

Inteligencia Artificial, herramienta para ahorrar tiempo y dinero

Escrito por Wizeline el 29 Mayo 2017

El avance de la tecnología es tan acelerado que tiende a revolucionar todos los ámbitos, incluido el mundo de los negocios. Muchas son las formas en que interactúan ambos universos y entre ellos destacan: la forma en que las compañías se vinculan con sus consumidores a partir de la tecnología, la creación de innovadoras formas de comunicación para los empleados y la automatización de procesos. Estas acciones traen mayor productividad a través de la optimización de recursos, que a su vez llevará a las compañías a lograr mayor crecimiento.

Si bien las grandes compañías han aumentado su ritmo de crecimiento gracias a la tecnología, es importante señalar que el aprovechamiento de la misma se vuelve de vital importancia para las pequeñas y medianas empresas que deben optimizar al máximo el tiempo que invierten en sus procesos y ahorrar recursos. ¿Qué pasaría si el tiempo de validación de tu producto pudiera reducirse considerablemente y con la certeza de que el público final desee y utilice tu producto?

La inteligencia artificial (AI) podrá ayudar a resolver problemas que han aquejado por muchos años a las empresas, uno de ellos son los fraudes. Varias empresas se encuentran desarrollando AI con el objetivo de detectar robo de información en tiempo real.

Y es que la inteligencia artificial abre un mundo de posibilidades y herramientas que beneficiarán a los empresarios, sus empleados y clientes. Uno de sus usos más comunes actualmente es la implementación de chatbots, que permite acercar al usuario con la marca y propiciar un mejor engagement.

¿Qué es la inteligencia artificial?

La inteligencia artificial busca, a través de un conjunto de técnicas y recursos, lograr que las computadoras, robots y otros dispositivos sean igual o más inteligentes que los humanos, lo que permitiría delegarles tareas que hasta ahora han sido exclusivamente nuestras. Actualmente nos encontramos en un nivel de desarrollo de IA específica, es decir que los aparatos cotidianos como nuestro teléfono no pueden ir más que para lo que están programados o cuando un robot gana una partida en Go o en ajedrez o en póker. Los mejores ejemplos de este tipo de inteligencia es Alexa y Siri.

Si nuestra meta es lograr una inteligencia que funcione como la humana esta debería ser capaz de usar lo ya aprendido y responder a situaciones nuevas. Este nivel de entendimiento por parte de la máquina responde a inteligencia artificial general. Aunque el camino es aún largo por recorrer, la neurociencia y la investigación en redes neuronales marcarán el camino que nos acerquen al objetivo final.

Beneficios directos para tu negocio

La inteligencia artificial permite a las empresas conocer los deseos de los consumidores, determinar los argumentos de venta que funcionarán de mejor manera y ampliar su mercado gracias a la implementación de anuncios orientados.

El estudio de Accenture sobre el impacto de la Inteligencia Artificial en 12 economías desarrolladas revela que la IA podría llegar a duplicar las tasas anuales de crecimiento económico en 2035, cambiando la naturaleza del trabajo y estableciendo una nueva relación entre el hombre y la máquina. Se prevé que el impacto de la IA en los negocios aumentará la productividad del trabajo hasta 40% y permitirá a las personas hacer un uso más eficiente de su tiempo.

Para el 2020 la Inteligencia Artificial estará presente en todos lados, se calcula que 10% de todas las iniciativas de transformación digital, y 60% de todos los esfuerzos efectivos de Internet de las Cosas (IoT, por sus siglas en inglés).

También, para el 2025, 75% de los equipos de desarrollo incluirá funcionalidad cognitiva/inteligencia artificial en una o más aplicaciones. Para el año 2019 se prevé que instalarán más de 110 millones de dispositivos con asistentes inteligentes incorporados en los hogares estadounidenses.

A través de algoritmos y ciencia de datos, la inteligencia artificial permite a la empresa tener una radiografía del consumidor lo cual posibilita anticipar tendencias, hacer recomendaciones personalizadas y precisas, invertir en mejoras del producto con la certeza de que será bien recibido por el cliente y una retroalimentación directa y constante de sus usuarios. Los chatbots han tomado las riendas del marketing y sin duda, en repetidas ocasiones hemos dialogado con quien creíamos es una persona, siendo no más que una de las formas más comunes y accesibles de inteligencia artificial.

La tendencia del consumidor es usar más su teléfono móvil y los servicios de mensajería que las mismas redes sociales. De acuerdo con una encuesta de la firma Aspect Software research, 44% de los consumidores prefiere una interacción con un chatbot que un representante de la marca, por lo cual implementarlos es una oportunidad ineludible.

| [¿Quiénes somos?](#) | [Aviso de privacidad](#) | [Contáctanos](#) |

URL del envío:

<http://elempresario.mx/inteligencia-artificial/inteligencia-artificial-herramienta-ahorrar-tiempo-dinero>

Enlaces:

[1] <http://elempresario.mx/inteligencia-artificial>