

¿Cómo utilizan las empresas los agentes de IA? Aquí cinco de las primeras usuarias de los robots

Estas empresas utilizan agentes de IA para el descubrimiento de fármacos, la atención al cliente, el marketing, la escritura de código y la investigación. Pero aún no están preparadas para dejar que los robots se vuelvan locos.

Belle Lin /
THE WALL STREET JOURNAL

Los agentes de inteligencia artificial han surgido como uno de los aspectos más interesantes de la IA generativa para las empresas porque llevan a los chatbots al siguiente nivel, realizando tareas complejas sin ayuda humana.

Estos agentes autónomos de IA pueden seguir instrucciones y hacer cosas que van desde comprobar una reserva de arriendo de auto en el aeropuerto hasta examinar posibles clientes potenciales.

Empresas de software como Salesforce, ServiceNow, Microsoft y Workday anunciaron el año pasado sus propios agentes de IA, que, según afirman, pueden ayudar a las empresas a no tener que intervenir en áreas como la contratación de empleados, el contacto con posibles clientes potenciales, la creación de contenidos de marketing y la gestión de su tecnología de la información.

Si estos agentes de IA funcionan como prometen, también podrían proporcionar a las empresas el retorno de la inversión que han estado buscando en la IA generativa. Según algunos directivos de empresas tecnológicas, eso significa la capacidad de vincular la tecnología a una reducción del número de horas que trabajan los empleados, o incluso del número de personas nuevas que necesitan contratar.

Phu Nguyen, responsable del lugar de trabajo digital en Pure Storage, considera que los agentes de IA suponen un impulso evidente para cada uno de los empleados de la empresa de almacenamiento de datos: "¿Por qué deberían ser los ejecutivos las únicas personas que tienen un escritor fantasma que escribe sus correos electrónicos o hace sus diapositivas? Imagínese que ahora todos los empleados tienen ese poder", afirma.



Aun así, más agentes de IA pueden significar más problemas, especialmente en ciberseguridad, según la empresa de investigación de mercado y consultoría informática Gartner. Según Gartner, en 2028, al menos el 15% de las decisiones empresariales diarias se tomarán de forma autónoma a través de la IA agéntica, frente al 0% en 2024. Pero, también para entonces, el 25% de las infracciones empresariales estarán relacionadas con el abuso de agentes de IA.

He aquí cinco empresas que han empe-

zado a integrar agentes de IA en sus productos y operaciones, y lo que han aprendido en el proceso.

Johnson & Johnson: Agentes para el descubrimiento de fármacos

En Johnson & Johnson, con sede en Nueva Jersey, se están utilizando agentes de IA para ayudar al gigante sanitario con el proceso de síntesis química en el descubrimiento de fármacos.

Una vez identificada una molécula farmacéutica prometedoras, según el Director de Información Jim Swanson, hay que

medir su rentabilidad y fiabilidad. Y para ello hay que tener en cuenta muchas variables, desde la temperatura hasta las reacciones que se optimizan.

La solución: un agente autónomo de IA que pueda determinar el mejor momento para realizar un cambio de disolvente, un proceso en el que se cambia un disolvente por otro para cristalizar una molécula y crear realmente el fármaco, explicó Swanson.

Sin la ayuda de estas tecnologías, los científicos de J&M tendrían que realizar manualmente múltiples iteraciones del mismo proceso, asegurándose de que se dan las condiciones adecuadas para optimizar el cambio.

“Ahora utilizamos agentes para tomar ese contenido, con todas esas variables, y averiguar cuándo es el momento de hacer ese cambio y ejecutarlo”, explica. Los agentes se combinan con el aprendizaje automático tradicional y los gemelos digitales (réplicas digitales de entidades del mundo real) para acelerar el proceso.

Aun así, J&M actúa con cautela. Es “consciente del riesgo que entrañan los agentes autónomos que podrían crear comportamientos nocivos”, sostuvo Swanson, como generar información sesgada y alucinaciones.

Los empleados revisan los resultados de sus agentes, dijo, pero la empresa aún está estudiando cómo puede hacerse esa supervisión de forma más sistemática.

