



IA Implementación

Septiembre 2026

China

El ranking de países basado en el **despliegue activo de inteligencia artificial** en grandes empresas sitúa a India y a los países de Oriente Medio y Asia a la cabeza de la adopción corporativa. India destaca por la rápida incorporación de IA en servicios tecnológicos y empresas digitales; los EAU y Singapur combinan políticas públicas favorables, inversión y digitalización; China presenta una adopción empresarial elevada, además de una fuerte capacidad industrial y tecnológica y Estados Unidos: domina el desarrollo de modelos pioneros, la inversión privada y la investigación en IA, aunque el porcentaje de implementación pública/empresarial varía ampliamente por sector (según *el IBM Global AI Adoption Index*,).

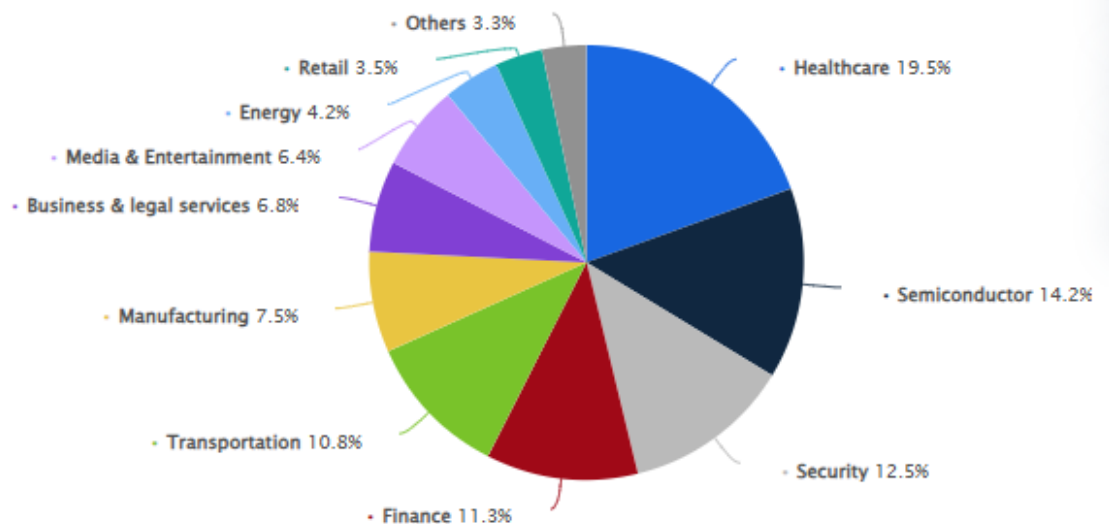
PAÍSES LIDERANDO EL DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL MUNDO-2024

1.		Estados Unidos
2.		China
3.		India
4.		Corea del Sur
5.		Reino Unido
6.		Singapur
7.		España
8.		Emiratos Árabes Unidos
9.		Japón
10.		Canadá

Universidad de Stanford, a través de su Instituto HAI

El sector sanitario ocupa una posición dominante en la adopción de tecnologías AI, con casi el 19,5 % del mercado AI dedicado a aplicaciones sanitarias en 2026. Le siguen en términos de adopción de la IA los sectores de los semiconductores, la seguridad, las finanzas y el transporte.

CUOTA DE MERCADO DE LAS TECNOLOGÍAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) A NIVEL MUNDIAL EN 2026, POR INDUSTRIA



