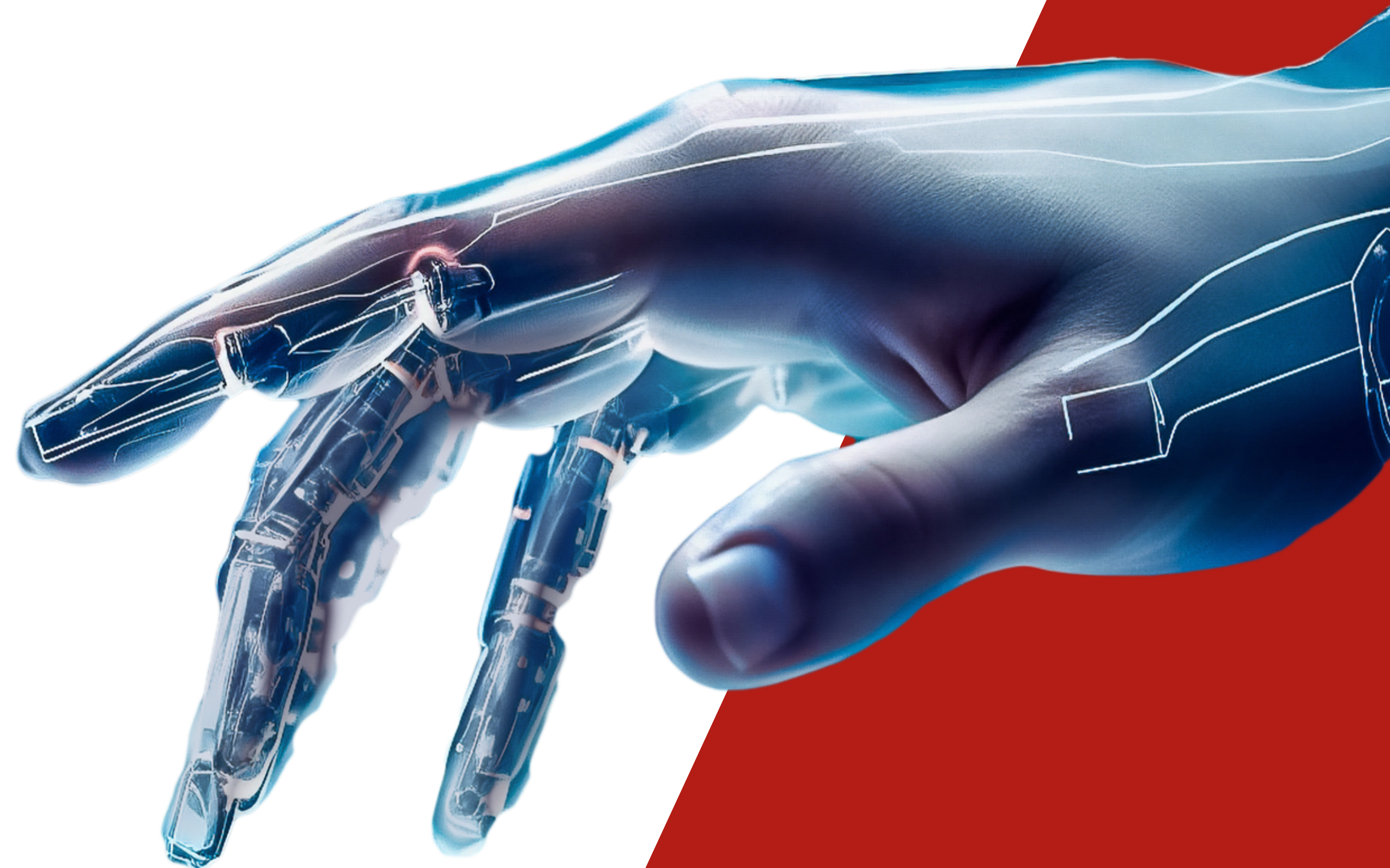




**INTELIGENCIA
ARTIFICIAL EN NEGOCIOS:
UN RECORRIDO POR SU
APLICACIÓN EN TODOS
LOS SECTORES E INDUSTRIAS**



ÍNDICE

- Introducción 3
- La Inteligencia Artificial en Marketing 4
- IA y Gestión Comercial: ventajas inimaginables 7
- El uso de la IA Wen sectores de operaciones dentro de las compañías 8
- La revolución de las finanzas corporativas a través de la IA 9
- Capital Humano + IA: un cambio de paradigma 10
- El impacto de la IA en 4 sectores industriales clave: salud & pharma, retail, banca y seguros 11
- IA en Salud & Pharma 12
- IA en Retail 14
- IA en Banca 16
- IA en Seguros 19
- Conclusión 21



INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías y su evolución no se acotan a una serie de cursos de Inteligencia Artificial o al uso de lenguajes como Chat GPT.

Cada sector de negocio cuenta con una aplicación estratégica específica de la IA en su proceso de transformación productiva y cultural.

