

Reseña El Reto de la Analítica, Machine Learning, AI, y las Ciencias de Datos en los Medios de Comunicación

Conferencista: Hugo
Alexander Martínez

Bogotá DC, 22 de abril de 2023

Universidad Central - Maestría
en Analítica de Datos

De acuerdo con el título de la conferencia, el pasado 22 de abril, el conferencista nos presentó un contexto global acerca de las herramientas que están impactando los medios de comunicación y como la digitalización a llevado a romper paradigmas.

Como abrebocas para contextualizarnos nos compartió acerca de su trayectoria laboral y perfil profesional de los últimos 20 años, donde muestra en evidencia su gran experticia y conocimiento sobre el tema a desarrollar, basándose en el conocimiento adquirido como experto en planes de marketing, posicionamiento de marca, magister de mercadeo, coach certificado de innovación y facilitador de la metodología Lego Serious Play, así como también mostró como desde su posición como Director Nacional de Mercadeo en RCN radio se puede tener una óptica holística para abarcar el Reto que tenemos en una época de globalización por medio de la Analítica y las ciencias de los datos expandida a cualquier sector de la economía.

Una vez teniendo argumentos introductorios, el conferencista nos mostró como han existido casos de innovación que en su momento solo fueron retos y que hoy en día están involucrados en el diario vivir de millones de personas, como el caso de LinkedIn creado por Reid Hoffman quien propuso en mayo de 2013 crear un estudio de perfiles laborales, a hoy es una de las comunidades mas grandes del mundo donde podemos evaluar competencias de los integrantes de la red. a la fecha se evidencia que mas de 12 millones de colombianos están presentes en LinkedIn.

Otro caso expuesto fue el de Silicon Valley donde el conferencista quiso hacer hincapié motivador con que

las empresas por más pequeñas que sean pueden llegar a liderar el cambio y convertirse en grandes referentes a nivel mundial..

Y para entender un poco mas acerca de la importancia de lo que está creando ChatGPT, por medio de cifras recalco el impacto que se esta presentando sobre las inteligencias artificiales, y es que esta empresa necesita menos de 40 días para alcanzar los 10 millones de usuario y a hoy ya presenta mas de 100 millones de usuario; Netflix o Facebook tardaron entre 1 y 3 años para llegar a la cifra de 10 millones, por lo tanto, es formidable el nivel de adaptación que presenta esta herramienta.

Otra de las opiniones que nos socializo el conferencista, es que se deben adaptar y adoptar todas las facultades de los desarrollos en nuestro entrenamiento, así como también para la solución o creación de nuevas ideas de negocio. Por lo anterior mencionó algo de historia de RCN radio, cuando en 1950 la cadena hizo su primer enlace radial, 20 años después de haberse inaugurado en Colombia la primera emisora (1930).

Siguiendo con el desarrollo de la conferencia nos indicó que en su opinión nunca había existido una evolución tan rápida en varios sectores, y que esto era una oportunidad para seguir creciendo ya que se estaba generando mucha data, por lo tanto es necesario generar conciencia de cambio dando prioridad a los recursos que existen. En cuanto al Machine Learning nuestro conferencista expreso que es necesario que las organizaciones atiendan la problemática de los modelos supervisados y los no supervisados, midiendo los indicadores clave de desempeño que permitan la toma de decisiones.

Aseguro que los datos en nuestra carrera como futuros magister en Analítica es oro puro y trajo en su momento como connotación un ejemplo de lo que sucede en su trabajo desde la cadena radial La FM, en donde los análisis demuestran que aproximadamente 10.332.585 personas están relacionadas digitalmente con la emisora donde se consumen datos por streaming, saben cuanto tiempo permanece en sus canales las personas, donde dan clic, y de esa forma segmentan los clientes para entender su Ecommerce. Hugo propicia porque este análisis no se quede corto ya que adicional se deben implementar herramientas que impulsen el marketing analytic como lo es el mapa de construcción de marca o como el lo llama el "Brand Building Map". Otras herramientas que el sugiere se deben tener en cuenta son: ChatGPT, Excel, Python, "R", Business Insighths para la segmentación de clientes, el customer

lifetime vale para saber el costo de por vida que representa un cliente organizacionalmente.

Ya por el ultimo Hugo nos hizo una recomendación, y es que debemos estar atentos hacia el futuro que presentan los desarrollos de IA y DeepLearnig y es que se están rompiendo brechas en el cual se tiene un hilo entre lo ético y lo no ético; pero a su vez esto es una oportunidad en la medida en que se pueda tener libre acceso o disponibilidad a los datos, con lo anterior y para finalizar hace acotación a una noticia en donde el sector de la música por medio de IA generó una canción de The Weeknd y Drake con solo tener las notas de voz de los cantes, generando un interrogante e inconformidad acerca de hasta donde se presume la gobernabilidad de los datos y la información.