

Cuatro tendencias que pondrán a prueba a la analítica e Inteligencia Artificial

La innovación tecnológica está jugando un papel fundamental en prácticamente todos los rubros y actividades cotidianas. Lo cierto es que, con el paso de la pandemia, los retos son cada vez más desafiantes. Para ello, aplicar Inteligencia Artificial (IA) o analítica en los procesos organizacionales ayudará a mantener el equilibrio.

“Hoy en día y de cara al futuro, compañías de cualquier tamaño y rubro necesitan ser más predictivas para brindar soluciones adecuadas y satisfacer a sus clientes”, comenta Cristian Troncoso, Sales Manager SAS Chile.

Comprender y anteponerse a situaciones es clave para que tanto empresas financieras, de retail o lugares de trabajo puedan elevar sus servicios. Es por ello que SAS te enseña cuáles son los rubros que más necesitarán de IA y analítica este año.

Empresas y ética en IA. Más allá de principios, debería ser una obligación para que los negocios se basen en la confianza y transparencia. Esto significa que las compañías integren IA de forma responsable en todos sus procesos desde el principio para lograr grandes ventajas competitivas. Su rápida adopción permitirá aumentar el grado de personalización y poner mayor foco en el cliente, sin embargo, esto será posible si la operación de modelos se extiende para desplegar, gobernar, monitorizar y gestionar los modelos de machine learning eficientemente.

Cadenas de suministro. Sabemos que el sector retail se ha enfrentado a grandes desafíos, no solo con el aumento de compras en el comercio electrónico, sino también por las complejidades de traslado de sus productos en el mundo y la escasez de contenedores y chips.

Para este 2022, se espera que haya bajos inventarios, alta demanda y falta de stock. Es por ello que las compañías deben usar la analítica para prever la demanda de sus consumidores. De esta manera sabrán si serán capaces de responder de forma ágil a los cambios de sus preferencias o a los fallos externos.

Por otro lado, este sector también debe prepararse ante los ciberataques que son cada vez más frecuentes. “Los cibercriminales se aprovechan de las confianzas entre empresas y proveedores para robar información. Esto pasa, principalmente porque en los últimos dos años los controles físicos de inventario han disminuido. El rol de la analítica será clave para transformar las cadenas de suministro, ya que permite una mayor atención a los procesos de adquisición, tales como la identificación de licitaciones fraudulentas y el cumplimiento de contratos”, explica Troncoso.

Sostenibilidad. Este tema ha liderado la preocupación tanto de ciudadanos como compañías que hoy buscan ser más conscientes de su impacto y consecuencias económicas. Las empresas se enfocarán cada vez más en iniciativas de descarbonización para apoyar sus procesos de cumplimiento normativo y de planificación estratégica. En este sentido, las organizaciones le darán gran importancia a la analítica para obtener nuevos datos, desarrollar nuevos modelos, elaborar informes y realizar simulaciones para futuros escenarios.

Ofrecer nuevas experiencias. La relación con los clientes se debe reforzar porque son cada vez más exigentes. La aceleración de la digitalización ha llevado a un modelo híbrido en la relación con el consumidor, dando énfasis a la experiencia final. Para lograrlo, los negocios deben enfocar sus estrategias de datos en un plan ambicioso que otorgue experiencias personalizadas. El uso de IA y analítica avanzada ayudará a la toma de decisiones para transformar las relaciones con clientes basadas en la anticipación.

El mundo como lo estamos viviendo, con una acelerada digitalización y un alto uso de tecnologías predictivas, seguirá siendo el objetivo de todas las organizaciones a nivel mundial. Sin importar el rubro, la experiencia al usuario y el apoyo a las nuevas necesidades sociales marcarán la pauta a partir de este año.