Si bien la Inteligencia Artificial no es una novedad, su auge desde el 2021 hasta la actualidad cobró gran protagonismo en el sector corporativo, tanto de industrias relacionadas con la tecnología como de cualquier tipo de negocio.

En este eBook haremos un recorrido por las aplicaciones de la Inteligencia Artificial en sectores de marketing, gestión comercial, operaciones, finanzas y capital humano, además de descubrir su impacto en industrias como las de salud y pharma, retail, banca y seguros.



LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL MARKETING

El [marketing digital](#) es uno de los sectores con mayor ventaja de la IA en sus aplicaciones. El poder generativo de ciertos LLM favorece la aceleración e innovación en la creación de contenido y automatización de procesos.

Las **ventajas básicas de la IA en el marketing** son:

PERSONALIZACIÓN MEJORADA

Análisis de datos de las personas usuarias, como su historial de navegación y preferencias, para ofrecer contenido y anuncios altamente personalizados.

Esto aumenta la relevancia de los mensajes y mejora la experiencia, lo que a su vez puede elevar la tasa de conversión.

Si bien esta función no es una novedad para las y los profesionales en marketing, la IA propone modelos mucho más veloces y exactos que los ya conocidos.

AUTOMATIZACIÓN DE TAREAS REPETITIVAS

A su vez, la IA puede automatizar tareas tediosas y repetitivas, como el envío de correos electrónicos, la programación de publicaciones en redes sociales y la optimización de anuncios.

Esto ahorra tiempo y recursos, permitiendo a las y los especialistas en marketing centrarse en estrategias más creativas y en sus modelos de negocio.

SEGMENTACIÓN PRECISA DE AUDIENCIA

La IA puede analizar datos de comportamiento y demográficos para identificar segmentos de audiencia específicos. Esto permite dirigir mensajes a grupos que son más propensos a estar interesados en productos o servicios, lo que **aumenta la eficacia de las campañas**.

ANÁLISIS DE DATOS AVANZADOS

La IA puede procesar grandes volúmenes de datos a alta velocidad, identificar patrones y tendencias y proporcionar información valiosa para la toma de de-



cisiones. Esto facilita la optimización de campañas, la medición del rendimiento y la identificación de oportunidades de mercado.

MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Los chatbots y asistentes virtuales impulsados por IA pueden ofrecer respuestas rápidas y precisas a las preguntas de los clientes, mejorar su tasa de satisfacción y reducir la carga de trabajo del equipo de soporte. Además, pueden estar disponibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

El impacto del uso de la IA en [E-Commerce](#) se traduce en una aceleración de ventas y mejor retención de clientes.

A su vez, el potencial de las **herramientas de IA específicamente diseñadas para especialistas en marketing** ha crecido exponencialmente durante los últimos años. Algunos ejemplos son:

CHAT GPT

Comenzando por la más obvia y popular, esta herramienta impulsada por la compañía OpenAI cuenta con la capacidad de comprender y generar respuestas lógicas y naturales en un lenguaje humano.

Uno de sus beneficios más versátiles es que puede implementarse en diferentes plataformas sin mayores esfuerzos, lo que permite a las empresas estar presentes en sus puntos de contacto y canales con audiencias.

Dentro del marketing, Chat GPT ofrece la posibilidad de acelerar procesos de investigación, producción de contenido, distintos tipos de outputs específicos para cada necesidad, e incluso planes de medios completos basados en solicitudes de presupuestos y objetivos.

Su inteligencia es una aliada perfecta para los profesionales del marketing digital, convirtiéndolo en un “copiloto” perfecto para las tareas diarias.

MIDJOURNEY

Midjourney es un programa de IA con el cual sus usuarios pueden **crear imágenes a partir de descripciones textuales. Es similar a Dall-e de OpenAI y al Stable Diffusion de código abierto.**

La popular herramienta usada por creadores de contenido y marketers funciona mediante un modelo de aprendizaje automático entrenado en un conjunto de datos masivo de imágenes y texto.



Cuando un usuario proporciona una descripción textual, el modelo genera una imagen que coincide con la misma.

Las imágenes generadas por Midjourney pueden ser muy detalladas y realistas. El modelo es capaz de generar outputs de una amplia gama de temas, desde paisajes y objetos cotidianos hasta criaturas fantásticas y escenarios imaginarios.

