



[StrategicPlatform]

Inteligencia Artificial

Reflexión sobre su aplicación en el corto plazo y sus posibilidades.

Inteligencia Artificial: ¿Qué puedo hacer hoy que antes no era posible?

Para responder a esta cuestión, debemos partir del conocimiento de nuestro cliente. Nos encontramos ante un cliente cada vez más informado y exigente, que quiere saber cuales son los fundamentos detrás de un producto o un servicio. Ante esta situación, la necesidad de las empresas de diferenciarse y destacar, es imperativa. Los mercados, cada

vez más dinámicos, exigen a las empresas una toma de decisiones ágil y acertada para atraer y fidelizar a sus clientes. Los avances tecnológicos y la demanda creciente de productos y servicios casi hechos a medida nos lleva a la siguiente pregunta: ¿Qué puedo hacer hoy gracias a la Inteligencia Artificial que antes no podía?

Hemos partido de nuestro conocimiento sobre nuevos modelos de negocio en diferentes sectores y la experiencia en la aplicación de tecnologías avanzadas para compartir contigo esta reflexión. Descubre cómo puedes a través de la Inteligencia Artificial generar un impacto real sobre tu negocio aprovechando las oportunidades que surgen de su aplicación en el corto plazo.



El impacto real de la Inteligencia Artificial sobre el negocio

Hace un año y medio vivimos un punto de inflexión con la aparición pública de la Inteligencia Artificial Generativa. Esta herramienta ha alcanzado una elevada aceptación y ha facilitado la comprensión de sus posibilidades aplicadas principalmente a la generación de contenidos. Como resultado, el debate sobre el impacto real de la Inteligencia Artificial se ha vuelto a poner sobre la mesa.

Aunque esta tecnología naciera hace ya algunas décadas no ha sido hasta hace poco cuando hemos empezado a identificarla como una palanca aceleradora en los modelos de negocio. La Inteligencia Artificial Generativa tiene una particularidad sobre la que debemos reflexionar: aunque el acceso a ella sea universal y su adopción, mucho más ágil, presenta el desafío de saber dónde incorporarla para que genere valor real en el negocio.



La IA que conocíamos hasta el momento estaba mucho más orientada a automatizar procesos y eficientar. Después de la democratización experimentada a través de la IA Generativa, ahora el punto de mira se centra en la gestión del conocimiento y la explotación avanzada de la información y los datos. Se trata de una tecnología que

dimensiona el negocio por su flexibilidad, porque puede incorporarse de forma transversal y porque se convierte en un elemento de diferenciación. Este espacio nos obliga a rediseñar la forma en la que trabajamos, desde los procesos hasta la gobernanza, para poder adoptar la IA dentro de nuestro negocio.

A diferencia de otras tecnologías que parten de la necesidad de su adopción para ser competitivos y que por lo tanto, te uniformizan respecto al resto de empresas, la Inteligencia Artificial te permite diferenciarte y lo hace de forma única para cada empresa.

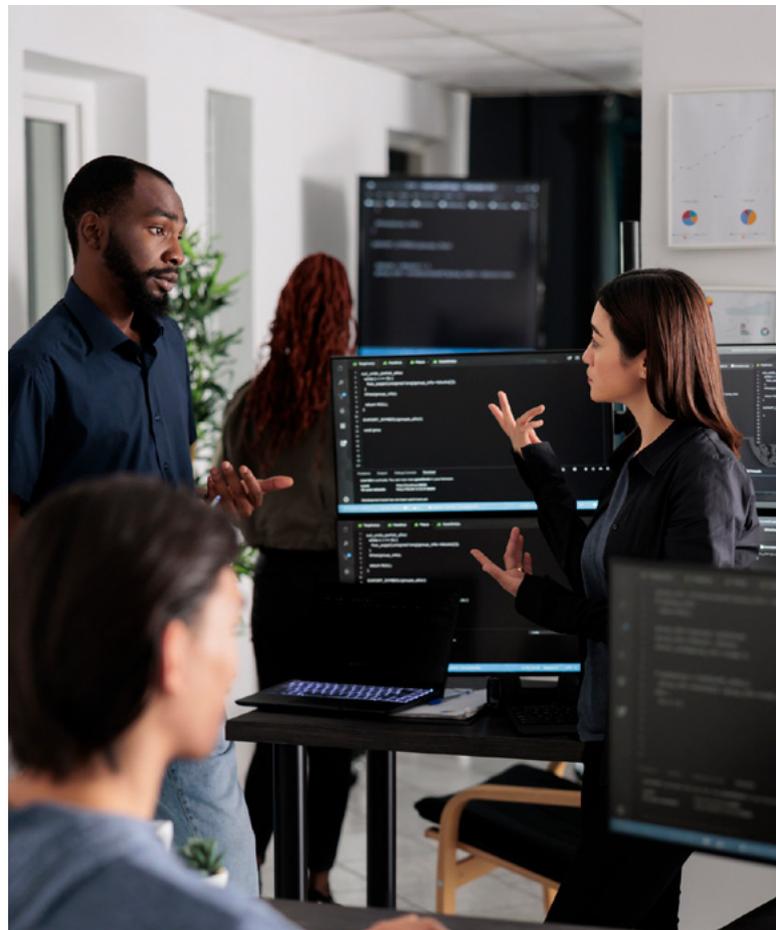
Su potencial radica en aprovechar el uso avanzado de los datos y el conocimiento profundo que tienes de tu negocio para definir nuevos territorios de oportunidad que, per se, son únicos y sólo pertenecen a tu compañía.

