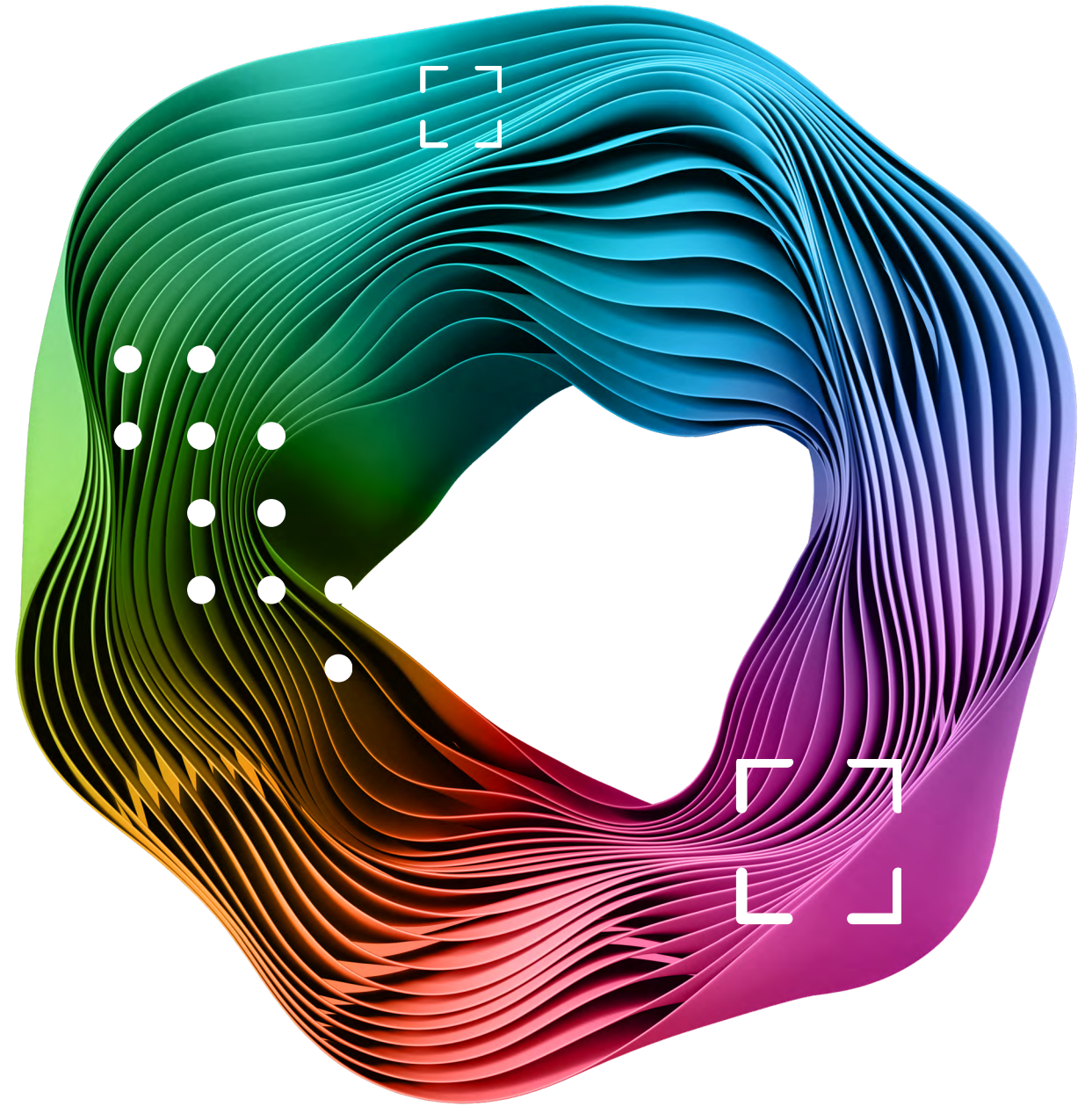




Pulso AI: empresas peruanas en la frontera cognitiva

Estudio de Inteligencia Artificial y *cloud* en Perú

Abril, 2026



Introducción. El punto de inflexión

Introducción

El punto de inflexión

La adopción de la Inteligencia Artificial (IA) generativa es una realidad incipiente dentro del tejido empresarial peruano. Sin embargo, los resultados de la encuesta que llevamos a cabo en distintas organizaciones del país muestran que se trata de un avance que no ocurre de manera homogénea ni automática. Las empresas se encuentran hoy en un punto intermedio: han superado la fase de exploración conceptual, pero no han logrado traducir la IA en una capacidad estructural que transforme de forma sostenida la manera en que operan, deciden y compiten.

Este momento define lo que puede entenderse como una frontera cognitiva. No se trata únicamente de incorporar nuevas tecnologías, sino de desarrollar las capacidades organizacionales —estratégicas,

culturales, operativas y de gobernanza— necesarias para capturar valor real a partir de ellas. En el contexto latinoamericano, Perú se ubica precisamente en ese umbral: cuenta con avances concretos, interés creciente y primeros casos de uso, pero enfrenta brechas relevantes que limitan el escalamiento y la transversalidad de la adopción.

El siguiente análisis explora este punto de inflexión. A partir de la evidencia empírica de la encuesta y del posicionamiento regional del país, se examina cómo las empresas peruanas abordan la IA generativa, cuáles son las barreras que enfrentan y qué implica, en términos estratégicos, avanzar —o no— más allá de la frontera cognitiva.



Andrés Moreno
Socio de Engineering,
Artificial Intelligence & Data
Deloitte Spanish Latin America



01

02

03

04

05

06

07

Hallazgos clave

Brechas entre interés y ejecución

02



01

02

03

04

05

06

07

Hallazgos clave. Brechas entre interés y ejecución

Hallazgos clave

Brechas entre interés y ejecución

Los hallazgos evidencian que la adopción de IA generativa en las empresas peruanas muestra avances puntuales, pero sin una integración estratégica consolidada. En términos de preparación organizacional:



Solo
3%

de las empresas se considera muy preparada para adoptar IA generativa,



mientras que
47%

reconoce estar poco o nada preparada.

La mayoría se ubica en un nivel intermedio, con 36% que se percibe moderadamente preparado. Este panorama refleja una fase inicial de aprendizaje organizacional, en la que las capacidades, estructuras y modelos de decisión todavía son frágiles y están en desarrollo.

Esta limitada madurez se explica, en gran medida, por barreras de carácter estratégico y organizacional. El principal obstáculo identificado es la falta de una estrategia clara de adopción de IA (18%), seguida por la escasez de talento especializado y habilidades técnicas (14%) y la ausencia de modelos de gobernanza definidos (14%). En conjunto, estos factores confirman que el desafío central no es tecnológico, sino de dirección, coordinación y liderazgo.



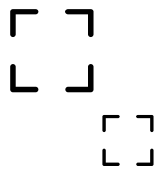
Hallazgos clave. Brechas entre interés y ejecución

El nivel de inversión refuerza esta lectura: 72% de las organizaciones destina menos de 20% de su presupuesto tecnológico a iniciativas de IA, lo que sugiere que esta tecnología se percibe más como un espacio de exploración que como una prioridad estratégica plenamente integrada en la agenda del negocio.

En consecuencia, la implementación efectiva sigue siendo limitada. Mientras 59% de las empresas evalúa la adopción, solo 24% se encuentra en proceso de implementación.

Incluso en estos casos, el uso cotidiano es bajo: en cuatro de cada diez organizaciones menos de 21% de los colaboradores con acceso utiliza la IA de manera diaria, evidenciando brechas culturales, formativas y de confianza.

Finalmente, las expectativas de valor asociadas a la IA generativa se concentran en la eficiencia operativa: 45% de las empresas espera, principalmente, mejoras en este ámbito, seguido por la toma de decisiones (21%). Solo 7% prioriza la innovación en productos y servicios, lo que revela una visión predominantemente incremental, enfocada en optimizar lo existente más que en transformar el modelo de negocio.

