

La columna de...

NICOLÁS VILELA,
CEO DE ZTZ

El cambio cultural y la adopción de la IA generativa

En Latinoamérica, el 53% de los CEOs están contratando profesionales relacionados con la IA generativa, según datos del IBM Institute for Business Value, cuyo fin fue documentar la revolución transversal que la inteligencia artificial está provocando en las empresas y los principales desafíos que presenta para nuestra región.

Para ello, la entidad encuestó a más de tres mil directores ejecutivos de todo el mundo, proporcionando cifras interesantes para cada uno de los continentes. En América Latina, por ejemplo, el 43% de los CEOs espera redistribuir la fuerza laboral de sus compañías en los próximos meses debido a la llegada de la IA, mientras que el 74% determinó que el éxito de lo mismo dependerá más de su adopción como herramienta, que de la tecnología en sí misma.

El sondeo reveló más detalles relevantes. El 57% de los CEOs admitió que el desafío central para adoptar la IA generativa no es técnico, sino cultural, ya que para ellos su implementación traerá cambios significativos en el ámbito laboral, en particular, si acaso usar la IA y cómo hacerlo en su propia toma de decisiones y en toda su empresa. En este contexto, el 41% consideró que no será algo fácil, especialmente en lo que respecta a la comprensión de su impacto en las decisiones estratégicas de las organizaciones.

Otros números destacados se refirieron a las oportunidades de desarrollo, con el 67% de los CEOs dispuestos a asumir más riesgos que su competencia para obtener ventajas competitivas. Además, el 72% observó que las ganancias de productividad derivadas de la automatización son tan considerables que justifican aceptar los riesgos asociados. Quien no se arriesga no cruza el río.

Para mí, estas cifras sobre el panorama empresarial local son importantes por dos razones. Primero, porque destacan la importancia del cambio cultural que la IA generativa trae consigo. Recordemos que la gran aparición de este concepto, al alcance de todo el mundo, ocurrió hace menos de dos años. En poco tiempo, esta innovación ha penetrado industrialmente y hoy es un criterio para seguir, un punto de referencia. ¿Cómo será en una década más?

El segundo motivo es la relevancia que otorga a la manera en que puedan integrarse a las actividades de los empleados. Una que es manifestada en diversas áreas. Automatización de tareas repetitivas, análisis de datos y toma de decisiones, productividad, personalización y experiencia. Seguridad y cumplimiento, reclutamiento y retención de talento, innovación y desarrollo de productos, servicio al cliente, gestión del conocimiento y optimización de procesos, entre otros.

Y aunque la IA generativa está al alcance de todos, ya sea en el puesto de trabajo o en otro sitio, sin duda que necesita de una mayor incidencia para convertirse en una base dentro de las corporaciones. Según el IBM Institute for Business Value, el 76% de los gerentes expresó que en sus negocios la IA generativa no va más allá del uso experimental y el pilotaje. ¿Qué hacer para subir al siguiente nivel?

De acuerdo con mi experiencia en la atención de reclamos y el servicio al cliente, así como mi recorrido por el mercado latinoamericano y europeo, es necesario implementar formación y capacitación, demostrar el valor mediante casos de éxito, planificar a mediano y largo plazo, identificar áreas clave para su aplicación, invertir en tecnología, plataformas y herramientas, y mantener una retroalimentación continua con KPIs y métricas. Además, es crucial contar con un liderazgo comprometido en su desarrollo. De esta manera, alcanzaremos su éxito sostenible.