

6 REUNIÓN/14 DE JUNIO 2023

VI

IA Generativa



AI DIRECTORS

Grupo de directivos AI-Network



IA GENERATIVA EN LAS EMPRESAS: RETOS Y OPORTUNIDADES

La irrupción de la IA Generativa expone a las empresas a nuevos procesos de trabajo, normativas y desarrollos que abren un abanico de posibilidades a la vez de focos de debate sobre uso y aplicación en el día a día.

La VI sesión de AI Directors contó con la presencia de Macarena Estévez para plantear los retos, oportunidades y el futuro al que se enfrentan directivos y profesionales de todos los departamentos.



MACARENA ESTÉVEZ

Experta en uso de IA Generativa y asesora
Fundadora del Círculo de Ingenio Analítico

"Los empleados del futuro va a tener que ser más inteligentes que los trabajadores actuales porque la IA funciona con muchos cerebros trabajando en tiempo real"

Uno de los mayores retos a los que se enfrentan las empresas es a la adopción de medidas de seguridad en el uso de la IA generativa. Esto abre multitud de posibilidades y de retos en un futuro pro-

fesional donde Macarena Estévez avanza que los nuevos empleados deberán de ser capaces de adelantarse a las capacidades de una inteligencia artificial que evoluciona de manera acelerada.

Actualmente, existen dos velocidades que reflejan la realidad en las empresas. Mientras que unas se encuentran adaptadas a los cambios y tendencias en IA, otras todavía se encuentran con cierto grado de inmadurez marcado por sistemas desorganizados en relación a la deficiencia del dato.

La formación no solo resulta clave en el manejo de la IA generativa, también para saber cómo las empresas pueden implementar soluciones en IA generativa implicando a todos los equipos.

HACIA UNA TRANSFORMACIÓN RESPONSABLE

Esta disparidad refleja la deficiencia de datos a la que todavía nos enfrentamos en muchos casos. Aunque existen planes e intenciones para solucionar este problema, las empresas se encuentran limitadas por su estructura organizativa, lo que dificulta la implementación efectiva de la IA.

El futuro próximo nos plantea el desafío de la IA responsable, donde las empresas no solo serán responsables de sus propios desarrollos en esta área, sino también de los efectos que estos puedan tener en terceros.

Se plantea la necesidad de establecer un proceso claro y estructurado para implementar estas tecnologías, comenzando desde la alta dirección y asegurando la participación y compromiso de toda la organización. Este enfoque busca minimizar los riesgos y permitir la adaptación y corrección de medidas que no resulten efectivas.

En cuanto al impacto de la IA en los próximos años, Estévez señaló que nos encontramos en una curva de saturación constante, en la que estamos ansiosos por comprender y aprove-

"La velocidad a la que avanza la tecnología no es constante, es acelerada"

char al máximo esta tecnología. "A medida que se incorporen nuevos perfiles profesionales y ganemos confianza en las máquinas, podremos recuperar parte de nuestra calidad de vida" afirma Macarena Estévez.

Ante nosotros tenemos un futuro de posibilidades que avanza a toda velocidad y plantea retos y oportunidades que requieren una reflexión profunda y visión integral.



CASOS DE USO MÁS HABITUALES DE IA GENERATIVA

La segunda parte de la sesión transcurrió en diferentes grupos para abordar por sectores los usos actuales que dan las empresas en inteligencia artificial generativa.

En el evento participaron 16 directivos y directivas de diferentes empresas del sector energético aeronáutico, medios de comunicación y seguros con el objetivo de explorar las oportunidades y desafíos que plantea la IA generativa en el entorno empresarial actual.

ATENCIÓN AL CLIENTE

La inteligencia artificial generativa supone una oportunidad de respuesta a los agentes en el soporte que deben prestar a sus clientes cuando necesitan una respuesta ágil y rápida. No solo se establecen conversaciones sino que la tendencia es hacia el desarrollo de customer journeys cada vez más personalizados en las necesidades del cliente.

MARKETING Y COMUNICACIÓN

En este sector la IA generativa ha ganado protagonismo aportando agilidad a procesos creativos, narrativos y de creación de contenido. La rapidez de la tecnología no solo se aprovecha para

ganar fluidez en el trabajo, también para mejorar el rendimiento de los profesionales haciendo que puedan dedicar más tiempo a tareas directivas o de coordinación donde no se puede delegar en la tecnología.

7 de cada 10 empresas ya exploran esta tecnología y el 19% cuenta con proyectos piloto o en fase de producción a nivel mundial.

CONTROL DE CALIDAD

Supervisar el trabajo más especializado y que requiere de mucha precisión no es una barrera para la IA Generativa. Esta tecnología puede analizar en muy poco tiempo miles de líneas de código que están usando los programadores para detectar un fallo en el sistema y explicar de una manera sencilla dónde se está produciendo el error, de tal manera que se pueda solucionar de manera inmediata.

Incluso, puede detectar e identificar con rapidez los estándares de los productos que se necesitan en una planta de producción para que funcione en condiciones óptimas, y detectar los defectos de los productos para obtener la calidad estipulada por la empresa.

