



CENTRO
INNOVACIÓN Y
EMPRESARIADO

INTELIGENCIA ARTIFICIAL: FORMAS DE MEDIR SU IMPACTO EN LOS NEGOCIOS

OCTUBRE | 2022

La inteligencia artificial (IA) está en transición, tanto como tecnología como en cómo se usa. Las empresas están sacando cada vez más a los pilotos de IA de los laboratorios de pruebas y desplegándolos a escala, y algunos ya están viendo beneficios significativos en sus resultados. Independientemente de cualquier incertidumbre en torno a la inteligencia artificial, ignorar su potencial plantea el riesgo de que las empresas que hacen negocios a la antigua usanza se hundan.

Para muchas organizaciones, sin embargo, el valor derivado de la IA puede ser difícil de alcanzar. Sus modelos de negocios podrían no estar sintonizados, sus bases de datos pueden no ser lo suficientemente grandes o los clientes pueden ser recelosos. También hay preocupaciones sobre el sesgo, la ética y la transparencia. Empujar una iniciativa de IA a la producción antes de que esté lista, o expandir una estrategia de IA más allá de una fase inicial antes de investigar adecuadamente sus resultados puede costar dinero a una empresa, o peor, enviarla en una dirección perjudicial para el negocio.

Entonces, ¿cómo saber si un proyecto de IA transformará o saboteará tu empresa? Sin números de ROI seguros, las empresas tienen que diseñar mecanismos para medir la IA con algún grado de certeza. Este artículo¹ de *CIO from IDG*¹ destaca las estrategias utilizadas por los líderes y expertos de la industria para calcular el valor de la inteligencia artificial.

Tecnologías maduras vs innovadoras

Medir el valor comercial de cualquier iniciativa o tecnología no siempre es un cálculo lineal. La IA no es una excepción, especialmente cuando se tienen en cuenta los grados de madurez y el potencial empresarial. Las variables probadas y predictivas - como la minería de datos, el ahorro de costos y capacitación, la inversión y la capacidad de facilitar nuevos usos - influyen en las decisiones cuando se trata de un ROI aceptable, pero es esencial confiar en la tecnología, sin importar cuán nueva o establecida sea.

Por ejemplo, en el Laboratorio de Retropropulsión (LRP) de la NASA, el factor clave para medir el ROI de un proyecto de IA es la madurez tecnológica. Utilizando herramientas disponibles como DataRobot y Google Cloud, ellos determinan si vale la pena invertir en una tecnología en particular, y si la organización se ahorrará costos,

¹ Este resumen se basa en el artículo "Measuring the business impact of AI" de Maria Korolov.. CIO from IDG, 2022. Disponible en: https://www.cio.com/article/405620/measuring-the-business-impact-of-ai.html?utm_source=adestra&utm_medium=email&utm_content=titlemeasuringthebusinessimpactofai&utm_campaign=ciousanalyticsandmachinelearningreport&utm_term=ciouseditorialnewsletters&utm_date=20220908134923&huid=28eedf43-17bb-4b96-b347-4e5e42e09ace

tiempo y recursos. Para las tecnologías con un nivel de madurez medio, LRP analiza si la tecnología tiene la capacidad de habilitar nuevos casos de uso y a qué costo.

Para las tecnologías de IA que son más experimentales y la medida del éxito es si permiten que se hagan nuevas ciencias y se escriban y publiquen nuevos artículos. Empresas como Google y Microsoft tienen fácil acceso a volúmenes gigantes de datos, pero para otras empresas las bases de datos son difíciles de adquirir y requieren expertos de nivel de doctorado para analizarlo y construir modelos.

Medición de la IA y sus esferas de influencia

Cuando no hay una forma directa de medir el impacto empresarial de un proyecto de IA, las empresas extraerán datos de indicadores clave de rendimiento (KPI). Estas variables proxy típicamente se relacionan con los objetivos de negocio y pueden incluir la satisfacción del cliente, el tiempo de comercialización, o las tasas de retención de los empleados.

Ejemplo de ello es Atlantic Health System, donde los pacientes son el centro de todas las decisiones, dice Sunil Dadlani, su vicepresidente senior y CIO. Por lo tanto, en muchos sentidos, el retorno de la inversión en IA se mide observando las mejoras en la atención al paciente. Estas métricas centradas en el paciente incluyen una reducción de la duración de la estadía, un tiempo más rápido para el tratamiento, verificaciones de elegibilidad de seguros más rápidas y autorizaciones de seguro previas más rápidas, dice.

En RSM, la quinta empresa de contabilidad más grande de los Estados Unidos, las inversiones de IA siguen dos caminos estrechamente conectados: uno es de productividad y herramientas que ayudan a los empleados a ser mejores en sus trabajos. El otro camino son las mismas o similares herramientas pero utilizadas por los clientes.

Foco en los beneficios económicos

Medir el éxito de la IA también puede ser subjetivo. Evaluar un proyecto de IA es tanto un arte como desarrollar la IA misma. Sin embargo, es importante poder explicar el impacto que la IA está teniendo en los negocios. En este sentido, los KPI no deben establecerse en torno al modelo en sí, sino en las métricas de negocios y personas que deben ser los objetivos finales del proyecto. De lo contrario, puede ser demasiado fácil elegir una métrica técnica que parece mostrar éxito, pero en realidad no se traduciría en un impacto efectivo en la empresa.

Por ejemplo, si un proyecto de IA fue diseñado para mejorar algo que ya estaba mejorando por otras razones, entonces se necesita un grupo de control para determinar cuánto de la mejora se debe realmente a la IA.

Medición incremental del éxito

La automatización que conduce a la reducción de costos es la forma más fácil y clara de mostrar los beneficios económicos de la IA, dice Sanjay Srivastava, estratega digital jefe de Genpact, una empresa global de servicios

profesionales. Pero la IA también puede facilitar nuevas fuentes de ingresos, o incluso transformar completamente el modelo de negocio de una empresa. Además de la optimización de la cadena de suministro, otras medidas de progreso a corto plazo pueden incluir la satisfacción del cliente.

Alineación con la visión estratégica

Luego está la realidad de que, a corto plazo, algunos proyectos de IA pueden perjudicar el resultado final, pero siguen siendo importantes y transformadores a largo plazo. Por ejemplo, una empresa que implementa un chatbot de servicio al cliente puede eliminar tareas mundanas. "Pero los chatbots pueden ser dañinos porque algunas personas son buenas para vender y quieren interactuar con la gente", dice el analista de Gartner Whit Andrews. "Así que la organización podría no querer eso."

Se remonta al tipo de compañía que quieres ser, dice. "En algún momento, tienes que preguntar si eres el tipo de empresa que si una entrega se fastidia, por ejemplo, los clientes pueden llamar para preguntar dónde está y te involucras con ellos y luego tratar de venderlos para obtener el producto una vez al mes." Si la organización está comprometida con la transformación impulsada por IA con un ROI para respaldarla, y tiene una visión de centrarse en el cliente, entonces podría mirar más allá del golpe inmediato a la línea de fondo hacia otros indicadores potencialmente más significativos.

"Una organización más automatizada puede ser más exitosa porque está aumentando la cuota de mercado", dice Andrews. "Pero puedes desarrollar tus datos para que puedas llegar a alguien en un momento que sea más relevante para ellos. Si hay algo que puedes señalar y decir, la lógica solo nos dice que esto hará que nuestro cliente sea más feliz y nuestros trabajadores más exitosos."