BRANDMARK.IO

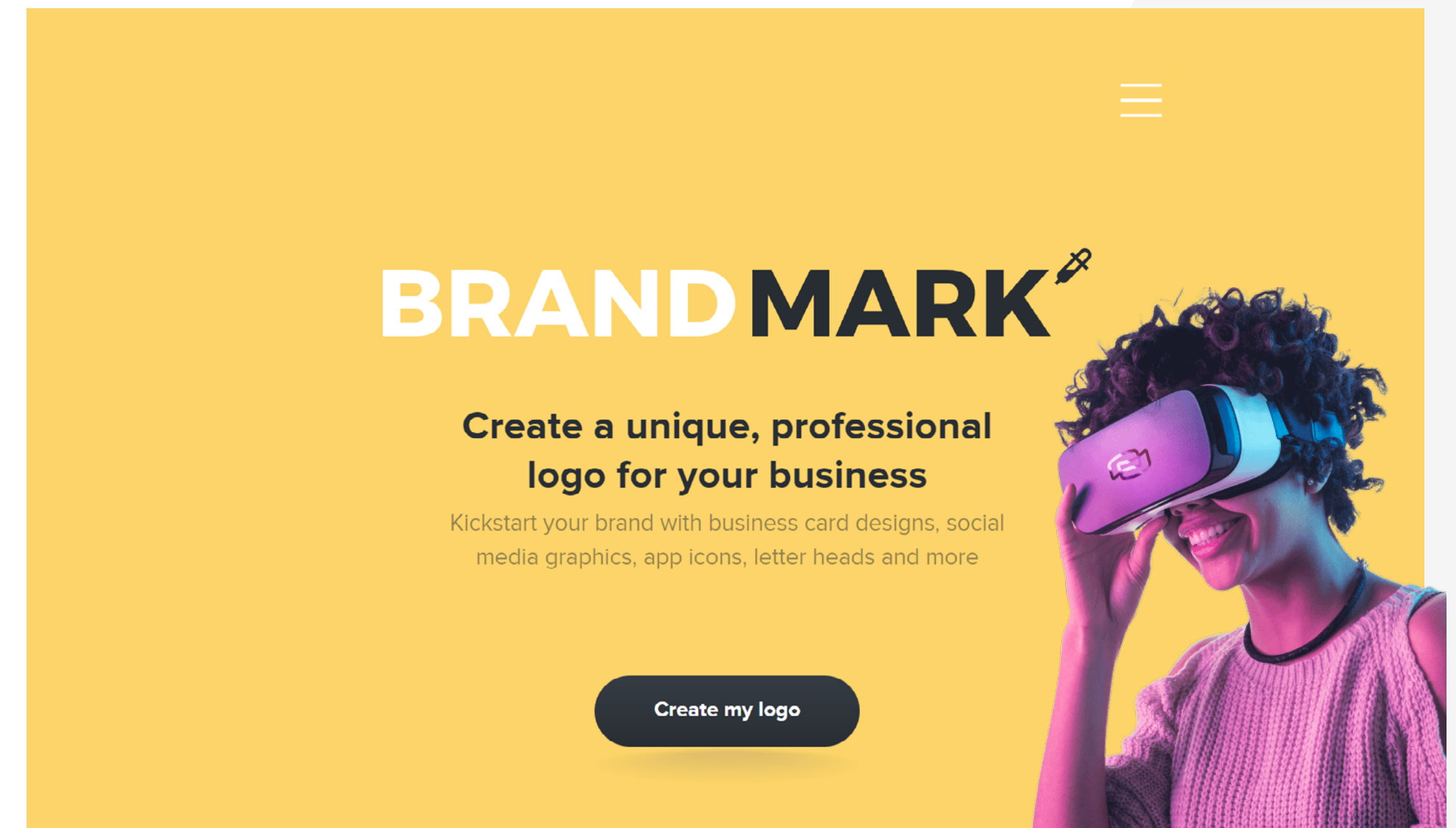
En un escenario más orientado al emprendedurismo, Brandmark.io es una herramienta de diseño de marcas basada en IA que permite a los usuarios *crear isologotipos únicos y profesionales de forma rápida y sencilla*.

La herramienta utiliza un algoritmo de aprendizaje automático para generar logotipos que son relevantes para el nombre de la marca, la industria y las preferencias estéticas del usuario.

El proceso de creación de un logotipo con Brandmark.io es sencillo: los usuarios simplemente proporcionan el nombre de su marca, un eslogan opcional, una descripción de su industria y una paleta de colores.

La herramienta luego genera una serie de logotipos para que el usuario elija y personalice, ajustando el tamaño, el color, la forma y otros elementos.

Esta es tan solo una reducida muestra de las herramientas de IA disponibles para creadores de contenido y estrategias de marketing digital. *Sin dudas, la IA encuentra en este sector del mercado un potencial inigualable que redefine completamente los límites de los roles hasta hoy conocidos.*



IA Y GESTIÓN COMERCIAL: VENTAJAS INIMAGINABLES

Entre las múltiples *aplicaciones de la Inteligencia Artificial*, los equipos comerciales encuentran soluciones nunca antes imaginadas para la resolución de sus conflictos más básicos y esenciales.

