

Inteligencia artificial y transformación digital

En 2018, la IA será tema central de la segunda ola de transformación digital. Si es usted directivo de una empresa, no deje que se lo cuenten, sea protagonista del cambio.

Por Alberto Otero*

En 2018, la Inteligencia Artificial será tema central de la segunda ola de transformación digital que las compañías líderes ya están abordando. Si es usted un directivo en una de estas empresas, no deje que se lo cuenten, sea protagonista del cambio.

La compañía de research Gartner predice que, en 2020, el 85% de los CIOs (Chief Information Officers) estará liderando proyectos de Inteligencia Artificial en sus organizaciones. Esto debido a que en los últimos años ha habido avances en la investigación de Inteligencia Artificial, que hacen posible abordar retos de negocio con este tipo de tecnología, los cuales antes eran inimaginables.

¿Por qué está sucediendo esto ahora? Los costes de la infraestructura computacional requerida han bajado mucho, disponemos de grandes volúmenes de datos para entrenar a los sistemas inteligentes, y ha habido una inversión financiera muy fuerte de, por ejemplo, gigantes digitales y empresas de venture capital. Para que se haga una idea, según Harvard Business Review, se calcula que compañías como Google, Facebook o Microsoft, invirtieron más de 20 billones de dólares en Inteligencia Artificial durante 2016, y el capital riesgo financió proyectos por alrededor de cinco billones de dólares durante el mismo año.

La Inteligencia Artificial puede ayudar en casi cualquier reto de negocio que las organizaciones tienen hoy en día. Les posibilita ganar nuevos clientes, por ejemplo, sugiriendo mediante análisis de sentimiento cuándo es el mejor momento para proponer una promoción a una persona. Les permite mejorar la satisfacción de sus clientes anticipando qué van a querer y sirviéndoles en consecuencia. Les mejora su eficiencia, por ejemplo, sugiriendo soluciones a profesionales cuando deben tomar una decisión. O les habilita para crear nuevos modelos de negocio usando la inteligencia artificial para atender de nuevas maneras y con nuevos productos a ciertos segmentos de clientes.

Así, se confirma que la Inteligencia Artificial va a permear en todo lo que hacemos, en cualquier proceso de negocio, en cualquier tipo de organización. En los próximos años, cualquier acción habitual en un entorno profesional estará apoyada o realizada por la inteligencia artificial. Se responderán automáticamente algunos de nuestros correos electrónicos, ante una decisión se nos sugerirán las posibles opciones y cuál es a priori la más adecuada, solicitaremos nuestras vacaciones a un asistente virtual, o venderemos a aquellos clientes que un sistema inteligente haya decidido priorizar.

Las organizaciones deben adoptar la Inteligencia Artificial en el corto plazo, como fuente de ventaja competitiva, y en el largo plazo como medio para subsistir (si no lo hacen ellas lo harán sus competidores). En esta etapa, sin embargo, para ser exitosos, se debe estar abierto a la experimentación con la inteligencia artificial, a la prueba, e incluso al fallo. Debemos mantener una actitud abierta al cambio e innovadora.

Aunque sigue habiendo sectores que por sus características son más propensos a la adopción de nuevas tecnologías como la Inteligencia Artificial, estamos viendo que a diferencia de lo que sucedió en el pasado con otros ámbitos, éste está suscitando interés en casi cualquier tipo de organización. Así, por ejemplo, la banca, por manejar grandes volúmenes de información y trabajar con activos fácilmente digitalizables, ha dado pasos firmes de adopción de inteligencia artificial, pero otros sectores como las telecomunicaciones, el retail, o las aerolíneas no se han quedado atrás.

Los tres factores clave en la adopción exitosa de la Inteligencia Artificial son: la capacidad para imaginar cómo usar este tipo de tecnología de manera práctica en los retos de negocio; el disponer de talento con conocimientos profundos de negocio y técnicos para poder llevar a cabo lo que se ha imaginado; y la capacidad de integrar este tipo de nuevas soluciones en ecosistemas ya existentes y muchas veces altamente complejos.

Por último, si bien se han conseguido avances impresionantes en la capacidad de la Inteligencia Artificial, todavía quedan grandes retos por resolver. Algunos de ellos son: todo lo que tiene que ver con la ética en la adopción de la Inteligencia Artificial; la capacidad de poder explicar no sólo por qué una inteligencia ha tomado una decisión, sino qué razones le han llevado a ello; el evitar sesgos en la toma de decisiones, introducidos esencialmente en la fase de entrenamiento de la Inteligencia; o la capacidad de poder aprender con volúmenes de datos menores (de millones a decenas), como lo hace un humano.

*Everis Americas Head of Artificial Intelligence.

Fuente: <https://www.forbes.com.mx/inteligencia-artificial-la-segunda-ola-de-la-transformacion-digital/>