

PwC dice que no hay sitio para los socios que rechacen la IA

RENOVACIÓN/ La 'Big Four' inicia una revisión de precios y servicios ante la amenaza de la tecnología para su negocio.

Stephen Foley, *Financial Times*
El CEO de PwC en EEUU, Paul Griggs, ha declarado que los socios que se resistan al avance de la inteligencia artificial (IA) no tendrán cabida en la firma, que está renovando sus servicios y modelos de precios para proteger su negocio de un posible debilitamiento ante la amenaza de esta tecnología.

Griggs afirma que PwC comenzará a ofrecer alternativas al modelo tradicional de facturación a los clientes, basado en el número de horas trabajadas por su numerosa plantilla. En su lugar, transformará algunos servicios de consultoría y fiscalidad en herramientas automatizadas basadas en IA a las que los clientes podrán acceder "sin la intervención de un representante de PwC" y que podrán pagar mediante una suscripción anual.

Es probable que los altos cargos que no estén "paranoicos con la idea de priorizar la IA" sean reemplazados por otros más abiertos a la evolución de la tecnología. "No creo que nadie se libre de esto. ¡Nadie!", afirma Griggs en una entrevista con *FT*. El directivo añade que cualquiera que crea tener la "oportunidad de no entrar" en la IA "no va a durar mucho".

Griggs, CEO de PwC en EEUU desde mayo de 2024, está intentando adelantarse a la disrupción impulsada por la IA, que podría trastocar el modelo de negocio de los servicios profesionales.

Las *Big Four* —que incluyen a Deloitte, EY y KPMG, así como a PwC— tradicionalmente han contratado a miles de empleados jóvenes para realizar tareas relativamente rutinarias. La IA promete automatizar gran parte de ese trabajo, amenazando un modelo basado en la facturación por horas. A largo plazo, podría incentivar a los clientes a realizar más tareas internamente en lugar de contratar consultores externos.

PwC lanzó ayer PwC One, una plataforma de IA que permitirá a sus clientes acceder a seis servicios automatizados, con la promesa de añadir más



Paul Griggs, CEO de PwC en EEUU.

en los próximos meses. La plataforma ofrece acceso a la experiencia de la firma en temas que abarcan desde la debida diligencia en fusiones y adquisiciones hasta las normas fiscales, dice Griggs.

Por ejemplo, un "detector de anomalías" puede ayudar a una empresa a identificar fallos o patrones inusuales en sus datos de sostenibilidad. Según explica, el modelo de precios de PwC One evolu-

cionará con el tiempo, pero incluirá tarifas basadas en "suscripciones o consumo".

Griggs afirma que el personal directivo debe analizar qué servicios pueden ser replicados por la IA e integrados en PwC One. Esto les permitirá dedicarse a tareas de mayor valor que requieren criterio humano y a desarrollar nuevos servicios.