Moody's: Agentes de análisis financiero que discrepan

Los agentes de IA se están convirtiendo en protagonistas de la investigación en Moody's, la empresa de análisis financiero y software con sede en Nueva York.

Muchos aspectos de la investigación, como las comparaciones sectoriales y el examen de los documentos presentados por las empresas ante la Comisión del Mercado de Valores, ya se subcontrataban a zonas de bajo coste fuera de EE.UU., explica Nick Reed, director de producto de la empresa. Ahora, parte de ese trabajo lo realizan agentes autónomos de IA, concretamente los que trabajan en colaboración con otros agentes.

La empresa ha desarrollado un total de 35 agentes, algunos para tareas menores como la gestión de proyectos, y los ha vinculado con agentes para supervisarlos, creando lo que Reed llama un “sistema multiagente”.

Los agentes de Moody's reciben instrucciones específicas, personalidades y acceso a datos e investigaciones. Como resultado, pueden llegar a conclusiones diferentes, especialmente en temas complejos como el análisis de la aptitud financiera de una empresa que parece saneada, pero se enfrenta a riesgos geopolíticos.

“Es casi un poco como tu capacidad como persona individual”, comentó Reed. “Lo que hemos averiguado es que un agente es mejor no haciendo varias cosas a la vez”.

EBay: Agentes que escriben código y venden artículos

EBay está utilizando agentes de IA para ayudar a escribir código y crear campañas de marketing. La empresa también tiene previsto lanzar agentes que ayuden a los compradores a encontrar artículos y a los vendedores a ponerlos en venta.

Para ello, el mercado en línea con sede en San José (California) ha creado su propio “marco de agentes”, que puede utili-

zar varios modelos lingüísticos de gran tamaño en segundo plano, según Nitzan Mekel-Bobrov, Director de Inteligencia Artificial de eBay.

Según Mekel-Bobrov, el marco de agentes funciona como un orquestador que dicta qué modelos de IA se utilizarán para determinadas tareas, como traducir código y sugerir fragmentos de código. A medida que sus agentes se vuelvan más sofisticados, podrán actuar de forma más autónoma, escribiendo más código por su cuenta, línea por línea, como lo harían los desarrolladores humanos, añadió.

“A medida que los empleados interactúan más y más con los sistemas, éstos aprenderán también sus preferencias específicas”, afirmó.

Deutsche Telekom: un agente “pregúntame lo que quieras” para los empleados

El gigante de las telecomunicaciones Deutsche Telekom, que cuenta con unos 80.000 empleados en Alemania, ha puesto en marcha un agente de IA para que sus empleados puedan hacer cualquier pregunta sobre políticas y beneficios internos, y para que su personal de servicio pueda hacer preguntas sobre sus productos y servicios.

Unos 10.000 empleados utilizan el agente de IA cada semana, según Jonathan Abrahamson, Director de Producto y Digital de Deutsche Telekom.

Deutsche Telekom también está experimentando con la posibilidad de que el agente, al que llama askT, realice tareas en nombre de los empleados, añadió Abrahamson. Un empleado que quiera reservar sus próximas vacaciones, por ejemplo, puede decirle a askT que introduzca la solicitud de vacaciones en el sistema de software de recursos humanos en su nombre.

Cosentino: la “plantilla digital” resuelve los problemas de los clientes

La empresa española Cosentino, que fabrica encimeras y otros materiales de piedra para viviendas y edificios, ha contratado a una “plantilla digital” de agentes de inteligencia artificial para suplir las carencias de su personal de atención al cliente, según Rafael Domene, Director de Informática de la empresa.

Cosentino llama a sus agentes “trabajadores digitales” porque así se les trata: tienen que tener una serie de conocimientos básicos, pero también reciben formación cuando llegan al trabajo. También se les instruye para que sigan un proceso estricto, y la empresa sabe si se salen de lo establecido, explica Domene.

Ahora, su “personal digital” ha sustituido por completo el trabajo de tres o cuatro personas que antes se ocupaban de tramitar los pedidos de los clientes, y ese personal se centra en otras áreas de servicio, según Domene. WSJ

Traducido del idioma original por PULSO.