CONFIANZA Y ROI: LOS RETOS EN EL USO DE IA GENERATIVA

En el contexto del uso de la inteligencia artificial generativa en las empresas, es importante destacar dos ideas clave: el salto de confianza y los desafíos relacionados con los profesionales y el retorno de la inversión (ROI).

IA CONFIABLE Y TRANSPARENTE

La IA generativa implica la capacidad de las máquinas para generar contenido y tomar decisiones en función de algoritmos y modelos previamente establecidos. Este salto de confianza implica superar la barrera inicial de confiar en las máquinas para realizar tareas que anteriormente estaban reservadas a los seres humanos.

Esta cuestión adquiere especial relevancia cuando se trata de aplicar la inteligencia artificial en desarrollos que afectan a la vida de las personas. Es por ello que a la vez que la industria desarrolla tecnologías también debe apostar por adaptación de regulaciones y certificaciones.

EL DESAFÍO DEL ROI

A medida que la IA generativa se integra en las operaciones empresariales, surgen interrogantes sobre la disponibilidad de profesionales capacitados en esta área. La demanda de expertos en IA supera la

oferta actual, lo que plantea un desafío en términos de contratación y formación de talento en este campo en constante evolución.

Además, el retorno de la inversión (ROI) no siempre es obvio de manera inmediata. Al implementar la IA generativa, las empresas deben considerar tanto los costes asociados con la adquisición de tecnología y la formación del personal, como los beneficios esperados en términos de eficiencia, productividad y mejora de la experiencia del cliente.

Superar estos desafíos requiere una estrategia integral que involucre la colaboración entre diferentes áreas de la organización.

Es necesario invertir en la formación y desarrollo de profesionales especializados en IA generativa, así como en la creación de un entorno organizativo que fomente la confianza en estas tecnologías emergentes.

Al mismo tiempo, se debe realizar un análisis riguroso para evaluar el ROI y establecer métricas claras que permitan medir los resultados obtenidos a partir de la implementación de la IA generativa.



ROADMAP DE IMPLANTACIÓN

La implantación de la inteligencia artificial generativa requiere de un enfoque estratégico y estructurado que las empresas abordan en función del grado de madurez de sus departamentos en el proceso de transformación digital.

Los directivos coinciden en la necesidad de tener un plan detallado que tenga en cuenta criterios de impacto económico, viabilidad técnica y que, además, persiga objetivos clave, como garantizar la confidencialidad de los datos y evaluar el coste, el beneficio y el retorno de la inversión.

La implantación de proyectos de IA generativa es un objetivo prioritario y estratégico para las compañías si quieren garantizar su supervivencia en un entorno cada vez más competitivo. Aunque muchos coinciden en un periodo entre 3 y 6 meses para implantación de este tipo de proyectos, algunas empresas plantean un horizonte a más largo plazo.

La IA democratiza dando la posibilidad de que todos los perfiles aporten conocimiento

Además, como valor añadido la formación y los protocolos de uso en inteligencia artificial adquieren gran relevancia cuando se establecen los procesos de implantación de estas tecnologías.

NUEVOS PERFILES Y HABILIDADES

En este escenario la IA abre opciones a otros perfiles menos tecnológicos pero también a nuevas habilidades que deberán adquirir los propios trabajadores para el manejo de la IA generativa.

Esta confluencia y transformación hará necesarios perfiles concretos que planteen incluso un cambio en el enfoque de carrera profesional que necesitan las compañías

PARTICIPANTES

Macarena Estévez Speaker and Strategic Advisor in Data, IA & Metaverse

Ana Ruipérez Palmero Global Customer Operations Enel Group

Antonio Gracia Berna AI/ML research engineer Boeing

Raquel Castuera CMO Unidad Editorial.

Miguel Colomo AI Portfolio Manager Enel Green Power

Marta Serrano Gerente de Transformación Digital Acciona

Marco Isolani Business Intelligence and commercial planning director Costa Cruceros

Miguel Ángel Jiménez Socio Director Copetalis

Hernán Ilariuzzi Business Process Director GroupM

Óscar Muñoz Data technology Director GroupM

Rubén García Socio Estratégico NexLaunch

Guillaume Léorat Data Analytics Zurich Insurance

Clara Granados Directora Advanced Analytics SegurCaixa Adeslas

Julio Lema Business Partnerships Development and Solution Selling EcoMT

José Ramón Alonso Director de Estrategia Grupo WWP

Juan Pedro Moreno Director General Grupo WWP

Emilio Márquez CEO La Latina Valley

Estefanía Yagüez Customer Excellence and Operations Director Biogen



ORGANIZADORES

Tomás Martínez Buero Presidente de AI-Network.

Mariano Muñoz Director y coordinador de AI Directors.

Unai Obieta Director y coordinador de AI Directors.

Javier Fraile Director Adjunto en AxiCom

Mónica González Country Manager en AxiCom

Silvana Vega Account Manager en AxiCom

María Gil Tornero PR & Comunicación en AI-Network.

PARTNERS

AXICOM

BigData
magazine

