



Buena pregunta

Dualidades

ÁLEX
Rubio*



Nos espera un futuro de fricción diaria consciente con la inteligencia artificial. Y es que, poco a poco, la sociedad en general comienza a ser conocedora de cómo la IA interviene en nuestras vidas. Lo hace a escalas muy diversas: en los anuncios que vemos, en la predicción meteorológica, en la selección de música o en los sistemas de navegación de nuestros vehículos. También son muchas las ventanas que nos abre la IA generativa, al permitirnos emplear herramientas entrenadas para complementarnos en cualquier faceta. Y aunque es cierto que uno puede decidir entre utilizar la IA a su favor o quedarse enfrente, nada podemos hacer ante lo que la inteligencia artificial hará con nosotros. Esta decisión ya está tomada por las grandes tecnológicas, por multinacionales o por los profesionales que ven amplificado su trabajo con el empleo de sistemas predictivos con gran capacidad de análisis, capaces de definir los escenarios que garantizan mayor eficacia o rentabilidad. Es el mercado, amigos.

Uno de los campos donde más nos relacionaremos con la IA será en la atención al cliente. En forma de asistentes virtuales, en el futuro también como robots, la IA nos permitirá dialogar ágilmente con una marca para orientarnos en sus servicios, mecanismos o condicio-

Uno de los campos
 donde más nos vamos a
 relacionar con la IA será
 en la atención al cliente

nes. Y de la misma forma que lo hacemos con un asistente humano, entenderemos que son representantes fiables de su empresa y nos garantizan una información veraz. Pero, ¿qué pasa si la IA se equivoca y proporciona una información falsa a un consumidor? El primero de estos casos ya ha recibido una resolución judicial: Air Canada debe asumir el error del chatbot que mal aconsejó a una pasajera. Si entregas parte de tu negocio a la IA, eres responsable de ella.

PERO LA IA promete superar a los humanos en diversos procesos en este mismo campo de relación con clientes. Sin ir más lejos, en el otro extremo encontramos casos como el del banco sueco Klarna, que ha anunciado cifras prometedoras del primer mes de actividad de su chatbot web de IA: 2,3 millones de conversaciones, haciendo el equivalente a 700 agentes humanos, resolviendo las dudas de usuarios en 2 minutos frente a 11 previos, con similar satisfacción del consumidor que con un agente humano, y con un retorno de 40 millones de dólares. Y disponible en 35 idiomas, 24 horas al día. La IA tiene y tendrá estas dualidades, plantea nuevas preguntas y reflexiones... pero no tiene ya vuelta atrás. ≡

***Director y Chief Strategy Officer de Twelfthundred. Profesor de la UJI**