

Ediciones Especiales Completa: Soluciones Cognitivas e Inteligencia Artificial

Jueves, 28 de Diciembre de 2017 - Id nota:693534

Medio : El Mercurio
Sección : Ediciones Especiales
Valor publicitario estimado : \$2653650.-
Página : A10 y A11
Tamaño : 58 x 50

[Ver en formato web](#)

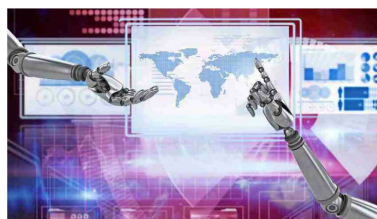
SOLUCIONES COGNITIVAS E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ANÁLISIS: Sobre las aplicaciones de Inteligencia Artificial en los negocios

“Una empresa podría buscar patrones de similitud en base a las transacciones de sus clientes, permitiéndole encontrar grupos similares que serán objeto de estrategias de marketing personalizadas”.



FOR DAVID DIAZ, académico del Departamento de Administración de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.



En el mundo de la Big Data y la transformación digital, cada vez es mayor el número de empresas que buscan en la Ciencia de Datos soluciones y herramientas para analizar y generar ventajas competitivas. Las empresas se han dado cuenta que sus bases de datos no solo sirven para llevar un registro contable de lo ocurrido, sino también que son una fuente de información valiosa respecto de sus trabajadores, clientes, competidores y proveedores. Más aún, cuando aquellos patrones son relativamente estables y confiables, les permiten anticiparse a lo que ocurrirá, dándose la oportunidad de mejorar su toma de decisiones, optimizando sus estrategias para el futuro.

Para que estos nuevos procesos de Inteligencia Empresarial ocurran se requiere no solo de bases de datos históricas ricas en eventos y registros del pasado, sino además de herramientas que permitan de manera eficiente encontrar y validar patrones, y que estos puedan ser transformados en modelos predictivos que se integren y convierten a todo nivel con los procesos de negocios. Este grupo de herramientas incluye el Aprendizaje de Máquinas (Machine Learning), el cual es una rama de la Inteligencia Artificial.

Por ejemplo, una empresa podría buscar patrones de similitud en base a las transacciones de sus clientes,

EDICIONES ESPECIALES EL MERCURIO CL
SANTÍAGO DE CHILE
JUEVES 28 DE DICIEMBRE DE 2017

permiéndole encontrar grupos similares que serán objeto de estrategias de marketing personalizadas. Además, se podría complementar dicho análisis con algoritmos de búsqueda de asociaciones y co-ocurrencias. Estos revisarían la data en búsqueda de “patrones interesantes”, que probablemente pasarían desapercibidos para un humano, dada la gran combinatoria de escenarios a analizar.

Algoritmos así se ocupan diariamente en sistemas automatizados de recomendación, los que hacen sugerencias del tipo: “Dado que llevas el perfume X, te recomendamos las zapatillas Z”. De la misma forma, es posible encontrar escenarios de eventos interesantes: “Dado que pasó A, es probable que ahora ocurra B o C”, patrones que pueden ser utilizados para generar estímulos que favorezcan la recompra, la fidelización, o la liquidación de inventarios, o “Dado que compraste puertas y ventanas, te ofrecemos un descuento si vuelves antes de una semana a comprar pintura de puertas y ventanas”.

Luego, en la medida que estos patrones sean recurrentes, es posible utilizar algoritmos de Machine Learning para generar modelos predictivos. Así es posible realizar modelos predictivos de infinidad de eventos, variables y situaciones que sean de utilidad para la empresa. Algunos de las aplicaciones más típicas en el área de Finanzas incluyen la predicción de fraude, riesgo, tasas de interés, y rebotes accionarios; en el área de marketing la predicción de fuga de clientes, recompra, y respuesta positiva a campañas; en el área de gestión de personas la predicción de fuga de talentos, potencial de liderazgo, y ambiente laboral; en el área de operaciones predicciones de demanda, inventarios, atraso o puntualidad de entrega, etc.

Por último, los algoritmos nos permiten encontrar patrones en

data en formato numérico, pero, además, ya han cruzado la barrera de la data “estructurada” a la “no estructurada”. En este último grupo se incluyen, el análisis automatizado de textos que nos permite determinar la cantidad de sentimiento en positivo o negativo en un tweet o noticia, encontrar el punto de servicio problemático mencionado por un cliente en un reclamo, nombrar a la persona clave que logró salvar un problema reportado a través de WhatsApp. También se incluye el análisis automatizado de imágenes y videos, el cual nos permite leer patrones, identificar personas (incluso cuando no están mirando a la cámara), identificar productos en una galería, etc.

Los modelos predictivos actuales pueden utilizar ambas fuentes de datos para mejorar sus niveles de acierto, y ya existen, por ejemplo, aplicaciones de predicción de fuga de clientes que no tan solo analizan el comportamiento transaccional y características sociodemográficas, sino también la data de reclamos e interacciones recibida a través de los diferentes canales de comunicación con los clientes. La próxima vez que navegue o compre por internet, converse por WhatsApp, suba una foto a facebook, entregue su RUT o tarjeta de puntos en tienda, o baje una aplicación de celular y acepte las condiciones de uso sin leerlos detenidamente, seguramente su data estará alimentando estos y muchos otros modelos similares.



