

El Aprendizaje de Máquina o "Machine Learning" es una disciplina científica o bien una rama de la Inteligencia Artificial que consiste en programas ("algoritmos") que aprenden de manera automática, es decir, reconocen y analizan, a través del procesamiento de datos, patrones complejos que les permiten realizar predicciones futuras y/o proporcionar información valiosa acerca de cualquier tipo de dato que sea objeto de dicho análisis.

En el plano empresarial, el Machine Learning puede ser utilizado de distintas maneras como por ejemplo para analizar grandes cantidades de datos y obtener información acerca de las tendencias de mercado e identificar patrones de comportamiento de los clientes y usuarios o también para la automatización de tareas dentro de la misma empresa. Un ejemplo claro de aplicación de machine learning en las empresas puede ser el de una Tienda Online que utilice aprendizaje de máquina como herramienta de Marketing tomando información acerca de sus usuarios clientes y las compras que realizaron y así responder con ofertas acordes al caso (ej: si el usuario compró una remera y un pantalón deportivos de una marca en particular => le ofrezco buzo y zapatillas de esa misma marca // si el usuario compro zapatillas => le ofrezco medias). Asimismo, una Tienda Online podría aplicar Machine Learning para automatizar procesos internos (ej: Si el cliente que hizo el pedido es de la provincia de Buenos Aires => ML le comunica que el costo de entrega es de \$500 y la demora es de 1 día // Si el cliente que hizo el pedido es de la provincia de Tierra del Fuego => ML le comunica que el costo de entrega es de \$1500 y la demora es de 3 días) y así mejorar la eficacia y facilitar el mejor funcionamiento de los distintos sectores de la empresa y los servicios que presta. Otro ejemplo de Machine Learning se puede ver en las redes sociales cuyos algoritmos son altamente complejos y pueden llegar a obtener información incluso desde la cámara del teléfono móvil del usuario para ver las reacciones gestuales del mismo (ej. Tik Tok) y así realizar predicciones o ofrecer al usuario el contenido que, según el análisis de la IA, es el más adecuado para él.