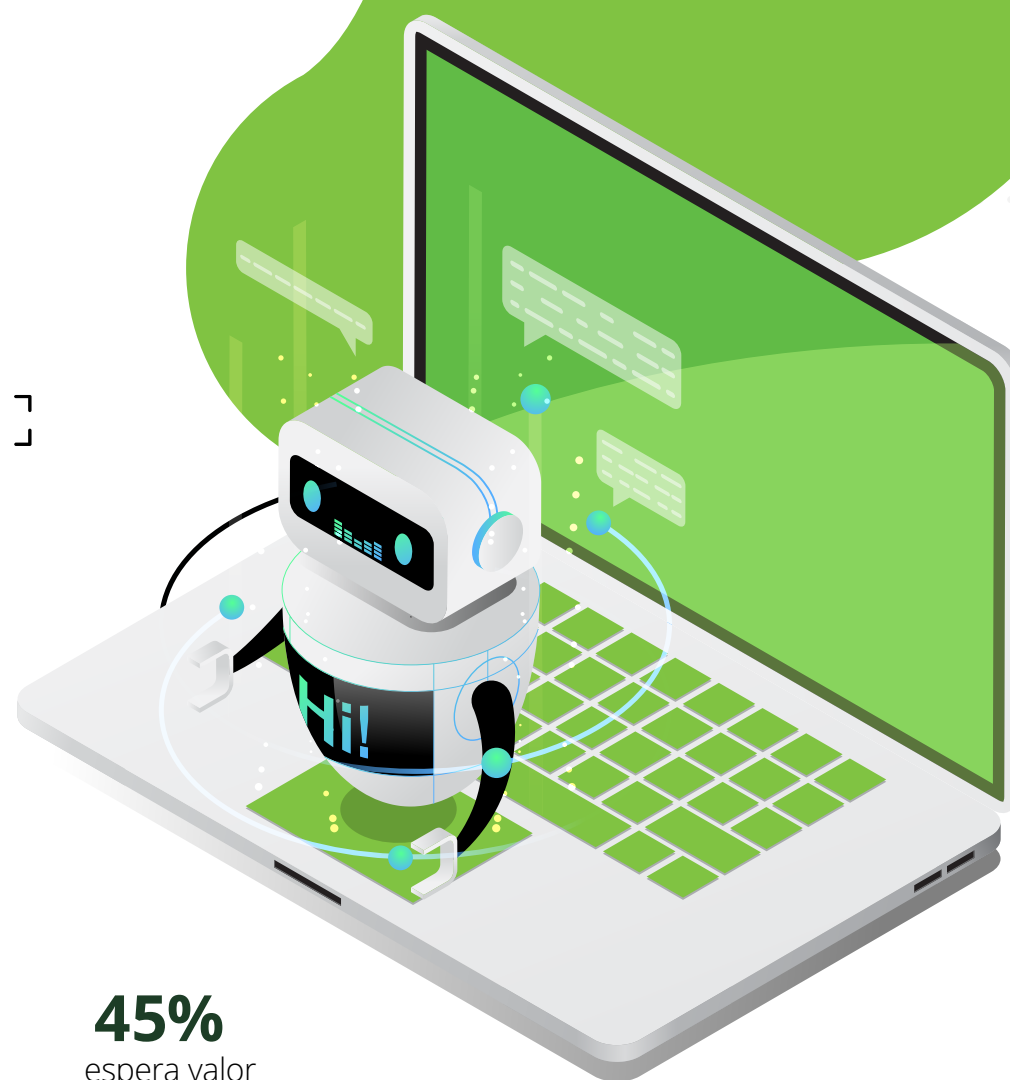


36%
se percibe moderadamente preparado en IA

72%
invierte menos del 20% del presupuesto tecnológico en IA

18%
identifica como principal barrera la falta de estrategia

45%
espera valor principalmente en eficiencia operativa



01

02

03

04

05

06

07

Perú en el contexto latinoamericano

El momento de acelerar capacidades

03



01

02

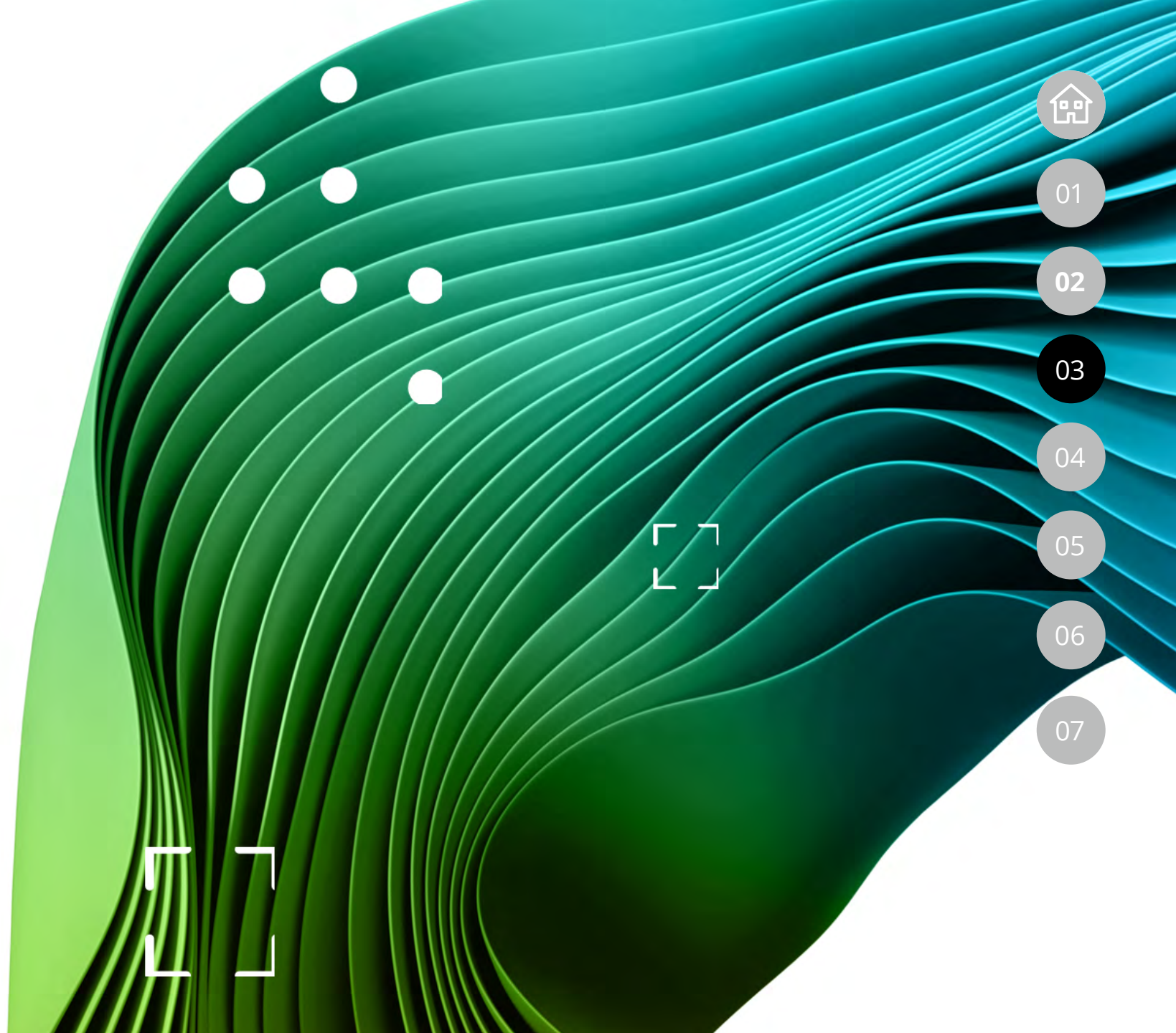
03

04

05

06

07



Perú en el contexto latinoamericano. El momento de acelerar capacidades

Perú en el contexto latinoamericano

El momento de acelerar capacidades

Para comprender el momento que atraviesan las empresas en materia de Inteligencia Artificial, es indispensable situar al país en el contexto regional. La adopción de IA en Latinoamérica avanza a distintas velocidades, configurando un escenario donde conviven líderes consolidados, adoptantes en transición y economías que todavía exploran sus primeros casos de uso. En este mapa, Perú ocupa una posición intermedia: ha superado la fase puramente exploratoria, pero no ha logrado consolidar la IA como una capacidad estructural del tejido empresarial.

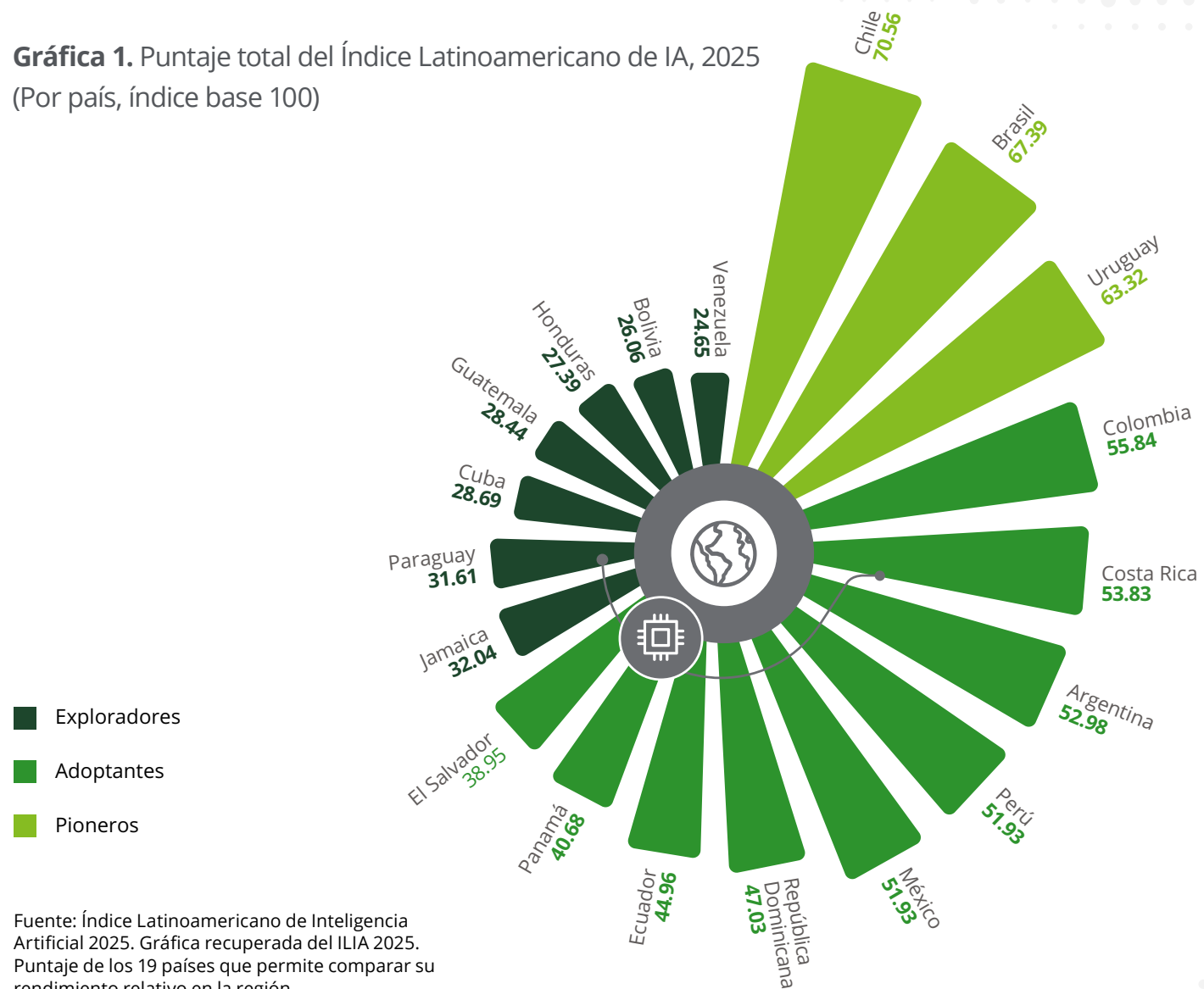
El último análisis anual publicado por el Índice Latinoamericano de Inteligencia Artificial (ILIA) le otorga a Perú 51.93 puntos sobre 100, colocándolo dentro del grupo de países “adoptantes” (Gráfica 1). Esta clasificación lo sitúa por debajo de los líderes regionales que han avanzado de manera más decidida en inversión, gobernanza y escalamiento de tecnologías cognitivas, pero por encima de aquellos países que se encuentran en etapas iniciales de adopción.¹