Sin embargo, *es importante que estén preparados para adoptar la IA. Dentro de sus culturas y planes de crecimiento debe existir la inversión en la formación y el desarrollo de empleados para que puedan aprovechar estas ventajas en vez de sentir que “canibalizan” su razón de ser dentro de su rol en la compañía.*

La IA ha logrado avances significativos en el sector de la gestión comercial para equipos de empresas en los últimos años. Estos avances se han centrado en tres áreas principales:

- **AUTOMATIZACIÓN DE TAREAS:** La IA se ha utilizado para automatizar tareas repetitivas y laboriosas, como la prospección de clientes, la generación de informes y el seguimiento de los contactos. Esto ha permitido a los equipos comerciales centrarse en tareas más estratégicas y de alto valor.

- **MEJORA DE LA TOMA DE DECISIONES:** La IA también sirve para analizar grandes cantidades de datos para identificar patrones y tendencias. Esto ha ayudado a los equipos comerciales a tomar decisiones más informadas sobre estrategias de marketing, precios y productos.
- **PERSONALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE:** Finalmente, la IA se ha utilizado para recopilar y analizar datos sobre los clientes para crear experiencias personalizadas. Esto ha ayudado a las empresas a aumentar la satisfacción del cliente y las ventas.

En general, la IA tiene el potencial de revolucionar la gestión comercial, ayudando a las empresas a mejorar sus resultados y ofrecer una experiencia al cliente con recomendaciones algorítmicas y un alto nivel de segmentación.



EL USO DE LA IA EN SECTORES DE OPERACIONES DENTRO DE LAS COMPAÑÍAS

La IA impactó en determinadas responsabilidades de los equipos de “Ops” dentro de las compañías, tales como:

- **LOGÍSTICA:** Gestión de transporte, almacenamiento y distribución de los productos o servicios de una manera más veloz, precisa y eficiente en términos financieros.
- **PRODUCCIÓN:** Coordinación de la producción a través del seguimiento de patrones concretos funcionales para el modelo de negocio.
- **SERVICIO AL CLIENTE:** Gestión del servicio al cliente (esta tarea puede fusionarse con la de los equipos de gestión comercial), incluyendo el procesamiento de pedidos, la resolución de problemas y la asistencia técnica. La IA cuenta con múltiples herramientas de soporte para estas tareas que, históricamente, consumen un alto porcentaje del tiempo productivo de los empleados.

- **SOPORTE TÉCNICO:** Gestión del soporte técnico, incluyendo la resolución de problemas con los productos o servicios, a través de sistemas automatizados de requests y estados de evolución de procesos.
- **SEGURIDAD:** Garantía de la seguridad de una empresa, incluyendo la seguridad física y de los datos, valiéndose de sistemas basados en IA que se sumergen hasta las posibilidades más profundas de fraudes, hackers o amenazas para las compañías en todos sus frentes.

Las empresas que usan Inteligencia Artificial en sus equipos de operaciones disponen de una menor demanda de empleados, disminución del riesgo en decisiones que comprometen la estabilidad y seguridad de la compañía y un significativo ahorro de tiempo para evolucionar la cultura del sector.



LA REVOLUCIÓN DE LAS FINANZAS CORPORATIVAS A TRAVÉS DE LA IA

Los [sectores financieros de las empresas](#) todavía están desenredando el potencial de la IA en sus proyecciones, balances y tendencias. *Los “copilotos” basados en IA pueden agilizar procesos y prevenir pérdidas, pero todavía necesitan ganarse la confianza de los humanos que las operan.*

Un sistema de análisis de datos financieros con IA puede determinar con precisión qué ganancias diarias necesita generar una compañía para sobrevivir, cuántos usuarios puede perder en el corto plazo dentro de su producto, cuáles son los indicadores que impactan directamente en el cash flow y mucho más.

En este sentido, existen *tres consejos básicos a la hora de incorporar a la IA en las operaciones de un equipo financiero*:

- **COMPRENDER LAS NECESIDADES Y OBJETIVOS:** Antes de implementar la IA, es fundamental que las metas comerciales estén claras para todo el equipo.

¿Se busca mejorar la eficiencia operativa, reducir riesgos, proporcionar mejores servicios al cliente o todo lo anterior? Definir claramente estas metas es clave para seleccionar las soluciones de IA más adecuadas y medir el éxito de la implementación.

- **INVERTIR EN DATOS DE CALIDAD:** La IA depende en gran medida de datos de calidad. Asegurarse de tener un sólido sistema de gestión de datos para recopilar, limpiar y almacenar información de manera efectiva es un consejo prioritario. Además, la capacitación de los equipos para comprender cómo utilizar estos datos en conjunción con la IA para tomar decisiones informadas es un eslabón sin el cual la incorporación de cualquier herramienta puede desencadenar en un fracaso.
- **FOMENTAR LA COLABORACIÓN INTERDEPARTAMENTAL:** La implementación exitosa de la IA suele requerir la colaboración entre diferentes equipos, como TI, analistas de datos y expertos en negocios. Fomentar un enfoque colaborativo y multidisciplinario para garantizar que la IA se alinee con los objetivos estratégicos de la empresa y se integre de manera efectiva en las operaciones existentes es una premisa básica.



