

Cómo romper con la actitud de la «IA como experimento» y acelerar la obtención de beneficios



Estas seis tácticas pueden ayudar a tu organización a avanzar con confianza hacia la fase siguiente de la inteligencia artificial.

A medida que la inteligencia artificial (IA) prosigue su rápida evolución, las organizaciones de todos los sectores se están dando cuenta de la necesidad urgente de aprovechar su potencial para mantener su ventaja sobre la competencia. Sin embargo, en un estudio reciente en el que se analizaba la situación de los líderes tecnológicos en su proceso hacia la IA, el 44 % de ellos manifestó que todavía se encontraban en las primeras fases piloto de la tecnología.¹

Aunque llevar a cabo experimentos de IA a pequeña escala es útil, resulta sencillo quedarse atrapado en el bucle de la exploración sin alcanzar el esquivo objetivo de obtener resultados empresariales medibles. ¿Cómo salir del entorno de pruebas e impulsar tus proyectos de IA con confianza?

«Nos encontramos en un punto interesante respecto al pasado año, ya que la visibilidad de los sistemas de IA generativa ha despertado la sensación de urgencia en todo los ámbitos. La presión para superar el ciclo de la prueba de concepto y mejorar la obtención de beneficios es todavía más fuerte que hace un par de años», señala Katy Evertson, directora de sectores verticales de IA para Hewlett Packard Enterprise.

¹ [«El proceso hacia la inteligencia artificial: historias desde la trinchera»](#), HPE, febrero de 2024

Según Joe Fuchs, director internacional del sector vertical de la IA para la división de servicios financieros y seguros de HPE, las preocupaciones relacionadas con la seguridad y el cumplimiento son un motivo principal por el cual las empresas, en especial las del sector de servicios financieros, se muestran reacias a llevar sus experimentos de IA al siguiente nivel. En lugar de ello, se están conteniendo a la espera de ver lo que van a hacer los demás.

Aunque un cierto grado de precaución es comprensible, Fuchs afirma que esos que se están conteniendo corren el riesgo de quedarse atrás. «Llevar un experimento genial a la fase de producción real se puede lograr con un plan claro, el conjunto de herramientas correcto y el equipo multidisciplinar adecuado», señala Fuchs.



He aquí seis estrategias que puedes utilizar para ayudar a cambiar esa mentalidad de experimento a pequeña escala y convertir la IA en uno de los ejes centrales de tu empresa.

Identifica los problemas de tu organización


El primer paso es centrarse en las necesidades empresariales, señala Fuchs. Para muchas organizaciones, los factores principales para la adopción de la IA y la experimentación subsiguiente están relacionados con el aumento de la eficacia, la optimización de la productividad y la aceleración del crecimiento empresarial.

«Debes seleccionar cuidadosamente los primeros casos de uso que más te convengan, en los que es más probable que obtengas un gran valor empresarial con un riesgo bajo. Algunos de los casos de uso que aportan más valor se están retrasando debido a los riesgos y a la normativa. A partir de ahí, necesitarás tener en cuenta la viabilidad técnica, los recursos, los riesgos potenciales, la escalabilidad y el modo en que se alinea con los indicadores clave del rendimiento», comenta Fuchs.

A medida que tus necesidades empresariales evolucionen, así lo harán tus iniciativas de IA. La capacidad de adaptación es clave para que tu empresa pueda asimilar los cambios potenciales del mercado, los cambios normativos, las expectativas de los clientes y los avances tecnológicos.

Conforma un equipo que tienda puentes entre la tecnología y la empresa

Para dejar atrás la experimentación en beneficio de los casos de uso más complejos, necesitas un equipo de IA avanzado con algo más que conocimientos tecnológicos expertos. Tanto si has formado un equipo interno o trabajas con un partner externo, un equipo de IA con posibilidades de éxito requiere una colaboración multidisciplinar entre el departamento informático, las unidades de negocio y los expertos en inteligencia artificial y aprendizaje automático, con independencia del lugar donde se encuentren.



Los equipos deben combinar la experiencia en IA específica sobre datos con un profundo conocimiento del sector para maximizar su valor.

Muchas organizaciones están incorporando la figura de un responsable de IA para que dirija su equipo de IA y supervise la estrategia en materia de IA a fin de garantizar que esté en línea con los objetivos empresariales.

«En IA, donde las innovaciones se producen en la intersección entre tecnología y creatividad, un líder fuerte es como una brújula: marca la dirección, orienta al equipo hacia unos objetivos comunes e infunde un sentimiento de finalidad que trasciende las simples tareas de codificación. Los líderes de IA entienden que el éxito no es solo cuestión de algoritmos y modelos. Consiste en interpretar patrones, prever posibilidades y adaptarse con rapidez a unas necesidades empresariales en constante cambio», afirma Evertson.

Alinéate con las herramientas para maximizar la productividad y minimizar los costes

En lo que respecta al entorno de pruebas de la IA, todos tienen sus preferencias en cuanto a herramientas, lo que ha provocado división, confusión y duplicación de esfuerzos en muchas organizaciones. Aunque este enfoque probablemente esté bien para experimentos pequeños, no es ni eficiente ni rentable a medida que maduran las iniciativas de IA.

A la hora de elegir entre invertir en modelos de IA internos o subcontractarlos, será necesario que las organizaciones tengan en cuenta una serie de consideraciones. Por ejemplo, respecto a los datos, ¿tienen que residir en un centro de datos por motivos de privacidad o gobernanza? ¿Podrían trasladarse a la nube pública? ¿Qué protecciones deben implementarse?