Perú en el contexto latinoamericano. El momento de acelerar capacidades

Esta posición refleja un nivel de desarrollo intermedio. Perú ha comenzado a construir capacidades relevantes en torno a la IA, pero enfrenta brechas estructurales persistentes en infraestructura digital, desarrollo de talento especializado y, sobre todo, en la articulación efectiva entre el sector público, la academia y la industria. Los resultados de nuestra encuesta confirman esta lectura: Perú no está rezagado, pero sí expuesto al riesgo de quedar atrapado en una adopción táctica si no logra cruzar, con mayor decisión, su frontera cognitiva.

Gráfica 1. Puntaje total del Índice Latinoamericano de IA, 2025
(Por país, índice base 100)



Fuente: Índice Latinoamericano de Inteligencia Artificial 2025. Gráfica recuperada del ILIA 2025. Puntaje de los 19 países que permite comparar su rendimiento relativo en la región.



01

02

03

04

05

06

07

Perú en el contexto latinoamericano. El momento de acelerar capacidades

La posición de Perú en la adopción de IA se entiende mejor al contrastarla con otros países latinoamericanos, donde la escala económica, la articulación institucional y la claridad estratégica han sido factores diferenciadores. Por mencionar algunos casos:



Brasil y México se han consolidado como polos de adopción a gran escala: Brasil gracias a un ecosistema robusto de *startups*, adopción sectorial intensiva y una sólida infraestructura *cloud*; México, por su integración con el mercado estadounidense y el uso avanzado de IA en manufactura y servicios.



Chile y Uruguay, pese a su menor tamaño, destacan como referentes de vanguardia por sus estrategias nacionales de IA, inversiones sostenidas en talento y altos niveles de madurez en gobierno digital.



Colombia y Costa Rica muestran trayectorias intermedias, con avances focalizados en *hubs* de innovación, sectores específicos y una mejor integración en cadenas globales de valor tecnológico.²

Frente a este panorama, el reto para Perú no es solo competir con economías de mayor escala, sino con países que han logrado articular de manera más efectiva estrategia, talento, inversión y gobernanza. La brecha no es de intención, sino

de velocidad y profundidad en la consolidación de capacidades, un elemento crítico para no quedar rezagado en la carrera regional por la frontera cognitiva.



01

02

03

04

05

06

07

Implicaciones estratégicas para los líderes empresariales

04



01

02

03

04

05

06

07



Implicaciones estratégicas para los líderes empresariales

Preparación organizacional aún incipiente

El diagnóstico sobre la preparación para adoptar IA generativa confirma que la mayoría de las organizaciones peruanas aún no alcanza un nivel avanzado de madurez. Solo un grupo muy reducido —equivalente a 3%— se percibe plenamente listo para incorporar esta tecnología, mientras que apenas 14% considera contar con una preparación adecuada. En contraste, la mayor parte del tejido empresarial se concentra en niveles de preparación limitados o intermedios (Gráfica 2).

Este panorama refleja un fenómeno común en economías emergentes: la conciencia estratégica sobre el potencial de la IA avanza más rápido que

la capacidad organizacional para implementarla. Las empresas reconocen la relevancia de la tecnología, pero aún enfrentan brechas en talento, gobernanza y estructura digital.

Entre los factores que frenan este tipo de desarrollo tecnológico, la ausencia de una estrategia clara de adopción aparece como el obstáculo más relevante (18%). Le siguen, en igual proporción, la falta de talento técnico especializado, así como la ausencia de modelos de gobernanza para la IA (Gráfica 3). Estos resultados sugieren que el reto no es exclusivamente tecnológico, sino estratégico: muchas organizaciones todavía no han definido con claridad cómo integrar la IA en sus procesos de negocio ni cómo gobernar su uso de forma responsable.



01

02

03

04

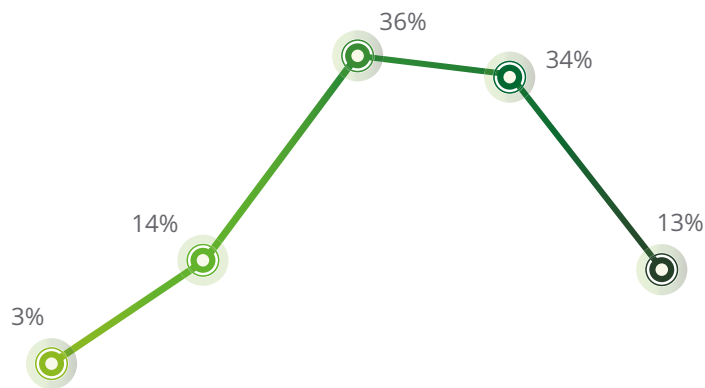
05

06

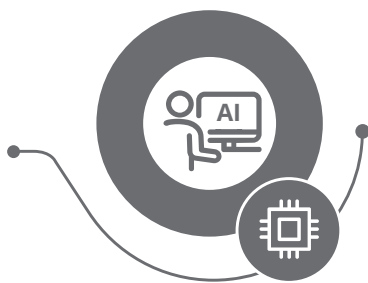
07

Implicaciones estratégicas para los líderes empresariales

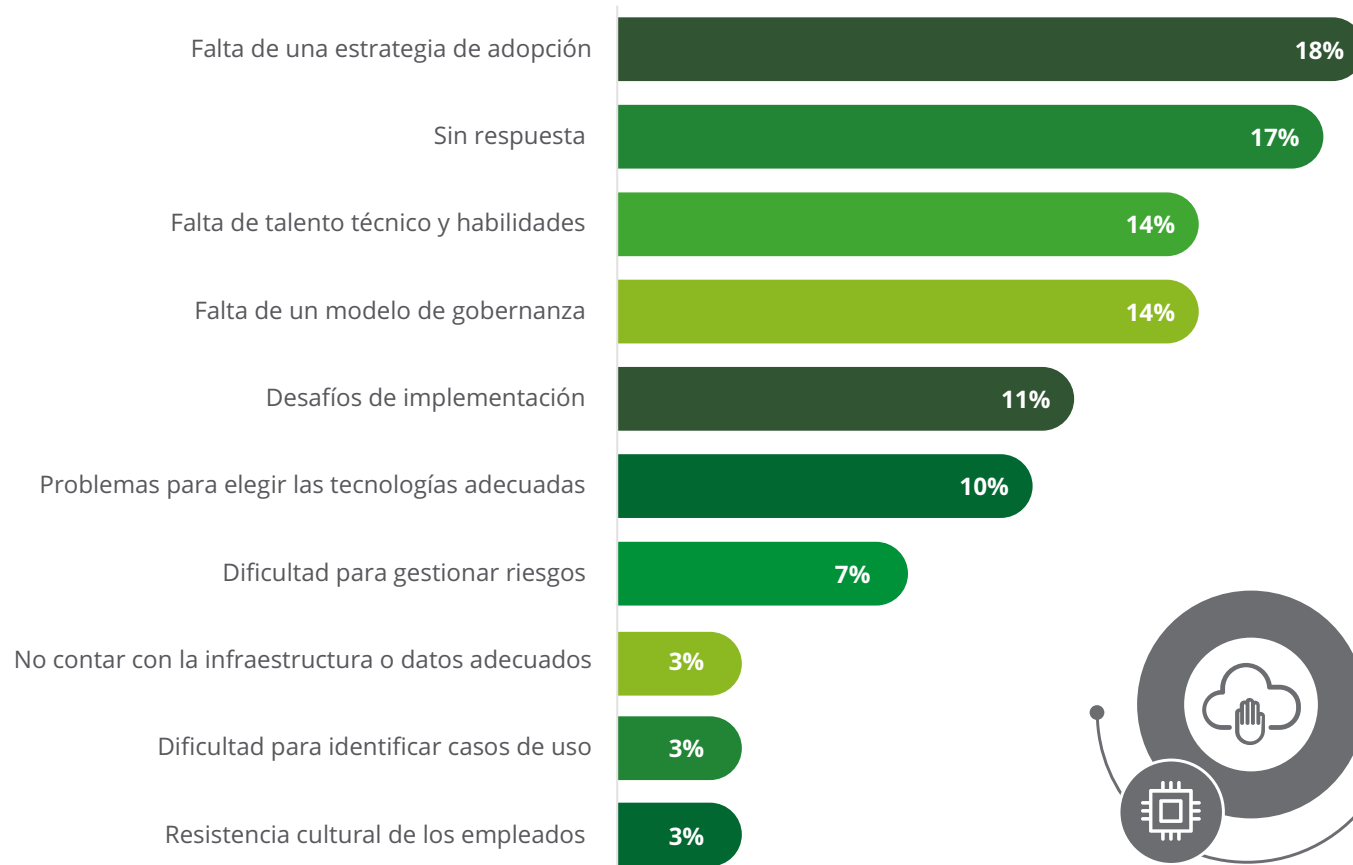
Gráfica 2. ¿Cuál es el nivel de preparación de su organización respecto a la adopción de IA generativa?