Statista 2026

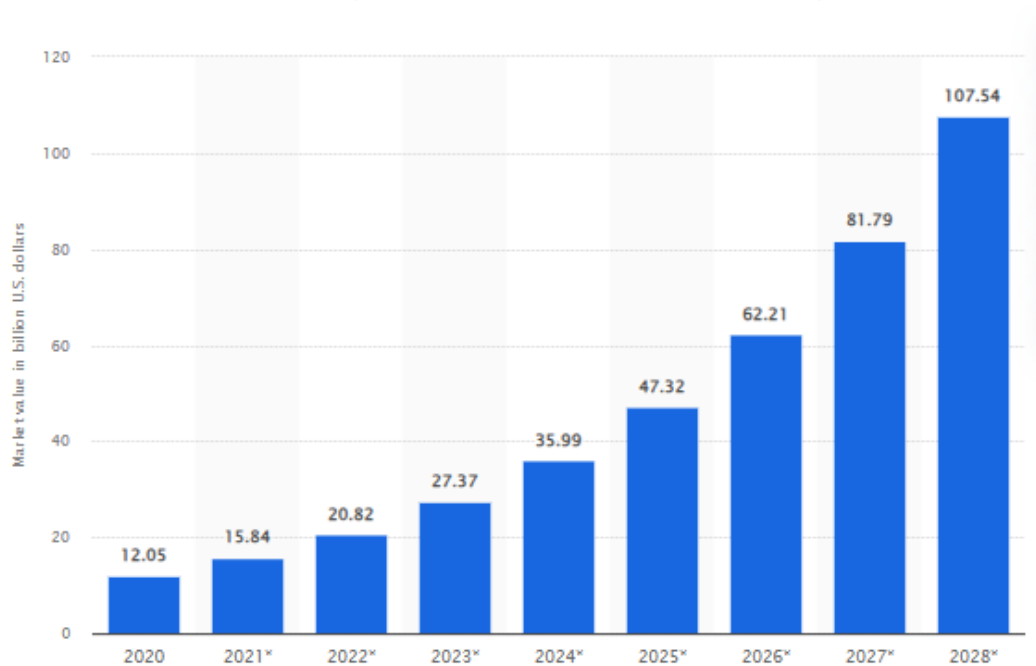
CHINA, en particular, muestra una gran escala en aplicaciones de fabricación y comercio electrónico, con altas tasas de aceleración de la inversión empresarial. La IA es estratégica para el marketing porque se integra directamente con el comercio electrónico, las plataformas de vídeo corto, el livestreaming, las superapps y los sistemas de recomendación: permite adaptar creatividades y ofertas a millones de consumidores, mejorar la conversión y conectar publicidad, contenido y compra en tiempo real. En 2025, el mercado chino de publicidad en internet alcanzó aproximadamente 725.700 millones de yuanes, con un crecimiento interanual del 11,5%, y las **previsiones** apuntan a que superará los 900.000 millones de yuanes en 2026, impulsado por la IA agentica (diseñados para actuar con autonomía) y la integración de experiencias digitales y físicas.

La **perspectiva es** de expansión hacia asistentes de compra, presentadores virtuales, generación automática de campañas, recomendaciones predictivas y nuevas formas de descubrimiento mediante agentes de IA; sin embargo, el crecimiento estará condicionado por la regulación de contenidos, la protección de datos, la transparencia de los modelos y la necesidad de mantener autenticidad y confianza de marca.

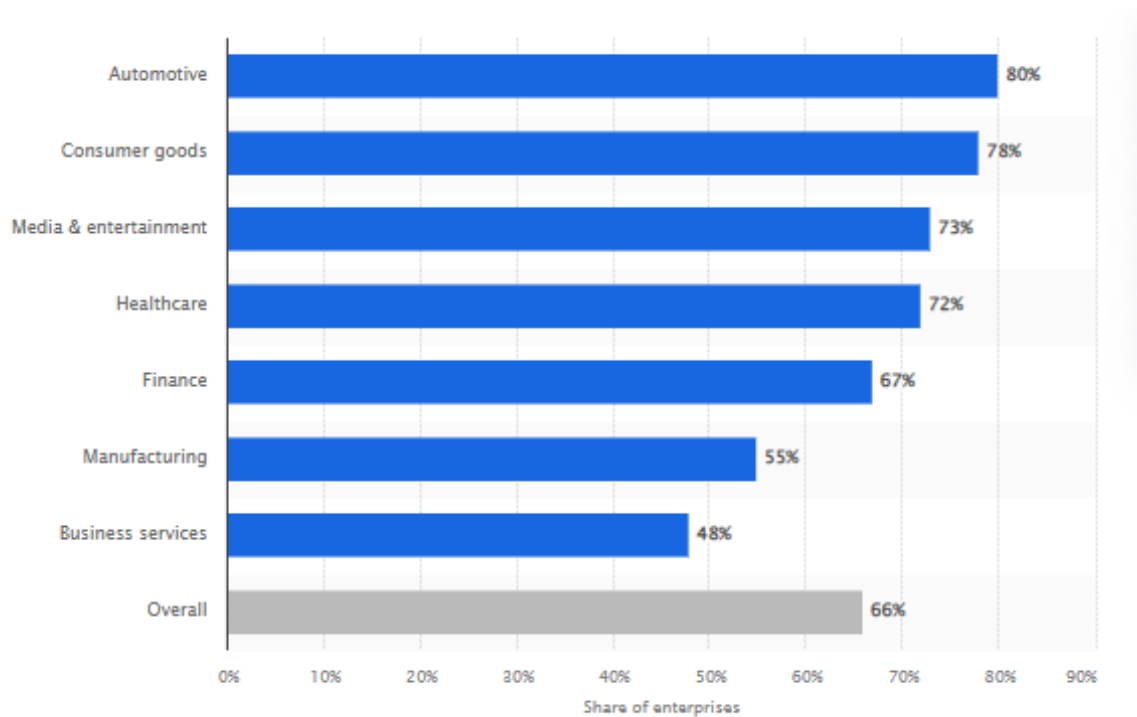
Según las perspectivas de Statista:

- Ya en 2024, el tamaño del **mercado chino de la IA generativa** alcanzó casi los 566 millones de dólares estadounidenses. En 2021, el mercado de **la inteligencia artificial (IA) en marketing** se estimó en 15.840 millones de dólares estadounidenses. Se proyectó que este valor aumentaría a más de 107.500 millones para 2028.
- La IA generativa está en camino de **convertirse en un elemento básico para los negocios**, con una adopción que se está profundizando en China. Para 2024, más de dos tercios de las empresas utilizaban la IA generativa. Los sectores que más han adoptado la IA generativa en el ámbito del marketing han sido el de la automoción, el de los bienes de consumo y el de los medios de comunicación y el entretenimiento.
- En 2024, el sector **de marketing con agentes de IA en China** alcanzó un valor de 44.000 millones de yuanes, y se esperaba que superara la marca de un billón de yuanes para 2028. Con autonomía y propósito, los agentes de IA pueden completar tareas para alcanzar objetivos específicos con un mínimo de intervención humana. Las principales aplicaciones en el sector del marketing incluyen el análisis de datos, la personalización de contenidos, la ejecución de campañas, la coordinación entre canales y el seguimiento de resultados.
- Los profesionales de ventas y marketing están a la cabeza en la adopción de la IA en China. En 2024, al menos dos tercios de las empresas encuestadas informaron de que habían integrado la IA generativa en los departamentos de ventas y marketing. El uso de la IA generativa en los departamentos de relaciones con los clientes y de TI también fue alto en el sector de los bienes de consumo.
- Según una encuesta de 2024 realizada a profesionales del marketing en China, alrededor del 58 % de los encuestados esperaba que la adopción de la IA ayudara a reducir los costes de adquisición de clientes. La creación de contenidos, la gestión de datos de los consumidores y la identificación de tendencias de consumo fueron otros ámbitos de desarrollo de la IA en el sector del marketing.
- Las perspectivas de China en inteligencia artificial (IA) combinan un rápido avance en modelos de código abierto y autosuficiencia en chips con una intensa pugna geopolítica frente a Estados Unidos.

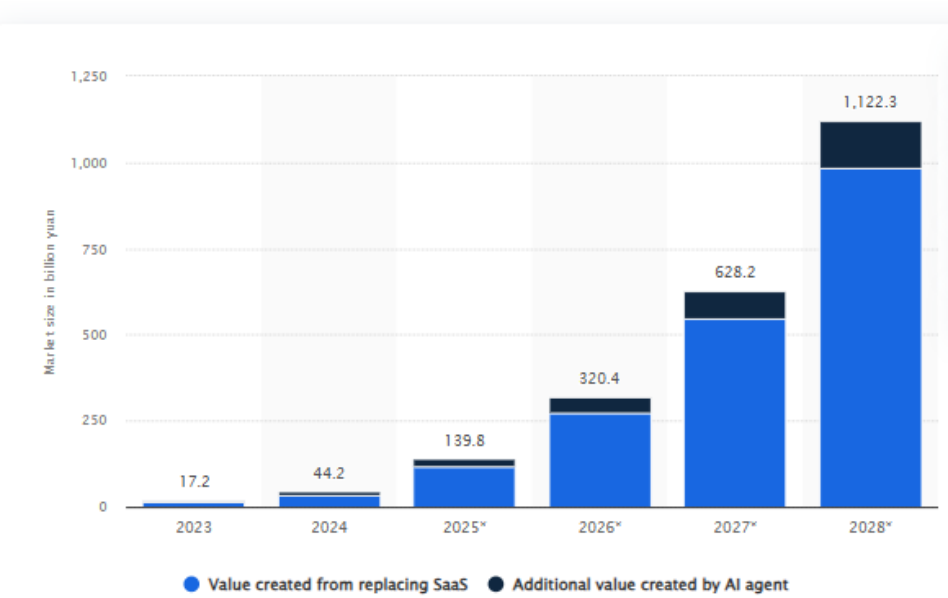
VALOR DE MERCADO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) EN MARKETING A NIVEL MUNDIAL DE 2020 A 2028 (EN MILES DE MILLONES DE US DOLAR).



PORCENTAJE DE PENETRACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN EL ÁMBITO DEL MARKETING EN CHINA EN 2024, DESGLOSADO POR SECTOR.



TAMAÑO DEL MERCADO DE MARKETING DE AGENTES DE IA EN CHINA EN 2023 Y 2024, CON ESTIMACIONES HASTA 2028 (EN MILES DE MILLONES DE YUANES).



**Software como servicio (SaaS) tradicional /Fuerza de trabajo autónoma basada en IA*

PRINCIPALES PROBLEMAS QUE DEBE RESOLVER LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) EN EL SECTOR DEL MARKETING EN CHINA EN 2024.