CAPITAL HUMANO + IA: UN CAMBIO DE PARADIGMA

Una de las preocupaciones más escuchadas durante el auge de la IA por parte del capital humano de las compañías es “seré reemplazado” o “mi rol ya no existirá en los próximos años”.

El mito de la suplantación del capital humano por los robots tiene una base en la ciencia ficción, pero también se vuelve más palpable cuando se detectan funcionalidades para las que ahora solo es necesario diseñar y controlar un gran sistema.

Los dolores más identificados en estos equipos son:

- **AUTOMATIZACIÓN DE TAREAS:** La IA y la automatización pueden desempeñar un papel en la eliminación de trabajos que implican tareas rutinarias, repetitivas o predecibles. Esto genera preocupaciones sobre la seguridad laboral para aquellos que desempeñan dichas funciones.
- **TEMOR A LA DESCONEXIÓN:** Las personas a menudo se sienten amenazadas por la idea de perder sus empleos debido a la automatización. La incertidum-

bre sobre cómo reemplazar esos trabajos o adquirir nuevas habilidades puede generar ansiedad.

- **COMPETENCIA Y DESIGUALDAD:** La IA también puede aumentar la competencia en el mercado laboral, ya que las empresas pueden buscar empleados con habilidades específicas relacionadas con la tecnología. Esto puede llevar a la percepción de desigualdad y presión para adquirir nuevas habilidades.
- **FALTA DE COMPRENSIÓN DE LA IA:** La falta de comprensión sobre cómo funciona la IA y cuál es su alcance real puede generar temor y confusión. Las percepciones erróneas sobre la IA a menudo exacerban el miedo.
- **REEMPLAZO DE TRABAJOS DE CONOCIMIENTO:** La IA no se limita solo a trabajos manuales o rutinarios; también puede desempeñar un papel en la automatización de tareas de conocimiento, como la interpretación de datos o la toma de decisiones. Esto puede amenazar trabajos que antes se consideraban seguros.
- **CAMBIO CULTURAL Y DE IDENTIDAD:** Las personas a menudo se identifican con sus trabajos y temen la pérdida de sus roles tradicionales. La adaptación a nuevas formas de trabajo puede ser emocionalmente desafiante.



Sin embargo, es importante remarcar en estos equipos que la automatización puede agilizar los procesos de contratación, seguimiento del rendimiento y gestión de beneficios, liberando tiempo valioso para tareas de mayor valor añadido.

En lugar de eliminar empleos, la IA puede ser un aliado valioso para el personal de RRHH. Puede mejorar la eficiencia de las tareas, facilitando la operación con equipos más pequeños y ágiles y permitir a los profesionales adentrarse en tareas más estratégicas, como la gestión del talento y el desarrollo de la cultura corporativa.

Además, brinda oportunidades para el aprendizaje y el crecimiento de los empleados. ***La inversión en capacitación y desarrollo de habilidades digitales garantiza que cada equipo esté preparado para aprovechar la tecnología y prosperar en un mercado laboral en constante evolución.***

La [capacitación en IA](#) y tecnologías relacionadas es esencial para empoderar a los equipos. Al comprender mejor cómo funciona la IA y sus aplicaciones en RRHH, los profesionales pueden integrarla eficazmente en su trabajo diario y verla como una aliada.

La IA puede complementar la toma de decisiones en RRHH, brindando análisis de datos más precisos y eficientes. Así, los expertos en recursos humanos

logran centrarse en la interpretación de los datos y en la toma de decisiones estratégicas basadas en información sólida.

En cuanto al cambio cultural y de identidad, la IA no reemplaza la importancia de las interacciones humanas.

El equipo seguirá siendo fundamental para crear una cultura corporativa sólida y establecer relaciones con los empleados. La IA puede respaldar estas funciones, liberando tiempo para la construcción de relaciones significativas.

Al abrazar la tecnología de manera proactiva y enfocarse en el aprendizaje y la evolución, es posible fortalecer al equipo de recursos humanos y llevar el enfoque en el talento al siguiente nivel.

EL IMPACTO DE LA IA EN 4 SECTORES INDUSTRIALES CLAVE: SALUD & PHARMA, RETAIL, BANCA Y SEGUROS

Ahora bien, más allá del impacto de la Inteligencia Artificial dentro de los distintos equipos que conforman una compañía, su relación con las industrias más importantes del mercado varía según su adopción y aplicación.



IA EN SALUD & PHARMA

Este sector financiero enfatizó su enfoque en la industria centrada en las empresas y organizaciones relacionadas con la atención médica, la farmacéutica y la biotecnología. En un escenario post-pandemia, es posible afirmar que se convirtió en el sector industrial predominante de los últimos años.

Características clave para identificarlo incluyen inversiones en investigación y desarrollo, seguros de salud, inversiones en empresas farmacéuticas y tecnología médica, así como transacciones y financiamiento relacionados con la atención sanitaria.