- Muy preparado
- Preparado
- Moderadamente preparado
- Poco preparado
- No preparado



Gráfica 3. ¿Qué aspectos frenan a su organización desarrollar e implementar IA generativa?



01

02

03

04

05

06

07

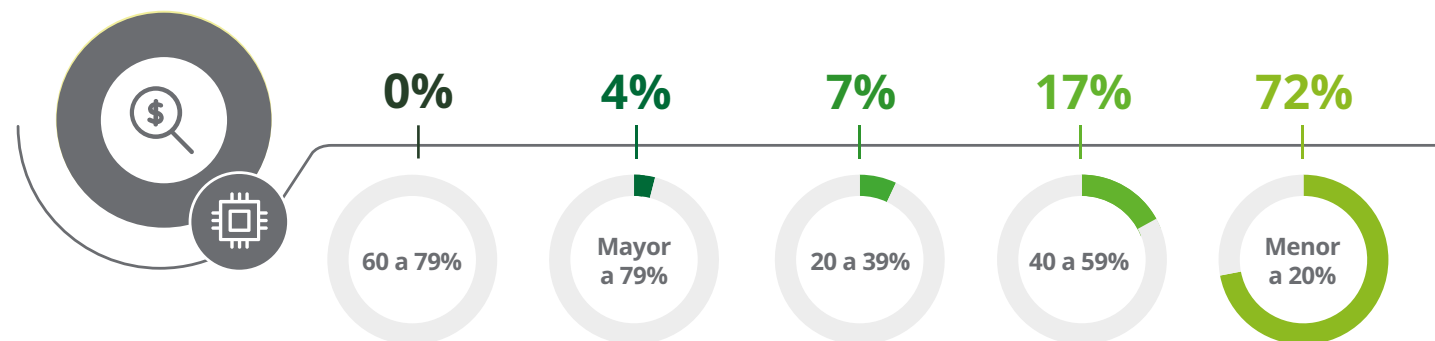
Implicaciones estratégicas para los líderes empresariales

El análisis del presupuesto tecnológico destinado a IA confirma el carácter incipiente de la adopción. La mayoría de las empresas (72%) otorga menos de 20% de su presupuesto a dicho propósito. Solo una minoría invierte entre 40% y 59% (Gráfica 4). La limitada asignación de recursos económicos refleja una etapa de exploración, donde la IA se aborda a través de pilotos o iniciativas puntuales. Sin embargo, conforme los casos de uso demuestren valor tangible, es previsible que las organizaciones incrementen su inversión para escalar capacidades.

La adopción tecnológica también evidencia una fase temprana de desarrollo. Solo 17% de las organizaciones declara contar con herramientas de IA plenamente implementadas. En contraste, 59% se encuentra analizando posibles implementaciones y 24% está en proceso de implementación (Gráfica 5).

Este resultado sugiere que las organizaciones peruanas están en una etapa de transición: comienzan a dejar atrás la exploración meramente conceptual para avanzar hacia sus primeras aplicaciones concretas. La IA generativa empieza así a desplazarse desde el plano del discurso estratégico hacia su incorporación efectiva en la dinámica empresarial, aunque todavía de manera incipiente y desigual.

Gráfica 4. ¿Cuál es el porcentaje del presupuesto total de tecnología destinado a IA?



Fuente: Estudio Deloitte "Pulso AI: empresas latinoamericanas en la frontera cognitiva".



01

02

03

04

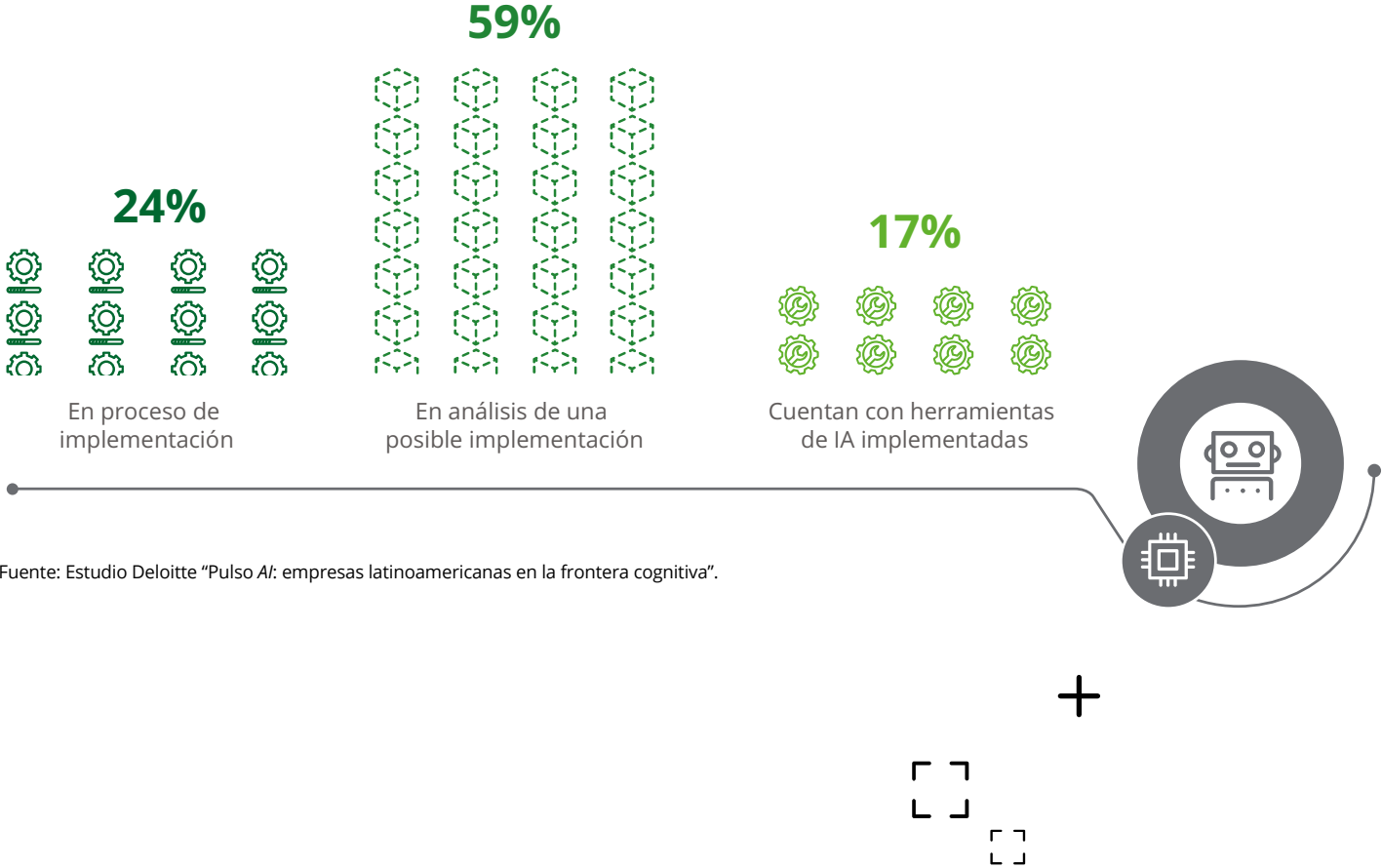
05

06

07

Implicaciones estratégicas para los líderes empresariales

Gráfica 5. ¿Cuenta con herramientas de IA en su organización?



Fuente: Estudio Deloitte "Pulso AI: empresas latinoamericanas en la frontera cognitiva".



- 01
- 02
- 03
- 04
- 05
- 06
- 07

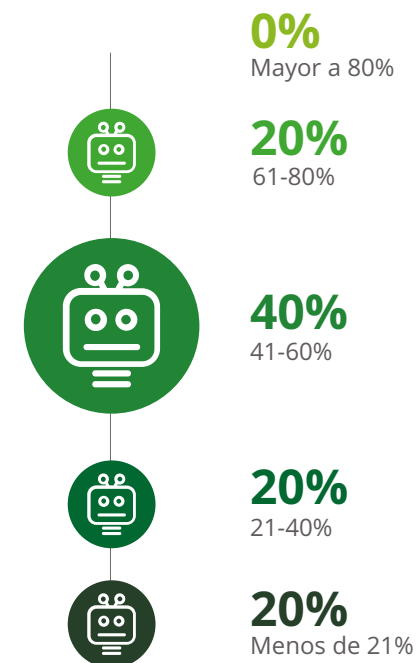
Implicaciones estratégicas para los líderes empresariales

Distancias entre acceso, uso y escalamiento

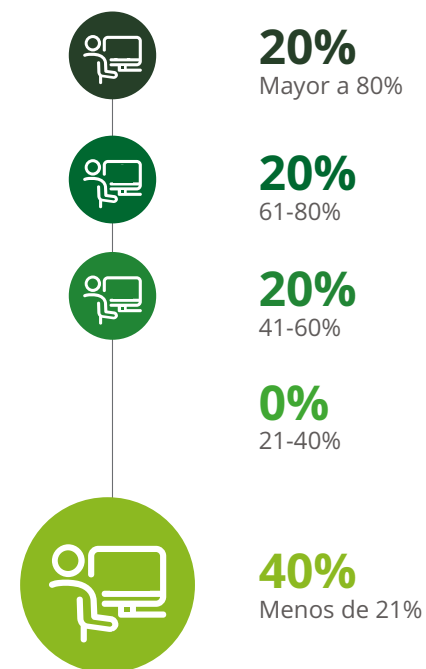
Incluso en organizaciones que ya experimentan con IA generativa, el acceso de los colaboradores a estas herramientas sigue siendo limitado. Cuatro de cada diez empresas indican que entre 41% y 60% de su plantilla laboral tiene acceso a herramientas autorizadas de IA generativa (Gráfica 6).

