



450 empresas siguieron las Jornadas Tecnológicas Telecable centradas en la Inteligencia Artificial

- *Un edificio virtual con espacios para conferencias, exposiciones y networking acogió ayer a los representantes de 450 empresas, que se conectaron mediante una plataforma y pudieron asistir y participar en los diferentes espacios.*
- *Nuria Oliver, ingeniera de Telecomunicación, investigadora, divulgadora científico-tecnológica y doctora y reconocida experta en Inteligencia Artificial y Big Data, impartió una conferencia sobre las claves estratégicas del nuevo escenario digital en el que vivimos y la influencia que tiene la IA en nuestras vidas.*
- *En las Jornadas se presentaron experiencias reales y casos de éxito de la mano de partners como Data Robot y Datu(a) y de empresas como eBroker, el Grupo Euskaltel, del que Telecable forma parte, o el Grupo Cuevas.*

Gijón, 29 de octubre de 2020.- La Inteligencia Artificial ya no es solo un asunto estratégico de países o de grandes compañías, sino que están disponibles y al alcance de todas las compañías. El dato y la ingeniería posterior del mismo hace que las decisiones empresariales mejoren la experiencia de cliente y, en definitiva, ganen en eficacia, ahorro de costes y competitividad. Esta es una de las conclusiones extraídas de las Jornadas Tecnológicas 2020 que celebró ayer Telecable y a la que asistieron representantes de 450 empresas de todo el país.

Se trata de uno de los eventos anuales de referencia en el sector TIC en el que se intercambian experiencias de éxito y se exponen de forma práctica y cercana los retos de las empresas en la nueva era digital. Esta edición se celebró online, en un 'edificio virtual' para respetar las medidas de distanciamiento social impuestas por la pandemia de la COVID-19.

Dirigida a las empresas interesadas en iniciar, o hayan iniciado ya, un proceso de digitalización, bajo el lema "Data Driven Company, bienvenido al futuro digital" se abordaron cuestiones referidas a la gestión del dato como palanca clave para el crecimiento y competitividad de las empresas.

Nuria Oliver, ingeniera de Telecomunicación, doctora por el Media Lab del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), investigadora, divulgadora científico-tecnológica y reconocida experta en Inteligencia Artificial y Big Data, fue la encargada de abrir la jornada en una plataforma Teams de fácil acceso y con un diseño atractivo que recordaba a un auditorio real. La conferenciante partió de la visión sobre el mundo en que vivimos y la influencia que tiene en nuestra sociedad y en nuestras vidas la Inteligencia Artificial.

La IA es el corazón de la 4ª Revolución Industrial

En un contexto en el que la pirámide poblacional, la polarización de la riqueza, los desastres naturales en ascenso y, ahora, en un mundo susceptible a las pandemias, Oliver aseguró que vivimos al mismo tiempo en un escenario lleno de oportunidades, marcado por la tecnología móvil, la conectividad y por una cantidad ingente y diversa de datos. Para hacer fiables y comprensibles esos datos, hay que analizarlos y para ello es necesaria la Inteligencia Artificial.

En su opinión, la IA está en el corazón de la 4ª Revolución Industrial en la que estamos inmersos. *“La Inteligencia Artificial juega el mismo papel que jugó la electricidad en la 2ª revolución Industrial, porque se trata de una disciplina transversal, que se puede aplicar en cualquier ámbito, a cualquier sector de la economía. Es invisible, porque es software, es escalable y ampliable según las necesidades y actualizable porque está en constante aprendizaje”.*

En la descripción de la situación actual a nivel tecnológico, aseguró que *“en los últimos 15 años se han conjuntado tres factores que han llevado a la democratización de herramientas como la IA. Estos factores son el Big Data o la disponibilidad de gran cantidad de datos y que ha dado lugar a la economía de los datos (739 billones de euros generados en 2020 en Europa); la capacidad de computación de los procesadores aumenta cada año y están disponibles a precios razonables a bajo coste, y, por último, el desarrollo de modelos de aprendizaje, que permite analizar los datos con resultados superiores a los humanos”.*

Aterrizó esta democratización de la Inteligencia Artificial en su uso en las empresas, que pueden con ella automatizar procesos, detectar fallos en los sistemas de producción y crear y generar nuevos servicios, entre otros aspectos. Nuria Oliver lanzó a los cerca de 500 responsables de empresas las preguntas estratégicas que se deben plantear para saber si son empresas que han integrado el dato en su gestión. Preguntas que pasan por saber si cuentan con datos suficientes, si tienen estructuras adecuadas, si están invirtiendo en la formación de sus empleadas y empleados para actualizar sus conocimientos en IA y si tienen una cultura corporativa adecuada para adaptarse a esta nueva realidad.

Animó a las empresas que no han introducido todavía la Inteligencia Artificial en sus procesos a dar el paso porque su impacto en la productividad es enorme. Así, citó un estudio de Microsoft según el cual, el 37% de las empresas en España ya están explorando el uso de la IA y un 28% ya están en una fase más madura que las posiciona como líderes en IA. En el aspecto laboral ese mismo estudio avanza que el 25% de los trabajadores reportan utilizar la IA en su día a día y un 40% trabajan para empresas que tiene productos basados en IA.

