Publicado en Madrid el 19/04/2024

La inversión en IA Generativa, automatización o analítica avanzada, clave para la supervivencia empresarial

Sabio afianza su papel como líder en transformación digital e Inteligencia Artificial aplicada a la Experiencia de Cliente y de Empleado en Disrupt 2024, un encuentro que ha reunido a más de 500 asistentes y ponentes estrella como el reconocido divulgador Carlos Santana (Dot CSV) o la astronauta Sara García Alonso

La inversión en Inteligencia Artificial, automatización o analítica avanzada emergen como factores cruciales para la supervivencia empresarial, así ha quedado de manifiesto en Disrupt 2024, el evento de Sabio Group sobre transformación digital en la Experiencia de Cliente y de Empleado, que se ha celebrado el 18 de abril en La Casa del Lector y que ha congregado a más de 500 profesionales y a marcas de primer nivel de sectores tan diversos como telecomunicaciones, atención al cliente, utilities, seguros, seguridad o banca.

Oportunidades y grandes desafíos en la Era de la Inteligencia Artificial

Este encuentro ha dado comienzo con un ejemplo del uso innovador de los humanos digitales a través de la intervención de los avatares creados por IA de Steve Jobs y Barack Obama, quienes, junto a Stuart Dorman, Chief Innovation Officer del Grupo Sabio, han explicado el impresionante desarrollo tecnológico que se está viviendo desde los inicios de la digitalización hasta la llegada de la Inteligencia Artificial (IA), quedando demostrada su capacidad para enriquecer la atención al cliente.

La Revolución de la IA: Una transformación total de la sociedad

Disrupt 2024 también ha contado con la intervención de uno de los divulgadores sobre IA más disruptivos de nuestro país. Así, Carlos Santana, conocido por su canal de YouTube ‘Dot CSV’, ha explorado la transformación radical que la IA está suponiendo en todos los ámbitos de la sociedad.

"Desde el surgimiento del deep learning en 2012 hasta la explosión de la IA Generativa, con Chat GPT, la capacidad de las máquinas para aprender y generar patrones ha alcanzado niveles inimaginables. La IA está reinventando industrias a una velocidad vertiginosa. Los robots, por ejemplo, ahora se quedan obsoletos en pocos meses, de hecho, se jubilan antes que los humanos", ha bromeado el experto.

Sin embargo, la verdadera revolución está en la capacidad de la IA para entender y generar todo tipo de contenido, desde imágenes hiperrealistas, texto, traducción de idiomas en vivo, hasta generación y producción de música artificial. "Con herramientas como DALL·E la creación de contenido se ha vuelto más accesible que nunca, aunque no está exenta de controversias sobre la posible sustitución de ciertos perfiles profesionales", ha añadido Carlos.

Y es que, tal y como ha reconocido el youtuber, la IA plantea desafíos y riesgos: "Su capacidad para

comprender cualquier tipo de dato y generar resultados puede ser tanto impresionante como inquietante. ¿Hasta dónde llegará esta tecnología? La línea entre lo humano y lo artificial se desdibuja, y es probable que, en el futuro cercano, los avatares atiendan a los clientes y la publicidad se personalice de forma realmente persuasiva".

Para Carlos una cosa está clara: la IA está transformando cada aspecto de la sociedad, desde cómo se trabaja hasta cómo se interactúa con la tecnología. "Si bien la incertidumbre sobre si la IA nos sustituirá puede inquietarnos, también nos ofrece la oportunidad de centrarnos en tareas de mayor valor humano", ha indicado. En última instancia, la disrupción de la IA nos desafía a repensar la relación con la tecnología y a reinventarse en perfiles más tecnológicos.

La IA generativa, los datos y la personalización como claves para el desarrollo de la Experiencia de Cliente:
Disrupt se ha desarrollado en diferentes paneles de la mano de marcas líderes. Durante el panel "We are Sabio", diferentes profesionales de la compañía compartieron la relevancia de escuchar y comprender las necesidades reales de las marcas y sus clientes, para poder guiar correctamente sus estrategias hacia sus objetivos particulares.

Después, el encuentro se ha centrado en las "Oportunidades para escalar y optimizar la CX con IA Generativa", panel en el que se ha discutido sobre la importancia de invertir en esta tecnología como una ventaja competitiva. Representantes de empresas como PwC, Vodafone, Adamo, Pluxee y AXA Partners han destacado la complejidad de su implementación debido a la actual falta de infraestructura de datos históricos y la necesidad de construir casos sólidos para justificar la inversión en IA Generativa. Además, se ha subrayado también la importancia de cuidar la privacidad de los datos, la evaluación del riesgo y el control sobre los modelos.

A continuación, bajo el título "Retos para transformar las interacciones en datos y acelerar la adopción de la AI", han subido al escenario representantes de Cionet, WiZink, MásMóvil, Vodafone, Verint y Katoid, quienes han destacado cómo la analítica del dato ha emergido como el motor que hoy en día impulsa todas las operaciones empresariales. Sin embargo, para aprovechar al máximo su potencial, es crucial buscar nuevas formas de recopilar, analizar y utilizar toda la información generada en las interacciones de las marcas con sus clientes.

También se ha debatido en Disrupt sobre los "Desafíos para la personalización con IA en todos los canales con clientes" para subrayar la evidencia de cómo estos demandan interacciones cada vez más personalizadas, esperando coherencia y fluidez en cada punto de contacto y en todos los canales: chats, llamadas, WhatsApp, etc. Así, desde Accenture, World2Meet, Parques Reunidos, CaixaBank, Kisio y Genesys han impulsado la adopción de tecnologías emergentes para ofrecer experiencias diferenciadas e hiperpersonalizadas.

La investigación llevada a sus límites:
Disrupt ha culminado con la emocionante participación de Sara García Alonso, primera mujer astronauta española seleccionada como miembro de la Reserva de Astronautas de la European Space Agency (ESA), quien ha hecho un paralelismo entre la inversión en investigación con las misiones

espaciales, que representan un desafío a los límites científicos y tecnológicos, con proyectos multidisciplinares que aplican la tecnología más avanzada.

La también Investigadora del Centro Nacional de Investigaciones Oncológicas (CNIO) subrayó la importancia crucial de la investigación en diversos ámbitos, desde la biotecnología, la medicina y los avances oncológicos con el diseño de fármacos personalizados hasta campos tan diversos como la predicción meteorológica, la lucha contra la crisis climática, el desarrollo agrícola o la comunicación satelital, en los cuales la IA desempeña un papel fundamental.

"La investigación nos llevará hasta el espacio, pues la tecnología es lo que mueve el mundo", ha indicado Sara, quien ha insistido en que "la inversión en ciencia y tecnología no solo promueve la riqueza futura de un país, sino que también impulsa el progreso y beneficia a la sociedad en su conjunto".

La despedida de Disrupt 2024, ha corrido a cargo de Gabriel Rodríguez, Managing Director de Sabio España y Andy Roberts, CEO del Grupo Sabio quienes han destacado el éxito del encuentro posicionando a Sabio como líder en el desarrollo de la IA y su aplicación en la Customer Experience y ha agradecido la presencia y apoyo de las grandes empresas patrocinadores líderes en tecnología de CX como Audiocodes, Avaya, Genesys y Verint.

Datos de contacto:
Jesica Duran Gomez
COMUNICACIÓN
623174217

Nota de prensa publicada en: Madrid

Categorías: Nacional Inteligencia Artificial y Robótica Madrid Eventos Software Ciberseguridad Innovación Tecnológica

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es