Cuando se analiza el uso efectivo de estos instrumentos tecnológicos, el patrón revela una adopción desigual: 40% de las organizaciones encuestadas señala que menos de 21% de quienes tienen acceso utilizan la IA diariamente en su trabajo, mientras que solo 20% reporta niveles de uso superiores a 80% (Gráfica 7). Esto sugiere que la adopción tecnológica no depende únicamente de la disponibilidad de herramientas, sino también de procesos de capacitación, rediseño de tareas y cambios culturales dentro de las organizaciones.

Gráfica 6. ¿Qué porcentaje de sus colaboradores tiene acceso a herramientas autorizadas de IA generativa?



Gráfica 7. ¿Qué porcentaje de quienes tienen acceso a IA generativa la usa diariamente en su trabajo?



Fuente: Estudio Deloitte "Pulso AI: empresas latinoamericanas en la frontera cognitiva".



Implicaciones estratégicas para los líderes empresariales



En Perú, las iniciativas de IA generativa se encuentran mayoritariamente en fase experimental: 45% de las organizaciones reporta tener entre una y cinco pruebas de concepto en marcha, mientras que 21% tiene entre seis y diez. Por otro lado, 31% de las empresas encuestadas reconoce que todavía no incursiona en este campo (Gráfica 8).

En cuanto al escalamiento de las pruebas de concepto, las expectativas de corto plazo se mantienen contenidas. Un 31% de las empresas señala que no ampliará ninguna de sus iniciativas en los próximos tres a seis meses, mientras que 24% prevé escalar solo entre 21% y 40% de los casos actualmente en prueba (Gráfica 9). Este comportamiento sugiere que una proporción relevante de organizaciones aún se encuentra validando el valor real de la tecnología antes de asumir compromisos de inversión más significativos.



01

02

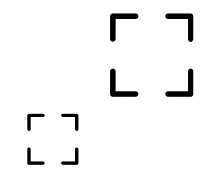
03

04

05

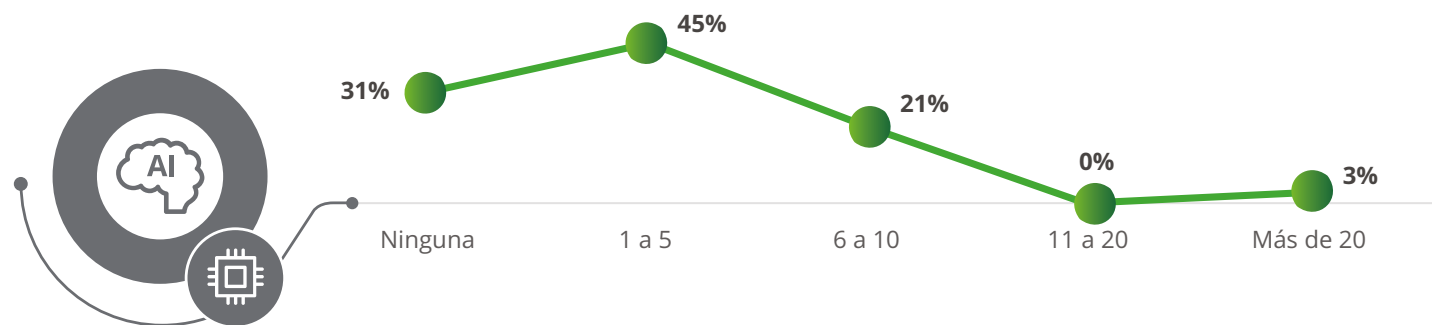
06

07

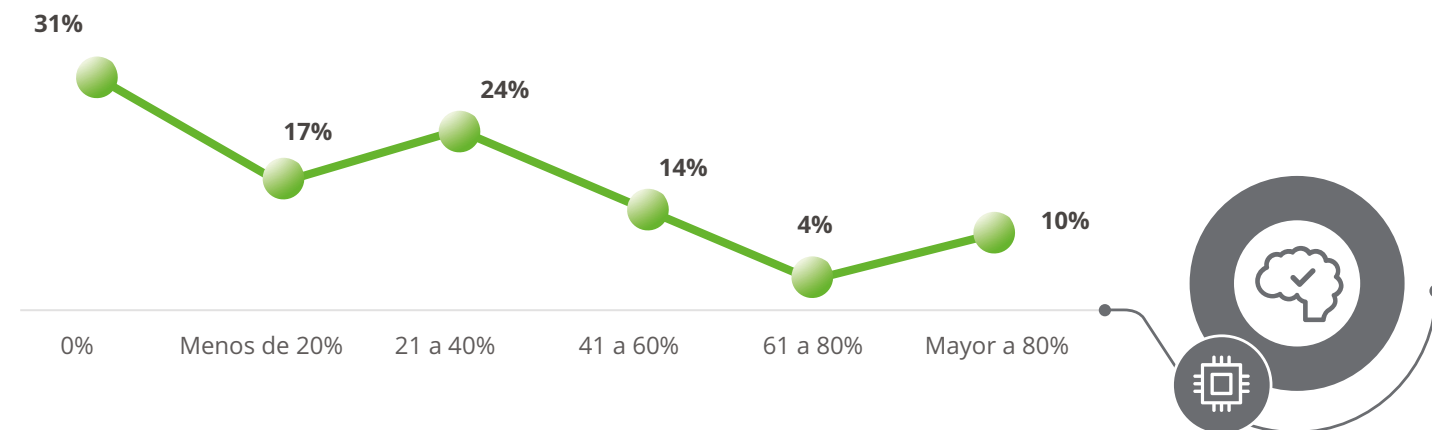


Implicaciones estratégicas para los líderes empresariales

Gráfica 8. ¿Cuántas pruebas de concepto está realizando su organización?



Gráfica 9. ¿Qué porcentaje de estas pruebas de concepto serán ampliadas en los próximos tres-seis meses?



01

02

03

04

05

06

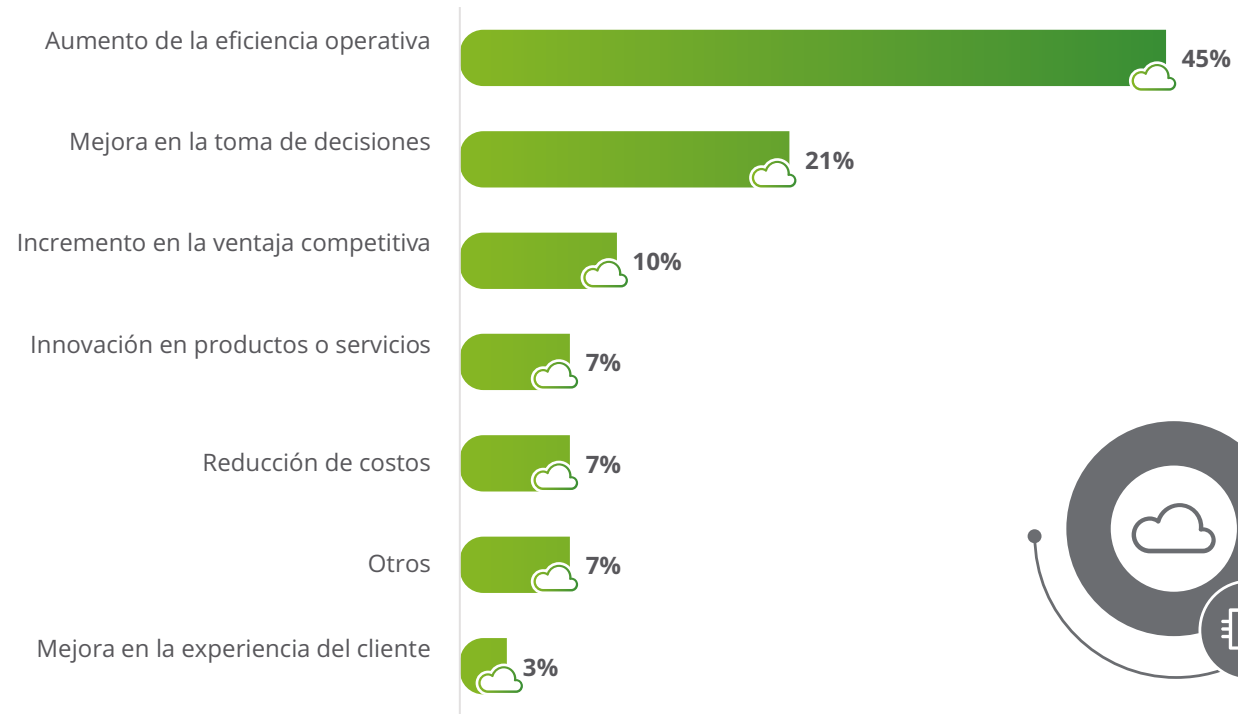
07

Implicaciones estratégicas para los líderes empresariales

Eficiencia primero, transformación después

Las expectativas de valor asociadas a la IA generativa se concentran, en esta etapa, principalmente en la eficiencia operativa. Un 45% de las organizaciones identifica este beneficio como el principal resultado esperado, muy por encima de otras dimensiones como la mejora en la toma de decisiones o el fortalecimiento de la ventaja competitiva (Gráfica 10). Esta priorización sugiere que las empresas están utilizando la IA, ante todo, como una herramienta para optimizar procesos internos, antes que como un habilitador de transformaciones más profundas en sus modelos de negocio.

Gráfica 10. ¿Qué beneficios espera de la IA generativa?



Fuente: Estudio Deloitte "Pulso AI: empresas latinoamericanas en la frontera cognitiva".



