

La hora de la inteligencia artificial

La inteligencia artificial será la gran palanca de cambio empresarial en los próximos años. Las empresas españolas son conscientes del valor que aporta esta revolución, pero se muestran tímidas a la hora de ir más allá de las pruebas piloto.

M.Prieto

Sundar Pichai, consejero delegado de Alphabet –matriz de Google–, ve la inteligencia artificial (IA) como una de las mayores revoluciones que afronta la humanidad, con un alcance que equipara a lo que supuso la electricidad o el fuego. No es una opinión aislada. Muchos expertos tecnológicos coinciden en hablar de la inteligencia artificial en términos de revolución. Y no hablamos de ciencia ficción, sino de una realidad a la que no es ajena la empresa española.

Los avances tecnológicos conseguidos en los últimos años en este campo abren un panorama prometedor. La aplicación de la inteligencia artificial en las compañías puede traducirse en mejoras de eficiencia interna, un aumento de la productividad y una mayor calidad del servicio al cliente.

Pero, ¿en qué posición se encuentra la empresa española respecto a la adopción de la inteligencia artificial? Llorenç Mitjavila, socio responsable de BCG Gamma en Iberia, explicaba recientemente a EXPANSIÓN que en España existe un círculo virtuoso para el desarrollo de inteligencia artificial.

“El acceso al talento, la consolidación de España como un hub tecnológico y de innovación, y una cobertura mediática eminentemente positiva contribuyen a un entusiasmo generalizado por la inteligencia artificial”, opina. Mitjavila destaca que no sólo muchas de las grandes empresas españolas están invir-



La inteligencia artificial supone la mayor revolución tecnológica de los últimos años.

tiendo en soluciones de IA, sino que además hay un ecosistema de *start up* basadas en estas tecnologías que están consiguiendo atraer inversiones muy significativas.

Empresa inteligente

Sin embargo, queda mucho camino por recorrer en el camino hacia la empresa inteligente. La inmensa mayoría de las compañías españolas se ha quedado en una primera fase, caracterizada por una aproximación a la inteligencia artificial mediante pruebas piloto. Sin embargo, los expertos

La adopción de la IA se traduce en mejoras de la eficiencia, más productividad y un mejor servicio

aseguran que es necesario abordar el reto de una adopción más generalizada, escalando estos proyectos a toda la organización.

El informe de Accenture AI: *Built to Scale* muestra que tres de cada cuatro directivos en España creen que si no despliegan con firmeza la in-

La gran barrera a la que se enfrentan las empresas es la falta de talento experto en este campo

teligencia artificial en sus organizaciones pueden poner en riesgo su negocio en 2025.

Y es que las empresas están lejos aún de extraer todo el valor asociado a las promesas de esta revolución tecnológica. “La mayor parte de las organizaciones tienen dificultades para generar valor con la

inteligencia artificial”, señala Sam Ransbotham, profesor de Sistemas de la Información del Carroll School of Business del Boston College, en el informe *Winning with AI*, elaborado por MIT Sloan Management Review y Boston Consulting Group.

Algunas compañías españolas van más allá de las pruebas de concepto. “Son empresas que creen firmemente en el impacto de la inteligencia artificial y, tras testar su uso, lo ven como una prioridad porque tiene el potencial de transformar líneas

de negocio y procesos. Están tomando decisiones para ver cómo pueden generar un mayor retorno de la inversión”, explicaba recientemente a este periódico Miguel Vergara, *managing director* de Accenture Strategy.

Claves del éxito

Según esta consultora, para tener éxito en los proyectos de inteligencia artificial es necesario contar con tres ingredientes: una base sólida de datos, equipos multidisciplinares y el compromiso de los altos ejecutivos con el despliegue estratégico de esta tecnología en toda la organización.

El mayor impacto de la inteligencia artificial se espera en la optimización de las operaciones y, en segundo lugar, en una mayor y mejor conexión con los clientes, según una encuesta realizada por EY entre directivos españoles. Las organizaciones también confían en que estas herramientas ayuden a captar nuevos consumidores.

En este camino, una de las mayores barreras para las empresas españolas es la falta de talento, debido a la necesidad de incorporar perfiles técnicos especializados. Tampoco hay que olvidar que la adopción de la inteligencia artificial debe guiarse por la ética. Más allá de los algoritmos, las empresas deben regirse por un sólido sistema de valores y principios.

El panorama es prometedor. Vergara es optimista y apunta a que asistiremos a corto/medio plazo a una explosión del uso de la IAI en numerosos procesos de las empresas españolas.

El sector financiero, punta de lanza

La inteligencia artificial ha entrado con fuerza en las entidades financieras, automatizando procesos complejos y mejorando el análisis de riesgos y el conocimiento de los clientes. Gracias al aprendizaje automático, las entidades están ya detectando de manera temprana oportunidades comerciales y se están protegiendo con más garantías contra posibles fraudes, ciberataques y otros riesgos, por ejemplo. Todas las grandes entidades financieras españolas cuentan con multitud de proyectos en inteligencia artificial, y muchas han creado además equipos especializados para impulsar su avance en este campo. Por ejemplo, Santander cuenta con un equipo de más 150 expertos en inteligencia artificial, mientras que Bankia tiene dos direcciones especializadas dentro de la Dirección General Adjunta de Transformación y Estrategia Digital.

De BBVA a Endesa: Así se usa la IA en la empresa española

Multitud de compañías han lanzado proyectos de inteligencia artificial (IA). Por ejemplo, Endesa utiliza tecnologías como ‘big data’ y aprendizaje automático para explotar los millones de datos que ofrece la nueva red inteligente. De esta forma, se pueden desarrollar modelos predictivos sobre el comportamiento de la red para mejorar su funcionamiento. Mientras, Mutua Madrileña cuenta con un servicio de verificación digital por video y foto para sus asegurados de auto y moto, que funciona gracias a la inteligencia artificial. Por su parte, Cepsa emplea un asistente virtual basado en la tecnología de IBM que da respuesta a las consultas de sus empleados. En BBVA usan estas tecnologías para, por ejemplo, automatizar procesos para ganar eficiencia con el uso del aprendizaje automático impulsado por datos y algoritmos inteligentes.

Sherpa: Inteligencia artificial con sello español

España cuenta con compañías punteras en este campo. Es el caso de Sherpa.ai, especializada en el ámbito de los asistentes digitales predictivos, que ha sido incluida recientemente en la lista de las cien empresas mundiales de referencia en inteligencia artificial elaborada por la revista Analytics Insight. La española fichó recientemente a Tom Gruber, considerado uno de los padres de Siri, el asistente inteligente de Apple. Gruber será una pieza muy valiosa en los esfuerzos de Sherpa para convertirse en el mayor asistente conversacional independiente. La compañía, que lanzó su primer asistente en 2012, ha construido una tecnología propia de algoritmos predictivos de inteligencia artificial. Tras cerrar en febrero una ronda de 15 millones de dólares, Sherpa ha abierto una nueva ronda de entre 10 millones y 20 millones de dólares.