

La Inteligencia Artificial demuestra de lo que es capaz en el Planeta Chatbot Day

Expertos en Inteligencia Artificial debaten sobre cómo afecta al día a día y cómo van a cambiar los negocios tal y como se conocen en una jornada organizada por Planeta Chatbot

Después de un año desde su lanzamiento, tres jornadas en Madrid, una en Barcelona y otra en Canarias, Planeta Chatbot -el portal líder en información sobre chatbots e inteligencia artificial creado por más de 350 expertos del sector- organizó ayer en el Google Campus Madrid una jornada muy especial para celebrar su primer aniversario. A la cita asistieron una docena de empresas referentes en el sector como Gartner, BBVA, Capgemini, Chatbot Chocolate o Everis, que analizaron cómo los chatbots y la Inteligencia Artificial afectan a nuestro día a día y cómo van a cambiar los negocios tal y como los conocemos.

Bajo el lema el 'Impacto de la IA en las grandes empresas', en la ponencia Miguel Ángel Morcuende, Territory Manager en Gartner, afirmó que "aunque todo el mundo habla de Inteligencia Artificial (IA) y en 2020 todas las tecnologías la incluirán, queda mucho trabajo por hacer, ya que todavía 9 de cada 10 encuestados señalan su desconocimiento en esta materia como principal barrera para adoptarla". Además, explicó que "la IA es clasificar, filtrar y ordenar la amalgama de datos que tenemos en las empresas para poder conseguir alcanzar los objetivos de negocio. Las compañías le piden a la IA: rapidez y eficacia, mejor procesamiento y análisis de datos y mejorar la experiencia del cliente".

También de empresas y cómo están adaptándose a estas nuevas tecnologías versó la segunda ponencia: 'Conceptualización de Chatbots para empresas'. En ella, Ángel Hernández, socio director de Chatbot Chocolate, la agencia de desarrollo de chatbots, reconoció que el crecimiento de las apps de mensajería y redes sociales ha cambiado la forma en la que comunicarse. "Esto supone una nueva oportunidad para las empresas, que gracias a ellos podrían atender a través de chatbots disponibles las 24 horas los 7 días de la semana, en esos canales en los que el consumidor ya pasa el 80% del tiempo que están con el móvil, y con una gran ventaja, que el formato conversacional no necesita de un proceso de adopción porque tanto jóvenes como no tan jóvenes están acostumbrados a chatear". Además, recordó la necesidad de que las compañías evalúen en qué tiene sentido aplicarlos y ser conocedores de los retos de esta tecnología.

Acto seguido tomó la palabra Diego García Puado, Head of Digital Clients en Capgemini, quien habló sobre cómo va a cambiar, de aquí a dos años, la forma en la que interaccionan usuario y compañías y cómo: la tienda física es el pasado, el móvil es el presente y los agentes conversacionales el futuro. Además, señaló que "nos encontramos en una fase inicial en el nivel de madurez de los agentes conversacionales, siendo capaces de proporcionar diálogos básicos, quedando lejos la conversación fluida y los asistentes conversacionales. Queda mucho por hacer para adaptarnos a un nuevo tipo de consumidor que premia la experiencia y la inmediatez. De hecho, el 49% de los consumidores prefiere un asistente de voz a un dependiente o a un servicio de atención al cliente, y todo por su rapidez".

La última de las ponencias se centró en la relación entre Inteligencia Artificial y Derecho, tema que captó la atención de todos los asistentes. En ella, participaron Andrea Ortega Villalobos, Lawyer and Innovation Project Manager en Cuatrecasas, y Rubén Agote, socio de la firma de abogados. Para este último, la IA presenta algunos retos jurídicos que hay que resolver, como la privacidad de los datos de los que se nutren los programadores o aquellas decisiones que se hacen pasar por automatizadas, pero en las que detrás hay una persona con responsabilidad legal.

En su intervención, Andrea Ortega Villalobos explicó los retos legales que plantea la inteligencia artificial en la prestación de servicios jurídicos y resaltó la necesidad de que "los grandes despachos de abogados colaboren con las startups para conocer como están cambiando estas nuevas tecnologías y desarrollarlas conjuntamente". Afirmación que compartía Rubén Agote, quien abordó los retos jurídicos que plantea esta tecnología y afirmó que "es necesario que Ley y Tecnología vayan de la mano". Además, planteó varias cuestiones que afectan a ambos sectores como la legalidad de estos nuevos dispositivos en la recogida de datos o el otorgamiento de derechos civiles a los robots.

Capacidades de la Inteligencia Artificial, ¿qué depara el futuro?

Tras las ponencias, tuvo lugar una mesa redonda moderada por Elia Méndez Bravo, directora general de la Mobile Marketing Association (MMA), en la que participaron: Raúl Navarrete, director de Canal Móvil de BBVA España; Marcos Obed, Head of Conversational Services en everis Europa; Susana Durán, Mobile & Bots director de Sage, y Mónica Cernuda, directora de Plataforma Watson y Cloud en IBM España.

Todos los participantes coincidieron al hablar sobre como muchos usuarios todavía asocian la Inteligencia Artificial con robots que pretenden dominar el mundo, una imagen que poco tiene que ver con la realidad. Para Mónica Cernuda, "la inteligencia artificial nos ayuda a comprender los millones de datos que se generan a nuestro alrededor y que pueden ser útiles para cualquier sector. En estos momentos, estamos trabajando en nuestro país con alrededor de 9 industrias completamente diferentes: administración pública, servicios financieros, compañías de seguros, distribución, educación, turismo, moda, salud... son algunos de los sectores que están aplicando estos servicios".

Del sector de la banca habló más detenidamente el portavoz de BBVA. "Los clientes son cada vez más digitales. El 44% de nuestros clientes en España ya es móvil y el 55%, digital. La inteligencia artificial revolucionará la manera en que los clientes interactúan con el banco, favoreciendo el desarrollo de otros canales como los chatbots. Aun así, es el cliente el que decide la forma de comunicarse con nosotros". "El cliente busca formas diferentes de interacción, más naturales y humanas como puede ser la voz. Y lo siguiente será muy parecido al mundo que retrata la película Her, donde la maquina podrá decidir. Y para verlo no vamos a tener que esperar 5 años, ya es una realidad", añadió Susana Durán.

El tema laboral fue otro de los puntos clave del debate, en un momento en el que surgen nuevos puestos de trabajo y otros desaparecen. Para Marcos Obed, "estamos viviendo una transformación que nos obligará a especializarnos más y ayudar a mejorar con formación y aprendizaje no solo trabajos que ya existentes, también nuevos puestos que están por llegar".

Datos de contacto:

Redacción

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>