01

02

03

04

05

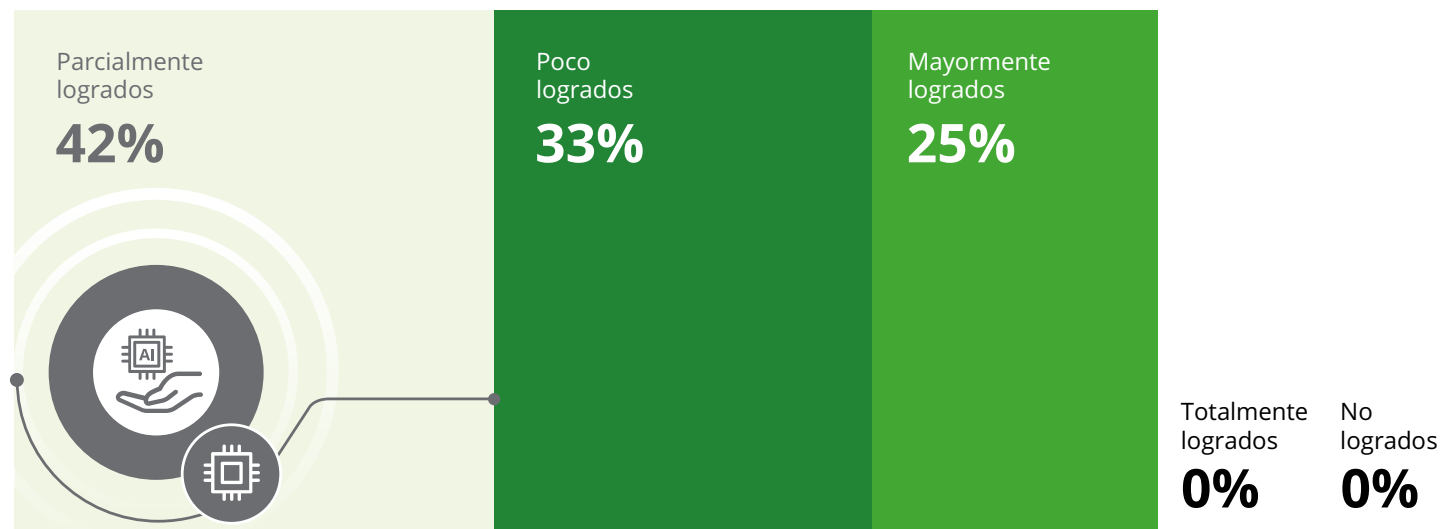
06

07

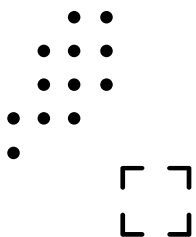
Implicaciones estratégicas para los líderes empresariales

A pesar de las expectativas positivas en torno a la IA generativa, el valor capturado hasta el momento sigue siendo acotado, pues 42% de las empresas señala que los beneficios se han materializado solo de manera parcial, mientras que 33% considera que han sido escasamente logrados; únicamente 25% percibe que los beneficios se han alcanzado en gran medida (Gráfica 11). Este patrón es consistente con las dinámicas habituales de adopción tecnológica: el impacto de la IA generativa no se produce de forma inmediata, sino que tiende a emerger gradualmente, a medida que las organizaciones acumulan experiencia, ajustan sus modelos operativos y logran escalar los casos de uso más relevantes.

Gráfica 11. ¿En qué medida se logran estos beneficios?



Fuente: Estudio Deloitte "Pulso AI: empresas latinoamericanas en la frontera cognitiva".



Implicaciones estratégicas para los líderes empresariales

Las iniciativas más avanzadas de IA generativa se concentran en el área de operaciones, donde 60% de las organizaciones reporta los mayores niveles de avance, seguida por el área de tecnología, con el porcentaje restante (Gráfica 12). Esta concentración no es casual ni exclusiva del contexto peruano; responde a una lógica ampliamente observada a nivel global, en la que la adopción de IA suele comenzar por los ámbitos más cercanos a la eficiencia, la automatización y la optimización del desempeño operativo.

De acuerdo con el enfoque de madurez planteado por Deloitte, las organizaciones suelen iniciar la adopción de IA en ámbitos donde los beneficios son más inmediatos, medibles y controlables. En estas primeras etapas, la IA se implementa principalmente para reforzar la ejecución operativa, antes de escalar hacia transformaciones más profundas del modelo de negocio y de la toma de decisiones estratégicas.³

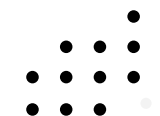
En esta etapa inicial, las organizaciones priorizan casos de uso con retornos más tangibles y de menor complejidad organizacional, como la automatización de procesos, el análisis de grandes volúmenes de datos, la optimización de flujos de trabajo o el soporte a funciones

técnicas internas. Operaciones y tecnología ofrecen, en este sentido, un terreno propicio para experimentar, validar beneficios y generar aprendizajes rápidos, sin requerir transformaciones profundas en el modelo de negocio o en la relación con el cliente.

Gráfica 12. ¿En qué área está la iniciativa de IA más avanzada de su organización?



Fuente: Estudio Deloitte "Pulso AI: empresas latinoamericanas en la frontera cognitiva".



Implicaciones estratégicas para los líderes empresariales

Sin embargo, este patrón también pone de manifiesto una limitación relevante. La concentración de la IA en funciones operativas y tecnológicas sugiere que su adopción todavía no se ha extendido de manera transversal al conjunto de la organización. Áreas como estrategia, comercial, finanzas o recursos humanos —donde la IA podría habilitar decisiones más sofisticadas, nuevos modelos de valor o experiencias diferenciadas— permanecen, en gran medida, al margen de estas iniciativas. Esto refuerza la idea de que muchas empresas utilizan la IA como una herramienta funcional, más que como una capacidad cognitiva integrada.

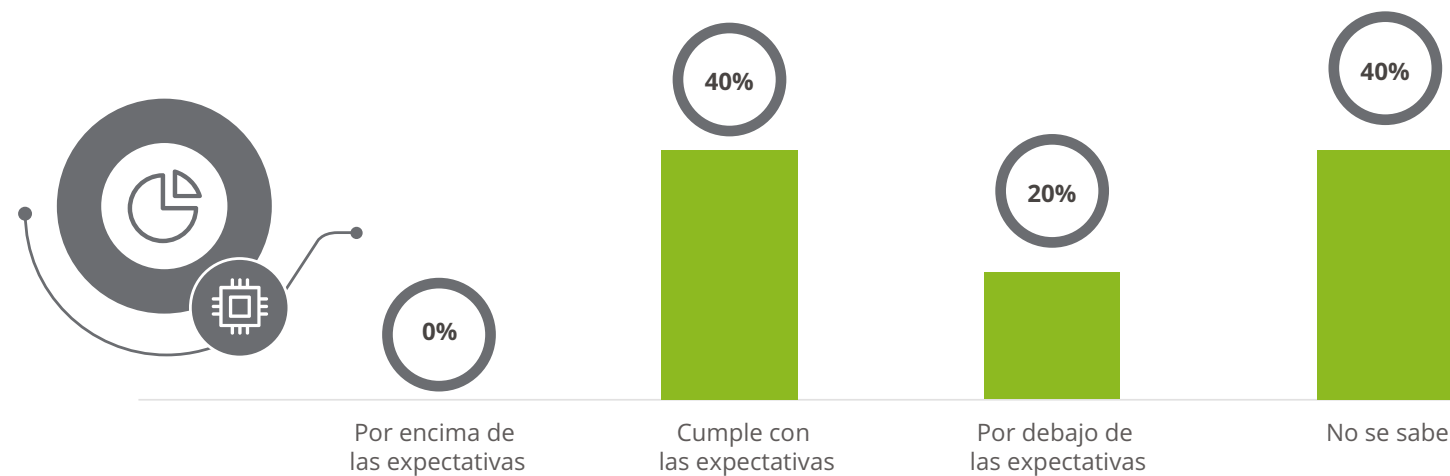
En este contexto, la dificultad para capturar y medir valor se refleja con claridad en los resultados asociados al retorno de inversión (*ROI*, por sus siglas en inglés). El panorama es heterogéneo: mientras 40% de las organizaciones considera que las iniciativas de IA generativa cumplen con sus expectativas, una proporción

equivalente no tiene claridad sobre su impacto real en el negocio. De manera adicional, 20% señala que el retorno obtenido se encuentra por debajo de lo esperado (Gráfica 13).

Esta distribución es consistente con un modelo de adopción todavía centrado en usos funcionales y acotados. La elevada proporción de empresas que no logra evaluar con precisión el

ROI sugiere que muchos proyectos permanecen en fases piloto o experimentales, con alcances limitados y sin métricas de negocio claramente definidas. En ausencia de una adopción transversal y de una integración más profunda en los procesos críticos de decisión, el valor de la IA tiende a manifestarse de forma parcial, fragmentada y difícil de atribuir.

Gráfica 13. ¿Cómo cumple el *ROI* esta iniciativa de IA con las expectativas de su organización?



Fuente: Estudio Deloitte "Pulso AI: empresas latinoamericanas en la frontera cognitiva".



01

02

03

04

05

06

07

Desafíos ante la nueva frontera en Perú

05



01

02

03

04

05

06

07



Desafíos ante la nueva frontera en Perú

Datos y presupuesto como principales limitantes

De cara al futuro, las empresas anticipan un conjunto de factores que podrían ralentizar la adopción y el escalamiento de la IA generativa. El principal de ellos es la disponibilidad de datos de calidad, señalada por 31% de las organizaciones. Este hallazgo pone en evidencia una condición estructural clave: sin datos confiables, integrados y gobernados, la IA ve severamente limitado su potencial para generar valor sostenido, independientemente del nivel de sofisticación de los modelos utilizados (Gráfica 14).