Aplicar Inteligencia Artificial en la operativa y en los procesos productivos se va a convertir en un estándar. Donde te podrás diferenciar es en la aplicación de la IA en la generación de nuevos modelos de negocio y en la oferta de producto y servicio.

La IA como conceptualizador de nuevas categorías de productos y servicios

Presenciamos un momento con gran saturación en la oferta y para la que el consumidor está más informado y tiene múltiples opciones sobre las que escoger. Necesitamos trascender el momento de compra siendo capaces de generar un vínculo más allá del momento de compra y poder generar también una experiencia más allá del producto.

Para ello la Inteligencia Artificial nos permite captar y procesar una gran cantidad de datos e información que nos permite tener una relación mucho más profunda con el cliente. Somos capaces de generar un efecto escala en el procesado de la información que nos proporciona una visión más clara y real para tomar las decisiones adecuadas en el momento adecuado.



Lo que nos diferenciará en el futuro es el conocimiento profundo que tendremos de nuestros clientes, siendo estos cada vez más sofisticados y con un mayor acceso a la información, nos demandarán una mayor transparencia en todo lo relacionado con nuestros productos.

La IA ofrece nuevas posibilidades al poder aprender y entender la información para ayudarnos a comunicarnos mejor con nuestros clientes. En este punto la microsegmentación nos puede ayudar a agrupar a nuestros clientes en clusters extremadamente precisos en función

de variables que nosotros consideremos relevantes como la frecuencia de compra o el volumen de compra. Basándonos en la información recopilada y analizada podremos definir y desarrollar modelos de predicción que nos ayudarán a crear una relación de alto valor con nuestros clientes.

La Sostenibilidad Integral, ¿atributo de producto o palanca del cambio?

La sostenibilidad ya no es solo un atributo de producto o una responsabilidad ética. Se ha transformado en una oportunidad estratégica para el negocio.

En el momento que, como consecuencia del resultado de la auditoría, las empresas deban pagar o tengan exenciones o beneficios fiscales, la sostenibilidad supone un reto de negocio y su gestión se vuelve mucho más compleja.

Deberíamos tener en cuenta dos puntos de vista. Por una parte, debemos concebir la sostenibilidad como la auténtica economía circular, pensar en toda la cadena de valor y cómo hacemos para que los proveedores y los clientes puedan ayudarnos a compensar nuestra huella de carbono. Por otro lado,