«En una organización de mayor tamaño, seguir la pista a los numerosos experimentos de IA y al hardware y software implicados en cada uno de ellos, puede resultar realmente complicado. Los datos empiezan a parecer espaguetis», indica Fuchs.

Proporcionar a los expertos en la materia un conjunto estándar de herramientas y modelos preconstruidos facilita y agiliza la tarea de perfeccionar la IA durante el proceso de prueba para que pueda llegar a la fase de producción. «Cuanto antes puedas contar con ellos, antes llegarás a tu destino», comenta Fuchs.

Del entorno de pruebas a la fase de producción

Una vez que tengas claro los objetivos, el equipo adecuado y las herramientas estén alineadas, será el momento de sacar tus iniciativas de IA fuera del entorno de pruebas para validarlas en un entorno de producción.

«Es posible que realices un experimento en el equipo de investigación y que funcione genial. Sin embargo, es posible que no sean expertos en el dominio de tus líneas de negocio particulares», señala Fuchs.

La única manera de saber si tu modelo de IA realmente va a funcionar en la empresa en su sentido más amplio es ponerlo en manos de aquellos que conocen los procesos empresariales del día a día.

Para acelerar la obtención de beneficios, Evertson añade que resulta útil comunicar con claridad a los usuarios los objetivos y beneficios empresariales. También necesitarás ofrecer herramientas intuitivas y fáciles de manejar, formación, soporte y canales para la formulación de comentarios que reduzcan todo lo posible la complejidad de los programas de IA.

Obtén la aceptación de las partes interesadas

Para acelerar la obtención de beneficios, es fundamental contar con el respaldo del liderazgo ejecutivo. La dirección analizará en detalle los riesgos, las normativas y los costes asociados con las iniciativas de IA, por tanto, los responsables de IA deberán estar preparados para abordar estas inquietudes.

Fuchs afirma que la mejor manera de conseguir la aceptación es demostrar que tu solución de IA se ha desarrollado con componentes y proveedores con los que hayas trabajado previamente y que puede ofrecer respaldo empresarial, funcionar dentro del marco de tus políticas de TI y ayudar a acortar los largos procesos de certificación de nuevo hardware y software.

«En aras de mejorar la obtención de beneficios, necesitas demostrar de qué manera vas a aprovechar las interfaces y los datos existentes. O, si necesitas diseñar algo nuevo, tendrás que demostrar cómo lo harás de una forma estratégica, para no tener que empezar de nuevo desde cero más adelante», añade Fuchs.

Para asegurarte el presupuesto y los recursos adecuados, necesitarás escalar de forma inteligente. Es posible que algunas iniciativas de IA requieran una inversión de capital en recursos de computación internos, mientras que los modelos de pago por consumo suelen funcionar mejor si tus objetivos son más modestos.

Considera un enfoque de partner

La IA requiere una cantidad importante de poder de computación y no todas las empresas disponen de los recursos o desean desarrollar por ellas mismas estas tecnologías. De manera creciente, los proveedores edge-to-cloud están ofreciendo productos de IA a escala que ayudan a las organizaciones a maximizar con eficacia sus iniciativas de IA, optimizar los costes de infraestructura y garantizar que los datos sean fiables y estén protegidos, sea cual sea el punto en el que se encuentren en su proceso hacia la IA.

Por ejemplo, un fabricante de automóviles europeo se asoció con HPE para gestionar los datos que procesa en su intento de fabricar los coches autónomos impulsados por IA más seguros del mundo. Los vehículos autónomos precisan grandes cantidades de datos para entrenar un cerebro de inteligencia artificial capaz de conducir un coche de manera segura. El fabricante de automóviles estuvo recopilando gigabytes de datos cada segundo a partir de sus coches de prueba y generó más de 50 terabytes por coche y día. Los datos necesitaban validarse para comprobar su precisión y así garantizar que la inteligencia artificial estaba aprendiendo los comportamientos correctos, todo un desafío de computación.

Una solución de IA basada en la nube desarrollada por HPE proporcionó al fabricante de automóviles la capacidad de procesar todos esos datos con rapidez y seguridad, lo cual le permitió mantener la ventaja respecto a la competencia sin tener que invertir en recursos de IA locales. También les proporcionó la flexibilidad y la escalabilidad necesarias para crecer a medida que el mercado mundial de vehículos autónomos se expande.

Sin riesgo no hay recompensa

La velocidad a la cual avanza la IA puede resultar emocionante y también abrumadora, dependiendo de lo preparado que estés para aprovechar su potencial. Aunque algunas empresas acaban de empezar su proceso hacia la adopción de la IA, muchas otras ya la han integrado por completo en su estrategia empresarial. Si quieren mantenerse por delante de la competencia, las empresas ya no pueden permitirse hacer incursiones interminables en pequeños experimentos.

«Para tener éxito en el mundo de los negocios de hoy en día, el uso de la IA no es solo una opción, es un imperativo estratégico. Las empresas que adoptan y aprovechan con confianza el poder de la IA, no solo están superando a la competencia, sino que también están dando forma al futuro de los negocios tal y como los conocemos», afirma Evertson.

Más información en

[HPE.com/AI](https://hpe.com/AI)

Visita [HPE GreenLake](#)

 **Chatear ahora**