

ESPACIO FONRES

FonresRSE
@FonresSA
www.fonres.com



La IA y las empresas.

Un informe de Accenture que explora cómo la tecnología transformará la forma de trabajar y vivir de las personas, a medida que los mundos físico y digital se vinculan y fusionan cada vez más.

“El objetivo no es introducir pequeñas mejoras poco a poco, sino hacer realidad un cambio radical”. Así expresa el reciente informe Technology Vision 2023 publicado por Accenture al referirse al papel de las empresas en torno a la nueva realidad atravesada por los grandes avances tecnológicos recientes.

Se trata del documento titulado “Cuando los átomos se cruzan con los bits. Los cimientos de nuestra nueva realidad” donde se exploran las cuatro tendencias que están detrás del contexto actual, como así también los pasos que deberán dar las empresas para alcanzar el éxito en ese marco. “Todo está cambiando. La nueva oleada de transformación empresarial supondrá dejar de crear capacidades digitales aisladas para empezar a poner los cimientos de una nueva realidad: una realidad mixta que combine nuestra existencia física de átomos con nuestra vida digital de bits” mencionan y agregan: “el auténtico valor de esta convergencia está en la creación de algo totalmente nuevo”.

Paul Daugherty, director ejecutivo de Accenture Technology, aseguró: “La próxima década estará definida por tres megatendencias tecnológicas -la nube, el metaverso y la IA- que, colectivamente, colapsarán la distancia entre nuestros mundos digital y físico”. Así, alentó a los líderes para aprovechar al máximo la inteligencia artificial y para ello enfatizó: “deben sumergirse en esta nueva tendencia”.

La IA y el trabajo

En cuanto a la Inteligencia Artificial, la apertura al público de modelos como Chat GPT captaron la atención en torno al poder de esta innovación para aumentar las capacidades humanas. Las es-

timaciones de Accenture indican que hasta el 40% de todas las horas de trabajo contarán con el respaldo o el apoyo de modelos de inteligencia artificial basados en el lenguaje. De hecho, el 98% de los líderes empresariales encuestados está de acuerdo en que estos modelos desempeñarán un papel importante en las estrategias de su organización entre los próximos tres y cinco años.

Los autores del documento señalan que a pesar que en la actualidad vivimos en un mundo digital útil y variado, todavía no se ha conseguido compaginarlo con el físico. “Problemas de identidad digital e interoperatividad de datos hacen que la gente se sienta abrumada por la tecnología y temerosa de quedar expuesta a nuevos riesgos y fraudes” explican. En este marco, añaden como ejemplo, que muchas empresas que digitalizaron a toda su plantilla están perdiendo empleados y tienen problemas para encontrar un modelo de trabajo híbrido. “Y ni siquiera hemos tenido en cuenta el efecto directo de nuestras iniciativas digitales sobre el mundo físico, como el hecho de que solo en 2022 se tiraron unos 5000 millones de teléfonos móviles o que, pese a todas sus ventajas, el uso del cloud ha superado a las aerolíneas comerciales en su contribución a las emisiones globales de CO2” remarcan. Parece haber una clara desconexión entre los mundos digital y físico, por ello, desde Accenture afirman que no es de extrañar que la fusión de ambos empiece a verse como el factor que marcará la innovación durante la próxima década. “Se están poniendo los cimientos de esta nueva realidad, lo que significa que hay que actuar ya” dicen.

Las tendencias

El informe Technology Vision

de este año explora las tendencias tecnológicas que están detrás de la nueva realidad, así como los pasos que deberán dar las empresas para alcanzar el éxito en ella.

Una de ellas se refiere a la identidad digital, que -según expresan- está impulsando la próxima generación de disrupción tecnológica. Los innovadores están empezando a comprender que el camino a seguir es identificar todo y a todos, un concepto que se conoce como “identidad digital fuerte”. En paralelo a los esfuerzos por introducir una identidad digital fuerte, también está cobrando fuerza la necesidad de replantearse la función de esas identidades: cómo crear y asociar datos sobre ellas, cómo compartir y administrar datos, y cómo repartir la responsabilidad sobre esos datos en todo el ecosistema. Las empresas que estén a la altura de las circunstancias ganarán en seguridad e inspirarán más confianza a sus clientes y colaboradores. “Pero lo más importante, es que partirán con ventaja para convertir la web y el mundo en un lugar mejor” afirma el documento.

En segundo lugar se refieren a los datos, y explican que la demanda de más transparencia y capacidad de compartir datos dentro de la empresa, cobrará cada vez más fuerza y será una obligación. Las empresas pueden aprovechar el momento y encontrar formas de explotar el nuevo ecosistema de datos o resistirse y perder excelentes oportunidades. Añaden: “Todo el mundo quiere saber más sobre tu empresa y tu industria. Si no respondes a esta demanda, otros lo harán”.

La IA Generativa es otra de las tecnologías que marcarán el futuro. La aparición de modelos fundacionales es uno de los mayores cambios en la historia de la IA. Ninguna empresa puede per-



La convergencia de nuestras realidades paralelas seguirá evolucionando durante los próximos 10 años, lo que permitirá a las empresas empezar a aprovecharla en casos cada vez más concretos.

mitirse ignorar esta situación y, de hecho, algunas ya están utilizando modelos para experimentar y crear nuevas aplicaciones. Como lado positivo, afirman que “el avance de la tecnología no hará más que multiplicar las oportunidades”.

La última tendencia refiere a la relación entre ciencia y tecnología. Los autores afirman que hemos entrado en una etapa de “Big Bang” en la que ciencia y la tecnología se acelerarán mutuamente con gran rapidez, ya que cada vez más empresas están demos-

trando que algunas tecnologías pueden acelerar la realimentación ciencia-tecnología (CT) mucho más de lo que se creía posible. La revolución CT acelerará el progreso en un momento crucial para las personas, las empresas y el mundo en general. “Ahora que problemas como pandemias y el cambio climático están cada vez más presentes, es momento de invertir en innovación y acelerar la realimentación de ciencia y tecnología para que ambas se impulsen mutuamente hacia el futuro” aconsejan. «

TELEVISIÓN RESPONSABLE

40 minutos RSE

MIÉRCOLES
22:00 HS

CANAL 22

WWW.CANAL22WEB.COM

Instituto Superior de Educación e Innovación en Responsabilidad Social



eduFORS

www.edufors.com