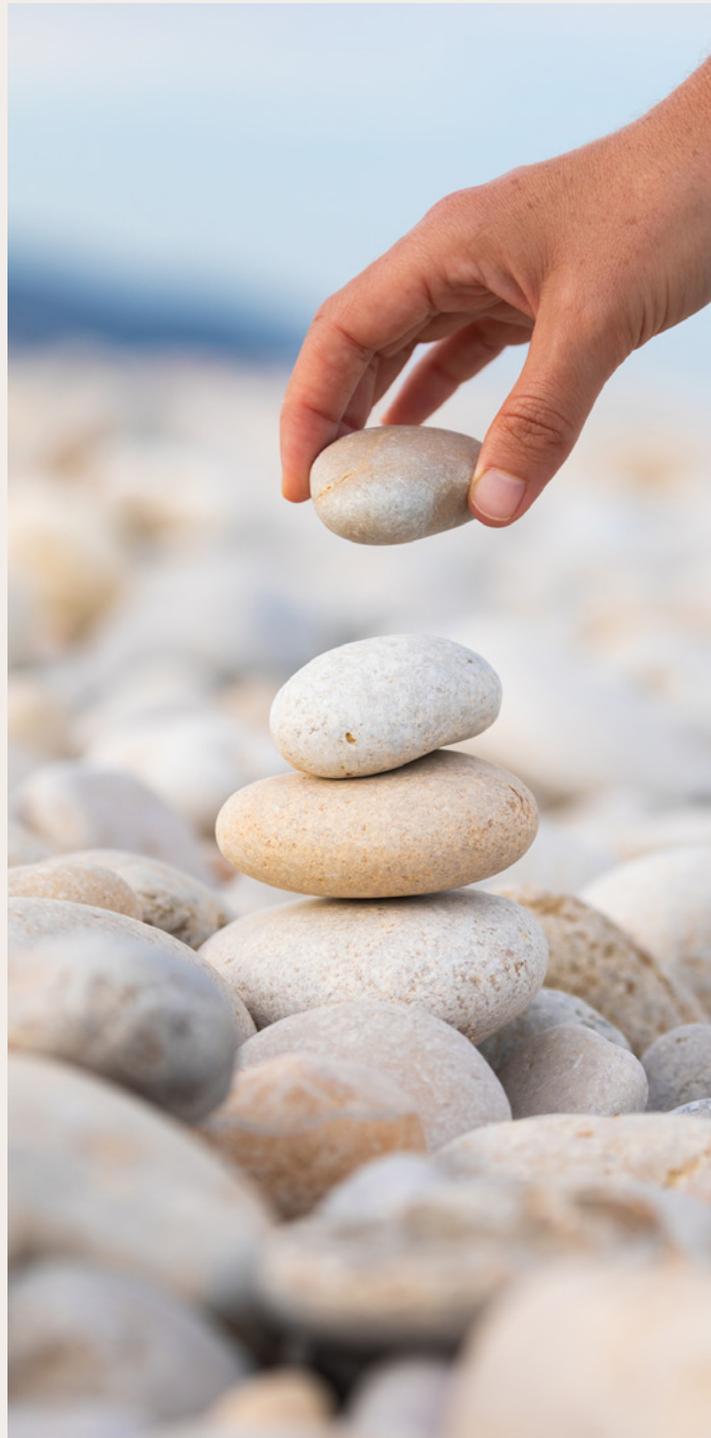
debemos pensar más allá de la operativa del negocio y definir acciones que nos permitan equilibrar el impacto negativo que podamos generar en huella de carbono.

La Inteligencia Artificial es una herramienta fundamental en este punto, permitiendo la agregación y procesamiento inteligente de información para dimensionar oportunidades a lo largo de la cadena de distribución y en la colaboración con proveedores.

En ocasiones, nos enfrentamos al dilema de encontrar el equilibrio entre la necesidad inmediata y la visión a largo plazo. Es una situación en la que tenemos la oportunidad de incorporar una tecnología innovadora como la Inteligencia Artificial a nuestra organización. Esta decisión no solo implica la adopción de una herramienta, sino también un cambio fundamental en la estructura y los procesos de la empresa.

La IA, a diferencia de la automatización tradicional, no es simplemente una cuestión de implementar una herramienta y ver los resultados. Requiere una comprensión profunda de cómo afectará a la organización y cómo podemos aprovechar al máximo su potencial. Implica dimensionar el impacto en nuestros recursos, desde la estructura organizativa hasta los procesos internos, y evaluar tanto los costes como la contribución de valor que esta tecnología traerá consigo.

En **Strategic Platform**, entendemos estos desafíos y podemos ofrecerte tanto la solución tecnológica que mejor se adapte a tus necesidades como apoyarte en la definición y el proceso estratégico para identificar dónde y cómo aplicar la IA en tu negocio.



[StrategicPlatform]