BeSmart.
SMART BUSINESS SOLUTIONS

Empresa líder en el desarrollo e implementación de soluciones inteligentes para optimizar decisiones de negocio.

Mejore su negocio aplicando inteligencia artificial.

be smart company | info@besmart.cl | +56 2 2415 3478

BESMART: Soluciones basadas en Inteligencia Artificial

Destaca que las compañías han adquirido soluciones de Big Data y productos On Cloud, además tienen la necesidad de contar con Machine Learning en tiempo real.

Dar valor agregado a las empresas mediante el conocimiento precluido de sus clientes, a través de aplicaciones que aprenden de la experiencia de situaciones (Machine Learning o Aprendizaje de Máquinas), aplicando el conocimiento adquirido a escenarios que se le presentan en el futuro, es el foco de BeSmart.

“Así, una empresa podría enseñarle al sistema cuál ha sido el comportamiento histórico de clientes que han aceptado una oferta, para que aprenda en forma automática que clientes aceptaron una oferta que les enviamos hoy”, explica Stephen Cressall, gerente general de BeSmart.



Stephen Cressall, gerente general de BeSmart.

Cabe destacar que el Machine Learning puede ser en tiempo real. La web de un retail puede ofrecer al cliente un descuento sobre un producto adicional en el momento de pago; una vez que esta oferta es aceptada o rechazada el sistema de Machine Learning aprende la respuesta para optimizar el criterio de decisión.

Al respecto, comenta que las ventajas principales del Machine Learning son que el proceso es automático, se descubren patrones de comportamiento sobre millones de datos y cientos de variables y entrega un valor que permite estimar la utilidad esperada al ejecutar una acción.

En este contexto, BeSmart ofrece soluciones de negocio basadas en modelos predictivos construidos con técnicas de Inteligencia Artificial para que los clientes tomen mejores decisiones. “Nuestras soluciones incluyen las mejores prácticas de la industria condensadas en plantillas que aseguran una rápida implementación”.

Entre ellas, Smart Risk, solución para optimizar la gestión en cada etapa del ciclo de crédito, minimizando los riesgos de no pago; Smart Marketing, para

reducir la fuga de clientes, aumentar las ventas con ofertas de venta cruzada y administrar las campañas de marketing de forma eficaz; Smart Digital Marketing, permite realizar el contacto con el cliente utilizando SMS, email o notificaciones Push, y Software, ofreciendo plataformas de clase mundial como IBM SPSS Modeler e IBM Campaign, entre otras.

MARKETING

Cressall sostiene que las empresas tienen dificultad al administrar campañas de marketing, pues sin un estándar resulta complejo mantener un sistema. “Gracias a Smart Marketing las compañías establecen una metodología que permite ordenar el proceso, definir mejores ofertas y generar informes de la evaluación de las campañas. Con Smart Digital Marketing, por su parte, adquieren un canal inteligente de contacto que les permite saber, por ejemplo, si un cliente abrió un email promocional, le generó interacción positiva o enviar una oferta a un cliente que pasa por un lugar específico”.

Al respecto, destaca que en el último tiempo las empresas han adquirido soluciones de Big Data y productos On Cloud, pero lo cual lo que ofrece BeSmart se adapta completamente. “También ha evolucionado la necesidad de contar con Machine Learning en tiempo real”.

BeSmart ofrece también a las empresas varios servicios. Entre ellos, Consultoría, orientado al desarrollo e implementación de una solución; Coaching, transferencia de knowhow para habilitar a los miembros de una organización para desarrollar una solución analítica; Support, es el único Support Provider oficial de IBM SPSS en Chile, brindando soporte local, por lo que puede asistir en forma presencial o remota e incluso resolver requerimientos complejos relacionados con el software, y Capacitación, cuenta con talleres que han dictado más de 2.000 horas en cursos.

Los clientes de la compañía provienen de las industrias bancarias, aseguradoras, retail y telecomunicaciones. “Cada rubro tiene necesidades de análisis predictiva que son abordadas con Smart Risk y Smart Marketing”.

**SOLUCIONES COGNITIVAS
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL**

EDICIONES ESPECIALES/MERCURIO CL
SANTIAGO DE CHILE
VIERNES 28 DE DICIEMBRE DE 2017
EL MERCURIO

NUEVAS TECNOLOGÍAS COGNITIVAS:

Nimatec entrena robots para ofrecer plataformas de asistentes virtuales

La compañía entrega el servicio de habilitación, gestión y administración de la Inteligencia Artificial que permite a las compañías automatizar la atención al público.

"En Nimatec clonamos el cerebro de tu mejor ejecutivo de atención y lo colocamos dentro de una máquina". De esta forma, Mauricio Reyes, gerente general de esta empresa de Inteligencia Artificial, explica el proceso de diseño en el que un robot se convierte en el asistente virtual que mejor puede atender y resolver distintas consultas y problemáticas de los clientes.