A esta restricción se suma la presión financiera: 21% de las empresas identifica los presupuestos limitados como un freno relevante, lo que sugiere

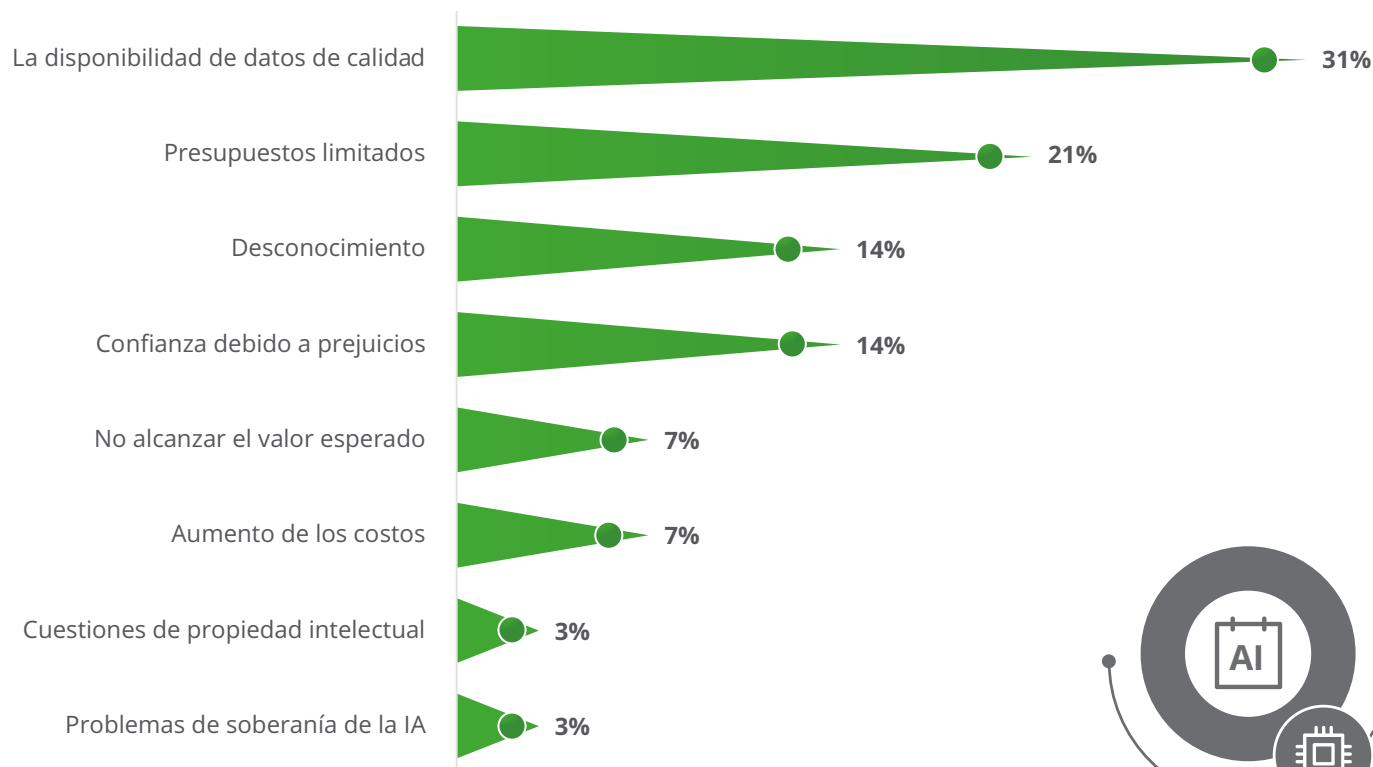
que, en un contexto de recursos económicos escasos, la IA aún compite con otras prioridades estratégicas y no siempre logra posicionarse como una inversión crítica de largo plazo. La incertidumbre sobre el retorno y la dificultad para justificar inversiones mayores refuerzan esta cautela financiera.

Otros desafíos, aunque menos citados, resultan igualmente significativos desde una perspectiva organizacional. El desconocimiento sobre la tecnología (14%) y la falta de confianza derivada de prejuicios o percepciones de riesgo (14%) revelan brechas culturales y de capacidades que pueden obstaculizar la adopción, incluso, cuando la tecnología está disponible.



Desafíos ante la nueva frontera en Perú

Gráfica 14. ¿Qué podría ralentizar la adopción de IA en los próximos dos años?

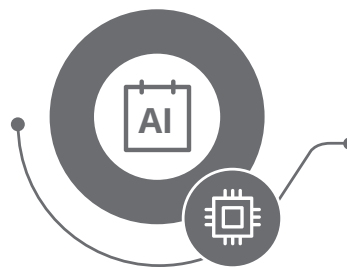


Fuente: Estudio Deloitte "Pulso AI: empresas latinoamericanas en la frontera cognitiva".

Resolución de desafíos en horizontes de mediano plazo

Al analizar los horizontes temporales que las organizaciones proyectan para superar sus principales desafíos en materia de IA, emerge una expectativa clara de mediano plazo. La mayoría sitúa estos esfuerzos en un rango de entre 12 y 24 meses, abarcando dimensiones críticas como la obtención de un retorno de inversión consistente, el diseño e implementación de marcos de gobernanza, la incorporación de talento especializado y la superación de barreras culturales internas (Gráfica 15).

Este horizonte temporal refuerza la idea de que la adopción de IA no responde a una lógica de implementación rápida ni de resultados inmediatos. Por el contrario, las organizaciones parecen reconocer que el verdadero valor de estas tecnologías se construye progresivamente, a medida que se desarrollan capacidades

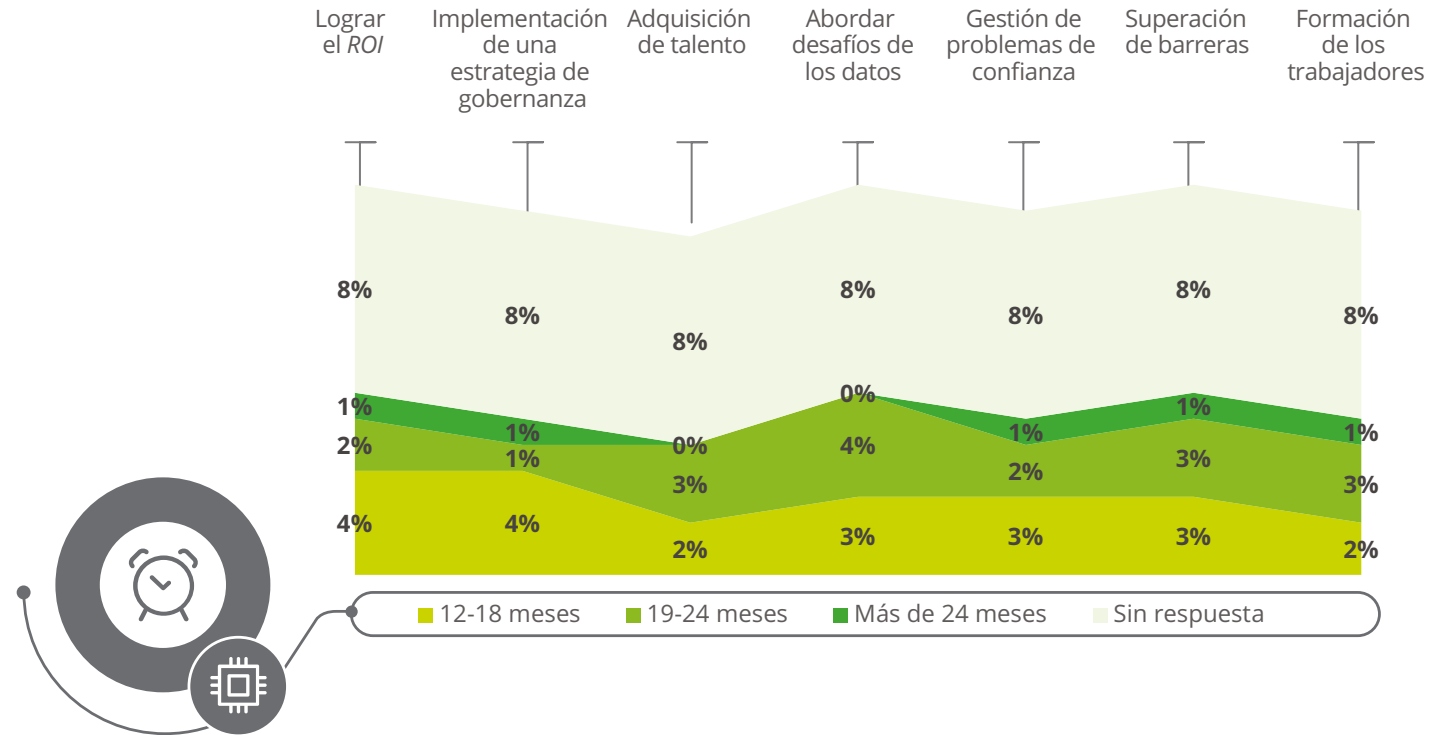


Desafíos ante la nueva frontera en Perú

internas, se ajustan procesos, se alinean expectativas y se fortalece la toma de decisiones basada en datos.

En este sentido, la consolidación de la IA generativa en el tejido empresarial se perfila más como un proceso de evolución organizacional que como una transformación abrupta. El desafío para los líderes no será acelerar artificialmente los plazos, sino sostener el rumbo estratégico durante este periodo de maduración, asegurando que las inversiones, los aprendizajes y los cambios culturales converjan en una adopción más integrada, escalable y generadora de valor en el largo plazo.

Gráfica 15. ¿Cuándo resolverá su organización los desafíos en las áreas clave de sus iniciativas de IA?