La IA juega un papel crucial en la evolución de esta industria. A continuación, tres ejemplos prácticos sobre su impacto:

- **PROCESAMIENTO DE LENGUAJE NATURAL (NLP) EN EL ANÁLISIS DE INFORMES CLÍNICOS:** La aplicación de NLP para la extracción de información de informes médicos no estructurados permite la identificación precisa de diagnósticos, tratamientos y resultados, facilitando la toma de decisiones clínicas y la investigación.

- **APRENDIZAJE PROFUNDO (DEEP LEARNING) EN EL DESCUBRIMIENTO DE MEDICAMENTOS:** El uso de arquitecturas de aprendizaje profundo, como redes neuronales convolucionales y recurrentes, para el análisis de datos genómicos y proteómicos permite acelerar el descubrimiento de medicamentos, identificando candidatos terapéuticos de manera más eficiente.

- **MODELOS GENERATIVOS EN SÍNTESIS DE MOLÉCULAS:** La implementación de modelos generativos, como redes generativas adversarias (GAN), en la generación de estructuras moleculares para nuevos compuestos farmacéuticos brinda la capacidad de diseñar terapias innovadoras de manera automatizada y personalizada.

Algunas herramientas de IA aplicadas en este sector son:



IBM Watson Health: IBM Watson ofrece una serie de herramientas y soluciones de IA para ayudar en la toma de decisiones clínicas, análisis de datos médicos y descubrimiento de medicamentos.





Google Health: Google ha desarrollado varias herramientas de IA para la interpretación de imágenes médicas y el análisis de datos de salud.



PathAI: PathAI utiliza IA para ayudar a los patólogos en el diagnóstico de enfermedades a través de la interpretación de muestras de tejido.



Tempus: Tempus se enfoca en el análisis de datos clínicos y genómicos utilizando la IA para mejorar la atención oncológica y la investigación.



Butterfly Network: Esta empresa utiliza la IA en su dispositivo de ultrasonido portátil para mejorar la calidad de las imágenes y hacer que el diagnóstico sea más accesible.



Zebra Medical Vision: Zebra Medical Vision se especializa en el análisis de imágenes médicas mediante el uso de algoritmos de aprendizaje profundo para detectar enfermedades.



Aidoc: Aidoc utiliza IA para el análisis de imágenes médicas, como tomografías computarizadas, para la detección temprana de enfermedades.



Ada Health: Ada Health es una plataforma de evaluación de síntomas que utiliza IA para ayudar a los pacientes a comprender mejor sus síntomas y obtener orientación médica.

En síntesis, la inclusión de la [IA en salud & pharma](#) ofrece un potencial significativo para la mejora de diagnósticos, el descubrimiento de medicamentos y la optimización de la atención al paciente, pero presenta desafíos regulatorios y de ética en la gestión de datos clínicos y la validación de modelos.



IA EN RETAIL

El sector industrial “retail” se caracteriza por ser una industria de distribución al por menor altamente competitiva, que implica la gestión de cadenas de suministro complejas, la optimización de la experiencia del cliente en tiendas físicas y en línea, y la utilización de análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas en ventas, inventario y marketing.

La incorporación de la IA en el sector retail puede proporcionar un impulso significativo a las ganancias y el crecimiento de las empresas a través de la optimización de operaciones y estrategias comerciales.

En primer lugar, la IA permite una **gestión de inventario** más precisa a través del análisis de datos en tiempo real y la previsión de la demanda.

Los algoritmos avanzados pueden identificar patrones de compra, lo que resulta en una gestión más eficiente del stock, reduciendo costos de almacenamiento y disminuyendo la pérdida por productos obsoletos.

Además, la IA mejora la personalización de las ofertas a los clientes, lo que aumenta la satisfacción y la retención, y, por lo tanto, los ingresos.

En segundo lugar, la IA en retail **optimiza la cadena de suministro** al identificar ineficiencias y reforzar la logística. Los algoritmos de optimización de rutas y la gestión inteligente de inventario aseguran la entrega puntual de productos, disminuyendo los costos de transporte y minimizando retrasos. Esto contribuye directamente a un flujo de efectivo más eficiente y ahorros financieros sustanciales.

Finalmente, la IA revoluciona la **estrategia de precios y promociones en retail**. La capacidad de analizar enormes conjuntos de datos sobre el comportamiento del cliente y los precios de la competencia permite una fijación de precios dinámica y estrategias de promoción más efectivas.

Esto no solo aumenta las ganancias al maximizar el margen en cada venta, sino que también puede impulsar las transacciones y el crecimiento al atraer a más clientes y competir de manera más efectiva en el mercado.

Algunas herramientas de IA especialmente desarrolladas para sectores retail son:



Salesforce Einstein: Salesforce Einstein es una plataforma de IA que ofrece soluciones de automatización de marketing, análisis de datos de clientes y recomendaciones personalizadas.





