



## Análisis

**DANIEL FERNÁNDEZ K.**  
Director de empresas

### IA: LO QUE HAY Y LO QUE VIENE

La implantación de la IA en las empresas representa un salto de competitividad: nuevas oportunidades en más mercados, mayor cercanía con clientes y reducciones significativas de costos.

Hasta ahora las aplicaciones más comunes en IA son la digitalización y gestión inteligente de documentación, la creación de contenido original de texto e imágenes mediante IA generativa, el análisis predictivo para anticipar tendencias en ventas, logística, finanzas y marketing, la optimización de procesos administrativos y la robótica con IA para interactuar con clientes y proveedores.

¿Cuáles son los aportes a la creación de valor de la aplicación de estas herramientas? Los principales son la toma de decisiones más ágiles y certeras basadas en información (datos); la reducción de costos por optimización de procesos; un mayor conocimiento del cliente y la posibilidad de personalizar su experiencia; y el aumento del conocimiento mediante aprendizaje automático de los modelos de AI aplicados a cada industria, empresa y proceso particular.

Un reciente informe de Genexus Consulting destaca las aplicaciones emergentes que aportarán aún más valor en las compañías: agentes de IA autónomos, capaces de realizar tareas complejas sin supervisión humana; IA generativa multimodal, esto es, generación integral de contenido en una sola experiencia de texto, imágenes, audio y video; IA

en tiempo real para generar respuestas casi instantáneas para las áreas operativas; e IA explicable, esto es, el empleo de modelos más transparentes que permitan entender cómo y por qué se toman las decisiones.

Pero hay algo que suele olvidarse: todas estas herramientas las usan (o usarán) humanos. Por lo tanto, la gestión del cambio es fundamental para aprovechar las oportunidades que ofrece la IA, partiendo por bajar las barreras ocasionadas por el temor. Esta tarea deben hacerla humanos para humanos; no se pueden reducir los temores acerca de la IA empleando IA.

Dos sectores aparecen rezagados en la implantación de IA; uno de ellos son las pymes. Las grandes empresas debieran apoyar a sus proveedores pyme para permitirles nivelarse e integrarse a los procesos que emplean IA.

Y el otro es el de gobiernos y sistemas públicos. La aceleración de la incorporación de análisis y gestión mediante IA debe ser una política pública, partiendo por el sistema educativo. Profesores analógicos que intentan enseñarles desde una tarima y una pizarra a niños que hablan en lenguaje natural con máquinas virtuales no augura un buen futuro. El esfuerzo educativo debe centrarse en el aprendizaje de qué y cómo preguntar (*prompt*) y en el análisis crítico de los textos que entregan los sistemas de IA generativa.