Fuente: Estudio Deloitte "Pulso AI: empresas latinoamericanas en la frontera cognitiva".



01

02

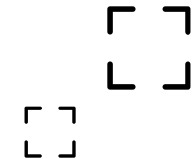
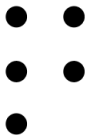
03

04

05

06

07



Desafíos ante la nueva frontera en Perú

Automatización inteligente como prioridad

Ese horizonte de maduración también ayuda a explicar el tipo de desarrollos tecnológicos que hoy concentran mayor atención por parte de las empresas. En esta etapa, el interés se orienta de manera abrumadora hacia aplicaciones de IA generativa vinculadas a la automatización de procesos, mencionadas por 88% de las organizaciones. En contraste, enfoques más avanzados —como los sistemas multiagente o las nuevas técnicas de entrenamiento— despiertan un interés significativamente menor, con apenas 6% de menciones en cada caso (Gráfica 16).

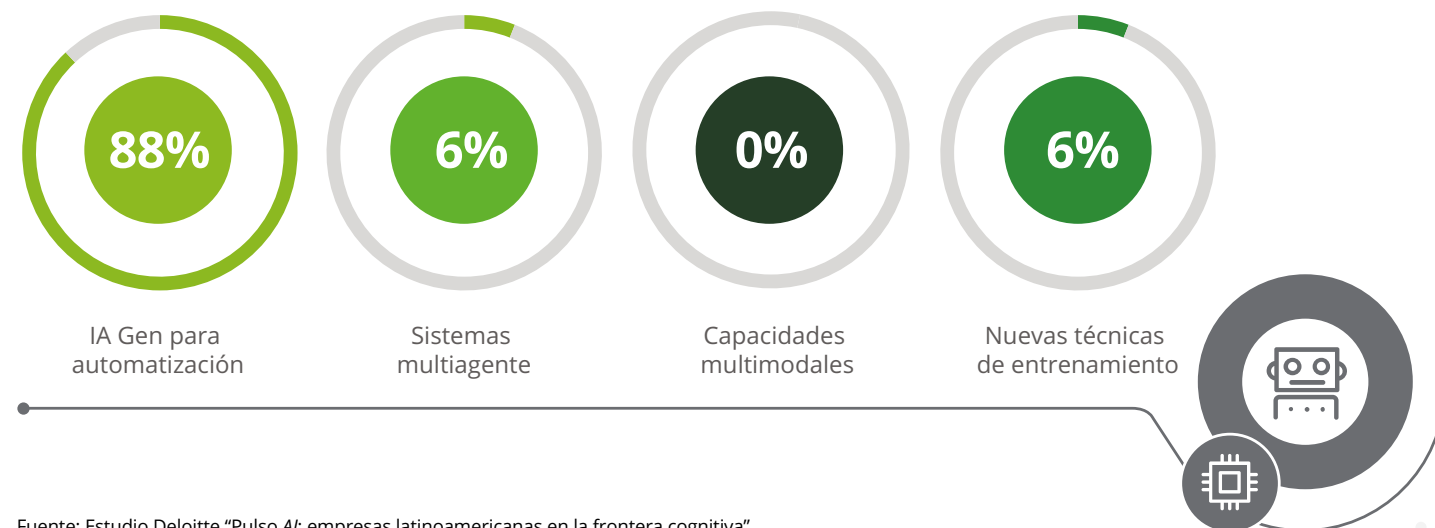
Esta preferencia no es casual. En un contexto donde las organizaciones todavía construyen capacidades básicas, resuelven desafíos de datos, gobernanza y talento, resulta natural que prioricen soluciones con beneficios más inmediatos y tangibles. La automatización de procesos ofrece un punto de entrada claro: permite mejorar la productividad organizacional, reducir cargas operativas y generar eficiencias

visibles, sin exigir transformaciones profundas en la arquitectura del negocio o en los modelos de decisión.

Al mismo tiempo, este patrón confirma que la adopción de la IA generativa en el entorno empresarial peruano se encuentra anclada en una lógica de optimización incremental,

más que en una apuesta por capacidades cognitivas avanzadas. Tecnologías como los sistemas multiagente —que implican mayor autonomía, coordinación entre modelos y rediseño de procesos— requieren niveles más altos de madurez organizacional y confianza en la tecnología, condiciones que muchas empresas esperan alcanzar en el mediano plazo.

Gráfica 16. ¿Qué desarrollos de tecnología de IA generativa le interesan más a su organización?



Fuente: Estudio Deloitte "Pulso AI: empresas latinoamericanas en la frontera cognitiva".



01

02

03

04

05

06

07

Conclusión

Conclusión

El panorama que emerge es claro: las empresas peruanas han iniciado ya el camino hacia la IA generativa, pero lo hacen desde una lógica todavía fragmentada, predominantemente operativa y con retornos de valor limitados. La concentración de iniciativas en eficiencia, automatización y pruebas de concepto refleja una etapa comprensible de aprendizaje, pero también evidencia que la IA no se ha integrado como una capacidad cognitiva transversal al negocio.

Cruzar la frontera cognitiva no dependerá de incorporar modelos más sofisticados ni de acelerar indiscriminadamente los plazos. Requerirá, sobre todo, decisiones deliberadas de liderazgo: invertir en datos de calidad, construir modelos claros de gobernanza, desarrollar

talento, redefinir procesos y aceptar que el valor de la IA se materializa de forma progresiva, no inmediata. En este sentido, la adopción de IA en Perú se perfila más como un proceso de evolución organizacional que como una transformación disruptiva de corto plazo.

La brecha no es tecnológica ni de intención, sino de profundidad y coherencia en la construcción de capacidades. Las organizaciones que logren alinear estrategia, inversión y cultura estarán en condiciones de transformar la IA en un habilitador efectivo de decisiones, innovación y competitividad. Para las demás, el problema no será la falta de movimiento, sino avanzar sin llegar a cruzar la frontera cognitiva que separa el uso táctico de la creación de valor sostenible.



Contacto

Descubre cómo Deloitte puede ayudarte a generar un nuevo valor con la IA.

Andrés Moreno
Socio de Engineering,
Artificial Intelligence & Data
Deloitte Spanish Latin America
andmoreno@deloitte.com

Carlos Labanda
Socio de Engineering,
Artificial Intelligence & Data
Deloitte Spanish Latin America
clabanda@deloitte.com



Conectemos
www.deloitte.com

Referencias

- 1 CENIA, Índice Latinoamericano de Inteligencia Artificial 2025, 2025. https://indicelatam.cl/wp-content/uploads/2025/10/Docuemnto-ILIA_WEB.pdf
- 2 CENIA, "ILIA 2025: Chile, Brasil y Uruguay vuelven a liderar en IA e instalan fuerte sentido de urgencia para acelerar su uso en la región", 2025. <https://cenia.cl/2025/10/03/ilia2025-chile-brasil-y-uruguay-vuelven-a-liderar-en-ia-e-instalan-fuerte-sentido-de-urgencia-para-acelerar-su-uso-en-la-region/>
- 3 Deloitte, *State of AI in the Enterprise. The untapped edge*, 2026. <https://www.deloitte.com/us/en/what-we-do/capabilities/applied-artificial-intelligence/content/state-of-ai-in-the-enterprise.html>



01

02

03

04

05

06

07





Deloitte se refiere a una o más entidades de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), su red global de firmas miembro y sus sociedades afiliadas a una firma miembro (en adelante “Entidades Relacionadas”) (colectivamente, la “organización Deloitte”). DTTL (también denominada como “Deloitte Global”) así como cada una de sus firmas miembro y sus Entidades Relacionadas son entidades legalmente separadas e independientes, que no pueden obligarse ni vincularse entre sí con respecto a terceros. DTTL y cada firma miembro de DTTL y su Entidad Relacionada es responsable únicamente de sus propios actos y omisiones, y no de los de las demás. DTTL no provee servicios a clientes. Consulte <https://www.deloitte.com/about> para obtener más información.

Deloitte ofrece servicios profesionales líderes a casi el 90% de las empresas de la lista Fortune Global 500® y a miles de empresas privadas. Nuestra gente ofrece resultados medibles y duraderos que ayudan a reforzar la confianza del público en los mercados de capitales y permiten que los clientes se transformen y prosperen. Sobre la base de sus 180 años de historia, Deloitte abarca más de 150 países y territorios. Descubra cómo las aproximadamente 470,000 personas de Deloitte en todo el mundo tienen un impacto importante en www.deloitte.com

Tal y como se usa en este documento, “Deloitte S-LATAM, S.C.” es la firma miembro de Deloitte y comprende cuatro Marketplaces: México, Centroamérica, Cono Sur y Región Andina. Involucra varias entidades legalmente separadas e independientes, las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera y otros servicios profesionales bajo el nombre de “Deloitte”. “Deloitte S-LATAM, S.C.” no presta servicios a clientes. Consulte <http://www.deloitte.com/conozcanos> para obtener más información.

Esta comunicación contiene únicamente información general, y ninguna de las empresas miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), su red global de firmas miembro o sus entidades relacionadas (colectivamente, la “organización Deloitte”) está, por medio de esta comunicación, prestando asesoramiento o servicios profesionales. Antes de tomar cualquier decisión o realizar cualquier acción que pueda afectar sus finanzas o su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado.

No se dan declaraciones, garantías o compromisos (expresos o implícitos) en cuanto a la exactitud o integridad de la información en esta comunicación, y ni DTTL, ni sus firmas miembro, entidades relacionadas, empleados o agentes será responsable de ninguna pérdida o daño que surja directa o indirectamente en relación con cualquier persona que confíe en esta comunicación. DTTL y cada una de sus empresas miembro, y sus entidades relacionadas, son entidades jurídicamente separadas e independientes.