IBM Watson for Commerce:

Esta herramienta utiliza la inteligencia artificial para ofrecer análisis de datos de ventas, recomendaciones de productos y atención al cliente mejorada.



Dynamic Pricing Tools:

Ejemplos de herramientas de optimización de precios incluyen Prisync, Repricing Co, y Wiser, que ayudan a ajustar los precios en tiempo real.



SAP Customer Experience: SAP ofrece soluciones de IA para análisis de datos de clientes, gestión de inventario y personalización de la experiencia del cliente.



Zendesk Chat: es una plataforma que permite la atención al cliente a través de chat en vivo, impulsada por la IA.



Windsor.ai: es una herramienta de análisis de datos de marketing que utiliza IA para rastrear y atribuir conversiones a fuentes de tráfico específicas.



Blue Yonder: es una plataforma de IA que se especializa en la gestión de inventario y la previsión de la demanda.



Bold360: es una plataforma de atención al cliente impulsada por la IA que ofrece chat en vivo, chatbots y análisis de conversaciones.



RetailNext: es una solución de análisis de tráfico en tiendas físicas que utiliza la IA para proporcionar información sobre el comportamiento de los compradores.

En resumen, la incorporación de la IA en retail tiene un potencial financiero significativo al mejorar la eficiencia operativa, optimizar la cadena de suministro y perfeccionar la estrategia de precios y promociones.



IA EN BANCA

La utilización de la [IA en el sector bancario](#) ha revolucionado fundamentalmente las operaciones y estrategias comerciales de las instituciones financieras.

En primer lugar, la IA se ha convertido en una herramienta esencial para la **detección de fraudes y la seguridad**. Los algoritmos de aprendizaje automático pueden analizar patrones de transacciones y detectar anomalías en tiempo real, lo que minimiza los riesgos y las pérdidas financieras.

Además, la IA ha mejorado la personalización de la experiencia del cliente, lo que conduce a una mayor retención y lealtad de los clientes.

En segundo lugar, **la IA en banca** ha permitido la automatización de procesos operativos críticos, reduciendo los costos y mejorando la eficiencia.

La automatización de tareas como la aprobación de préstamos, el procesamiento de documentos y la atención al cliente ha disminuido la carga de trabajo manual y ha acelerado la toma de decisiones. Esto, a su vez, ha llevado a una optimización de recursos y una mejora en los márgenes de ganancia.

Además, la IA ha ampliado las capacidades de análisis de datos en banca, lo que ha permitido una toma de decisiones más precisa en inversiones y gestión de riesgos.

Los modelos predictivos y analíticos de IA pueden evaluar grandes volúmenes de datos económicos y de mercado en tiempo real para identificar oportunidades y amenazas, lo que contribuye a la rentabilidad y la mitigación de riesgos.

Por último, la IA ha impulsado la **creación de chatbots y asistentes virtuales** que mejoran la atención al cliente, reduciendo costos operativos y aumentando la eficiencia en la resolución de consultas.

Ciertas herramientas de IA más utilizadas en este sector son:

The logo for Kasisto features the word "Kasisto" in a dark blue, sans-serif font. A small green leaf-like icon is positioned above the letter 's'.

Kasisto: ofrece soluciones de chatbot y asistentes virtuales impulsados por IA para la atención al cliente y la automatización de tareas en el sector bancario.

The logo for KOFAX consists of the word "KOFAX" in a bold, blue, sans-serif font.

Kofax: proporciona soluciones de automatización robótica de procesos (RPA) para ayudar a los bancos a automatizar tareas repetitivas y mejorar la eficiencia operativa.





Feedzai: utiliza IA y aprendizaje automático para detectar y prevenir el fraude en transacciones financieras, ayudando a los bancos a proteger a sus clientes.



DataRobot: es una plataforma de aprendizaje automático que se utiliza en el análisis de datos y la toma de decisiones en el sector bancario.



Alkymi: utiliza la IA para automatizar la extracción de datos y la clasificación de información en documentos financieros, como facturas y estados de cuenta.



Personetics: ofrece soluciones de IA para la personalización de la experiencia del cliente en banca, incluyendo recomendaciones de productos y servicios.



SAS Fraud and Security Intelligence: SAS proporciona herramientas de análisis de fraude y seguridad impulsadas por la IA para ayudar a los bancos a detectar y prevenir actividades fraudulentas.

Ayasdi: utiliza IA para analizar datos en el sector bancario y descubrir patrones y tendencias que pueden ser utilizados en la toma de decisiones.



Quantexa: utiliza IA para analizar datos financieros y detectar relaciones ocultas y comportamientos sospechosos que podrían indicar actividades fraudulentas.



IBM Financial Crimes Insight: IBM ofrece soluciones de IA para la detección de delitos financieros y la gestión de riesgos en el sector bancario.



