entre los distintos actores del ecosistema. A medida que los vehículos definidos por software se vuelven más complejos y su desarrollo se distribuye cada vez más entre fabricantes de equipos originales (OEM), proveedores y socios tecnológicos, el éxito dependerá de una mayor alineación a lo largo de toda la cadena de valor. Sin embargo, solo el 30% de las organizaciones reporta contar con modelos de desarrollo conjunto basados en métricas de resultados compartidas, mientras que apenas el 10% ha establecido responsabilidades compartidas a lo largo de todo el ciclo de vida dentro de su ecosistema. Esto pone de manifiesto las dificultades que enfrentan muchas organizaciones para alinear a sus socios en torno a objetivos comunes y responsabilidades compartidas sobre los resultados de los productos.



Metodología del informe

El Instituto de Investigación de Capgemini encuestó a 800 altos directivos de la industria automotriz, entre ellos 400 de fabricantes de equipos originales (OEM), 160 de proveedores de primer nivel (Tier 1) y 240 de proveedores de tecnología. Los participantes representaban organizaciones de América del Norte, Europa y Asia-Pacífico, e incluían líderes de las áreas de desarrollo de productos, ingeniería, tecnología, datos y estrategia de IA, entre otras funciones relacionadas. Asimismo, el Instituto realizó entrevistas en profundidad con 24 directivos de la industria automotriz y proveedores de tecnología para este sector. La encuesta se llevó a cabo en julio de 2026.

Acerca de Capgemini

Capgemini es el socio de transformación de negocios para las empresas en la era de la IA. Ayudamos a las organizaciones a imaginar y construir un futuro inteligente y sostenible, combinando inteligencia artificial, tecnología e ingenio humano para transformar la manera en que operan, innovan y crecen. Con capacidades únicas de extremo a extremo que abarcan estrategia, tecnología, ingeniería y operaciones inteligentes, combinamos un profundo conocimiento de las industrias con capacidades líderes de mercado en IA, nube y datos para convertir la ambición en resultados de negocio medibles a escala. Respaldata por un sólido ecosistema de socios y cerca de 60 años de experiencia, Capgemini es una organización global responsable y diversa integrada por más de 410,000 profesionales en más de 50 países. En 2025, el Grupo reportó ingresos por 22,500 millones de euros.

Make it real | www.capgemini.com/mx-es

Acerca del Instituto de Investigación de Capgemini

El Instituto de Investigación de Capgemini es el centro de estudios interno de Capgemini dedicado a todo lo relacionado con el ámbito digital. El Instituto publica estudios sobre el impacto de las tecnologías digitales en las grandes empresas tradicionales. El equipo se apoya en la red mundial de expertos de Capgemini y colabora estrechamente con socios académicos y tecnológicos. El Instituto cuenta con centros de investigación especializados en la India, Singapur, el Reino Unido y Estados Unidos. Ha sido clasificado en primera posición a nivel mundial por la calidad de sus investigaciones por analistas independientes en seis ocasiones consecutivas, algo sin precedentes en el sector.

Visítanos en: www.capgemini.com/mx-es/insights/instituto-de-investigacion-capgemini/