GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

‘Saber utilizar ChatGPT no es saber de IA’

Actualidad Empresarial | 22/11/2024 | 00:00

Para ninguna organización es un secreto que la tecnología avanza a un ritmo acelerado y que solo aquellas que adoptan las herramientas adecuadas están un paso por delante en el camino hacia el éxito. Tecnologías disruptivas como la realidad virtual, el blockchain y, especialmente, la Inteligencia Artificial (IA), han provocado un auge tecnológico sin precedentes, siendo esta última la protagonista de una revolución que está remodelando todos los sectores industriales, convirtiéndose en un elemento fundamental para cualquier organización que desee diferenciarse y resultar competitiva.

El proceso de adaptación a la IA puede parecer una tarea desafiante, con limitaciones y retos, pero con la preparación adecuada, cualquier empresa tiene la oportunidad de aprovechar al máximo esta tecnología. La clave es saber responder a dos cuestiones primordiales:

«¿Necesita mi organización la Inteligencia Artificial?»

«¿Para qué?»

Las empresas que están adoptando la IA están desarrollando un enfoque integral que abarca tres ámbitos o aspectos al mismo tiempo: la transformación del negocio, la mejora en la toma de decisiones y la modernización de los sistemas y procesos. Este enfoque involucra a líderes de diferentes áreas de la organización y permite una mayor escalabilidad y el intercambio de datos de manera más eficiente.

Según PwC’s 2023 Emerging Technology Survey el 73% de las empresas estadounidenses ya han adoptado la IA en al menos un área de su negocio, con la IA Generativa (GenAI) liderando el camino. En España, aunque el nivel de adopción es menor, el 50% de las empresas españolas ya ha implementado esta tecnología, tal y como se desprende del estudio “El impacto de la Inteligencia Artificial en la empresa española”, basado en la encuesta realizada a 1.050 empresas españolas, tanto públicas como privadas, de distintos sectores e industrias. Además, otro 20% lo hará en los próximos 12 meses.

La IA y la IA Generativa están redefiniendo la forma en que las organizaciones operan, colaboran, innovan y se comunican, abriendo la puerta a posibilidades nuevas y emocionantes. La IA Generativa ayuda a mejorar la productividad, resolver desafíos complejos, aumentar la velocidad, mejorar la experiencia del cliente, crear nuevos productos o servicios… Pero también conlleva algunos riesgos, especialmente en lo que respecta a la seguridad y privacidad de los datos o la propiedad intelectual, y es en este punto dónde la planificación y ejecución de una estrategia de IA resulta imprescindible para generar un valor comercial tangible. La cuestión es,

¿cómo lograrlo?

Principales obstáculos que afrontan las organizaciones

Resistencia al cambio

La principal barrera que nos encontramos con mayor frecuencia es la resistencia al cambio, fruto del desconocimiento, comenta Daniel Alejandro, Ingeniero en Sistemas y Desarrollador Senior en Tecnologías de IA en Keyrus. Saber de IA no es saber utilizar ChatGPT, es saber de seguridad y de privacidad de los datos. La mayor preocupación de las empresas es “qué pasa con mi información”, incluso la de los equipos más técnicos. El miedo provocado por el desconocimiento es lo que ha llevado a muchas empresas a prohibir el uso de ChatGPT entre sus empleados, por ejemplo. Es por esta razón que la capacitación y la formación desempeñan un papel crucial antes, incluso, de implementar cualquier proyecto de IA.

La calidad de los datos

En cualquier proyecto de Inteligencia Artificial más del 50% del esfuerzo es trabajar en que el dato esté limpio para que la IA lo pueda masticar. El éxito de una IA reside en la calidad de los datos que tú le des. En este sentido, Keyrus es experto en hacer que los datos verdaderamente importen para transformarlos en información de valor; la Inteligencia Artificial es solo el acelerador.

Infraestructura

La implementación exitosa de la Inteligencia Artificial depende en gran medida de la infraestructura subyacente. Entrenar modelos de IA no es suficiente, deben implementarse en el entorno de producción. La infraestructura de implementación, que debe incluir medidas sólidas de seguridad para proteger los datos a la par que se cumplen las regulaciones de privacidad, es fundamental para aterrizar los modelos en el mundo real de manera eficiente y segura. Además, debe estar preparada para adaptarse a las nuevas tecnologías y enfoques a medida que se desarrollen. La flexibilidad para incorporar avances en este campo es clave para que una organización sea competitiva.

Talento

Según el informe State of Generative AI in the Enterprise, el 75% de los líderes de IT y negocio encuestados (casi 2.000) asumen que van a cambiar sus estrategias de talento en los próximos dos años debido a la IA Generativa. La mayoría de las empresas ven en el reskilling la solución para hacer frente a la escasez de competencias en IA.

Recomendaciones para aprovechar al máximo los beneficios de la IA

La parte positiva es que todos estos obstáculos a los que se enfrentan pueden superarse de la siguiente manera:

Fomentando una cultura de innovación. La Inteligencia Artificial es un campo en constante evolución. Promover una cultura que valore la experimentación, la adaptación a los cambios y el aprendizaje continuo es la clave para combatir el miedo a lo desconocido.

Alineando la IA con los objetivos estratégicos. Es importante recordar que la IA no debe ser en ningún caso un fin en sí misma, sino una herramienta para alcanzar metas específicas.

Teniendo muy presente que la base de cualquier proyecto de IA reside en la calidad de los datos. Solo unos datos limpios, estructurados y precisos garantizan resultados confiables.

Cultivando la formación de un equipo multidisciplinario. Para garantizar el éxito es necesario un equipo que combine habilidades técnicas y de negocio, esencial para superar los desafíos y saber aprovechar las oportunidades.

En definitiva, antes de pensar en personalizar la experiencia de cliente, optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones o automatizar las tareas repetitivas gracias a la IA, las organizaciones deben comenzar un proceso de análisis interno. ChatGPT es solo un 5% de lo que puede hacer la IA. Es necesario saber qué es lo que la organización quiere conseguir y para qué, evaluar los procesos existentes, la calidad de los datos, la infraestructura tecnológica de la que se dispone y las capacidades del equipo.

?Un análisis interno exhaustivo es el cimiento sobre el que se debe construir cualquier proyecto de Inteligencia Artificial. Hoy es ahí donde reside el trabajo más duro. Solo este análisis garantizará que la implementación se realice de manera eficiente y eficaz, maximizando el retorno de la inversión, minimizando los riesgos asociados y desbloqueando todo el potencial de esta tecnología revolucionaria.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/254624-saber-utilizar-chatgpt-no-es-saber-de-ia.htm