En resumen, ***la utilización de la IA en el sector bancario*** ha resultado en una mejora sustancial en la seguridad, eficiencia operativa, toma de decisiones basadas en datos y la satisfacción del cliente, lo que en última instancia contribuye al crecimiento y la rentabilidad de las instituciones financieras.



IA EN SEGUROS

Llegando al final de este eBook, es el momento de analizar el sector industrial de seguros, el cual enfrenta una serie de desafíos significativos en la actualidad.

A diferencia de los sectores de banca, retail y salud, la adopción de la Inteligencia Artificial ha sido más lenta en la industria de seguros, lo que resulta en ineficiencias en la evaluación de riesgos, procesos manuales demorados y experiencias de clientes menos personalizadas. La falta de datos estandarizados y estructurados ha dificultado la implementación efectiva de la IA en seguros.

Sin embargo, la [incorporación de la IA en el sector de seguros](#) ofrece ventajas considerables. La IA puede acelerar la suscripción y la evaluación de riesgos al analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real, lo que conduce a decisiones más precisas y una mejora en la precisión de tarifas.

Además, la IA facilita la automatización de procesos, como la gestión de reclamaciones, reduciendo costos y mejorando la eficiencia operativa, a la par de lo que se ha observado en otros sectores.

La IA en seguros también permite una personalización más profunda de las pólizas, adaptándolas a las necesidades específicas de los asegurados, similar a la personalización en retail y salud.

Al aprovechar análisis avanzados y modelos predictivos, las compañías de seguros pueden optimizar la segmentación de clientes y diseñar productos más ajustados.

Además, la IA puede mejorar la lucha contra el fraude mediante la detección de patrones anómalos en las reclamaciones, un beneficio similar al que se observa en banca.

Algunas de las herramientas más populares de IA en seguros son:

Lemonade

Lemonade: utiliza IA para simplificar la suscripción de pólizas y la gestión de reclamaciones, ofreciendo un proceso de seguros totalmente digital.

SHIFT

Shift Technology: se especializa en la detección de fraudes en seguros utilizando IA y análisis avanzado de datos.



The logo for Insurify, featuring the word "INSURIFY" in a bold, orange, sans-serif font.

Insurify: es un motor de cotización de seguros impulsado por la IA que compara las tarifas de diferentes compañías y recomienda pólizas personalizadas.

The logo for Metromile, featuring the word "metromile" in a blue, cursive script font.

Metromile: utiliza IA para ofrecer seguros de automóviles basados en el uso, lo que permite a los conductores pagar según la cantidad de millas que conducen.

The logo for Tractable, featuring a blue icon of a car's front end and the word "Tractable" in a bold, black, sans-serif font.

Tractable: se enfoca en la estimación de daños en seguros de automóviles utilizando visión por computadora y aprendizaje automático.

The logo for Arturo, featuring a black icon of a stylized 'A' and the word "ARTURO" in a bold, black, sans-serif font.

Arturo: utiliza imágenes satelitales y datos geoespaciales impulsados por la IA para evaluar riesgos de propiedades en seguros de vivienda.



Ant Financial's Xiang Hu Bao: utiliza IA para proporcionar seguros de salud asequibles y compartidos en China.

The logo for ZEST AI, featuring the word "ZEST" in a bold, black, sans-serif font and "AI" in a blue circle.

Zest AI: se especializa en la suscripción de pólizas de crédito impulsada por la IA, ayudando a evaluar el riesgo crediticio de los solicitantes.

The logo for Freenome, featuring the word "freenome" in a lowercase, black, sans-serif font.

Freenome: utiliza IA y análisis de sangre para la detección temprana de enfermedades en seguros de salud.

The logo for H2O.ai, featuring the text "H2O.ai" in a bold, black, sans-serif font on a yellow background.

H2O.ai: proporciona soluciones de análisis de datos impulsadas por la IA que son utilizadas por compañías de seguros para la toma de decisiones basadas en datos.



En resumen, aunque el sector de seguros enfrenta desafíos en la implementación de la IA debido a la complejidad de los datos y la resistencia al cambio, la incorporación exitosa de la IA puede conducir a una mayor eficiencia operativa, tarifas más precisas, una mayor personalización de productos y una lucha efectiva contra el fraude. La IA en seguros sigue evolucionando y se espera que continúe brindando beneficios similares a los observados en otros sectores.

CONCLUSIÓN

En todos los sectores comerciales, la IA en negocios llega para impactar definitivamente la transformación que ya habían comenzado las empresas.

A su vez, esta es una inagotable fuente de ideas de producción y desarrollo de nuevas soluciones aplicables a cada mercado, que abre oportunidades laborales y de crecimiento para muchos profesionales.

La capacitación constante, innovación y sed de conocimiento son factores clave en una época en la que el cambio es lo único certero.



4 universidades

20 sedes

15 países

+ 80 mil ejecutivos

+ 30 años de experiencia



ADEN |

Te acompaña

QS STARS