Se trata de un servicio de habilitación, gestión y administración de la plataforma de Inteligencia Artificial, que permite a las compañías automatizar la atención al público.

La gestión es posible gracias a la capacidad de Nimatec de armar soluciones a la medida de cada realidad. El servicio se basa en la aplicación de nuevas tecnologías cognitivas que la empresa tiene disponibles dentro de los catálogos de Inteligencia Artificial de IBM Cloud, Microsoft Azure, Google y/o Amazon.

CLIENTES: BANCOS Y COMPAÑÍAS DE SEGUROS

Hoy, los principales clientes de Nimatec son bancos, cajas de compensación, compañías de seguros, call centers o outsourcing de mesas de ayuda. "Logramos que las empresas ingresen a este nuevo mundo, incorporando las nuevas tecnologías, aplicando innovación, de manera ágil y evaluando el servicio a lo largo del tiempo", describe Reyes.

Según su experiencia, una vez que las compañías comienzan con uno de estos servicios, empiezan una escalada



Equipo Nimatec: Carlos Fariás, gerente de tecnología e innovación, y Mauricio Reyes, gerente general.

por tratar de incorporar esta solución en más ámbitos de acción, y "eso es una transformación positiva muy interesante para el mercado chileno". Nimatec busca entregar servicios de calidad que dignifiquen la atención de las personas, en donde revisar un caso personal sea una realidad posible, obteniendo respuestas

con conocimiento de causa, sin contratiempos, sin eternas derivaciones, con los más altos estándares de atención al público. "Actualmente tenemos en funcionamiento asistentes virtuales que se comunican en lenguaje natural (chileno) con las personas, que permiten resolver problemas, obtener respuestas

a consultas generales o abrir un caso para conseguir una resolución".

ASESOR VIRTUAL EN LOS NUEVOS TIEMPOS

Para Nimatec, el uso de la Solución de Asesor Virtual o del agente robot por parte de las empresas, es una forma de adecuarse a los tiempos de hoy.

Según Carlos Fariás, gerente de tecnología e innovación, "las nuevas generaciones son mucho más proclives a chatear o enviar audios en vez de realizar llamados telefónicos o llenar los esteros y olvidados formularios". Por eso, agrega, "las compañías están buscando habilitar todas las nuevas formas de comunicación posible con sus respectivas audiencias".

Además, el uso cotidiano de robots inteligentes como asistentes con búsqueda semántica y tecnología para entender lenguaje natural, es una capacidad que los smartphones y celulares de alta gama ya entregan. Ejemplos de estos servicios son Siri de Apple, Cortana de Microsoft, Google Now o Alexa de Amazon Echo.

Explica que Nimatec posee tres grandes ventajas. "La primera es que somos capaces de entregar estas soluciones con un excelente time to market, es decir, en pocas semanas podemos tener una versión funcional del Asistente Virtual".

La otra ventaja, añade, es que "somos capaces de dar una atención masiva con respuestas personalizadas, gracias a la capacidad de integración

que tenemos hacia los sistemas del cliente".

A su juicio, se puede entregar la misma respuesta que podría otorgar un ejecutivo de atención. "Intercambiamos con los mismos sistemas y pantallas para obtener la información necesaria y formular así una respuesta personalizada".

Además, el servicio de Nimatec permite que las personas puedan comunicarse con los robots a través de una llamada telefónica, un email, un webchat o recibir respuestas en redes sociales como Twitter y Facebook.

NUEUVO PROYECTO MINERO

Entre los principales desafíos futuros de Nimatec, está el diseño de un proyecto en minería, dedicado al reconocimiento de imágenes y la toma de decisiones con criterio experto en tiempo real. "Adicionalmente, es posible agregar servicios de mayor valor. Y es así como Nimatec puede incorporar un optimizador de decisiones para que el Asistente Virtual ayude a la persona a decidir entre distintas alternativas. Es decir, que sea capaz de recomendar la mejor opción para cada caso", describe Mauricio Reyes.

Por otra parte, resalta que la compañía es capaz de conectar la Inteligencia Artificial a documentos, información general o manuales técnicos, de manera que la persona pueda realizar una consulta compleja y recibir una respuesta precisa. "Qué papelito necesito presentar para abrir un bar en Buenos Aires es que la Inteligencia Artificial sea capaz de entregar la información, dado que tiene acceso a las ordenanzas, leyes, y normativas en torno a ese tema", concluye.



CLONAMOS EL CEREBRO DEL MEJOR EJECUTIVO

**HERRAMIENTAS COGNITIVAS
INTELIGENCIA ARTIFICIAL
MACHINE LEARNING**

- ➔ Voicebot: Asistente robot telefónico
- ➔ Chatbot: Asistente Virtual vía chat
- ➔ Comunicación en lenguaje natural (chileno)
- ➔ Canales: redes sociales, email, teléfono y website corporativo.

IBM
Registered
Business Partner

Evaristo Lillo 78 - Oficina 22
Las Condes, Santiago. www.nimatec.cl Gral. Calderón 121, Local 101, Providencia.
Edificio Cajas Los Andes.