Gestión de los datos y su aprovechamiento

La cita tecnológica tuvo como punto de partida el contexto tecnológico actual en el que los datos se han convertido ya en el activo más importante de las empresas. La adopción adecuada de las denominadas tecnologías habilitadoras como Big Data, Internet of Things y, por supuesto, la Inteligencia Artificial, van a ser necesarias en el tratamiento y aprovechamiento de los datos y, por tanto, en el éxito y supervivencia de las empresas.

Precisamente sobre la importancia del dato y de cómo facilitar la puesta en marcha de los proyectos basados en datos en las empresas habló Alberto Rezola, fundador y socio de Datu(a) Merkatu. Explicó cómo la clave del éxito está en disponer del dato de una forma simple, contando con una empresa especializada y una plataforma como Mileva, que es la arquitectura tecnológica disponible como servicio que Telecable, en alianza con Datu(a) Merkatu, facilitan a las empresas. Se trata de una solución convergente que es capaz de una gran ingesta de información a través de dispositivos IoT, para almacenarla, utilizarla y generar información útil (Big Data) y dotarla de una capa de Inteligencia Artificial ligada a dar soluciones que se generan con esos datos.

En la agenda también se habló de los beneficios de aplicar la IA en las empresas. Pablo Gutiérrez, Success director de Datarobot explicó cómo la Inteligencia Artificial ayuda a crecer y desarrollar el negocio, cómo mejorar la eficiencia y cómo construir nuevos servicios partiendo del dato.

Experiencias de empresas

Los más de 450 asistentes a las Jornadas conocieron de primer mano algunas experiencias reales de aplicación de Big Data, IoT e IA. En nombre de Ebroker habló su CEO, Higinio Iglesias, quien explicó cómo su empresa, especializada en soluciones tecnológicas para la gestión integral de los corredores de seguros, abordó con el Grupo Euskaltel y Datu(a) el proyecto denominado SegData basado en la plataforma Mileva, *“porque la explotación del dato es el futuro del seguro”* Con SegData quiere aportar a las empresas clientes del sector del aseguramiento beneficio empresarial a través de la inteligencia del dato, analizándolo y transformándolo en conocimiento. Iglesias cerró su intervención asegurando que *“en este momento de transformación digital, las empresas que ofrecemos servicios tecnológicos no tenemos mejor futuro que ayudar a nuestros clientes a construir el suyo”*.

Por su parte, Víctor Lorenzo, director del departamento TI del Grupo Cuevas, empresa de la industria agroalimentaria con más de 150 años de historia, aseguró que se han ido adaptado a cada momento histórico y la digitalización ha supuesto un reto y una oportunidad. En su caso, implantaron un sistema para preparar los pedidos con precisión y gracias a él han conseguido un 95% menos de errores en su preparación y una optimización de las rutas de distribución con un ahorro económico cercano al 28%. En los puntos de venta han conseguido automatizar los procesos para personalizar la atención al cliente y conocer sus necesidades de compra, al tiempo que conseguían también un considerable ahorro energético.

Por último, antes de comenzar el tiempo de networking, Ignacio Vilaplana, responsable de BAI Analytics, se encargó de cerrar la sección dedicada a las experiencias de empresas detallando el enfoque de la IA en el Grupo Euskaltel. *“A nivel interno trabajamos en la normalización del uso de la IA. Somos un equipo pequeño, pero trabajamos de forma transversal e involucramos a todas las áreas de la organización. De esta forma conseguimos una mejora en la toma de decisiones para mejorar la experiencia del cliente”*. Nuestro trabajo consiste en involucrar a los equipos para que confíen y conozcan las predicciones que posibilita la IA mediante modelos predictivos que impactan de forma favorable en el negocio. A nivel externo, BAI Analytics es el instrumento que pone el Grupo Euskaltel a disposición de las empresas para que accedan a esta tecnología y acometan proyectos a corto plazo y con menos inversiones.

Acompañamiento y cercanía

Telecable ya está teniendo un papel relevante y referente, ya que está apostando no sólo por los últimos servicios de telecomunicaciones, sino que va más allá aprovechando las capacidades para acompañar a las empresas clientes mediante servicios de IoT, Big Data o Inteligencia Artificial, en alianza con las empresas especializadas de cada sector.

Isidro Fernández de la Calle, director corporativo de Empresas del Grupo Euskaltel, explicó los objetivos de estas Jornadas Tecnológicas, que se llevan celebrando desde hace ya 10 años. *“Son unas jornadas especiales por la oportunidad de estar cerca de las empresas. Sirven para compartir con nuestros clientes las posibilidades que las tecnologías nos ofrece, proyectos que nos sirvan de inspiración para abordar nuevos retos. Tienen también por objetivo validar de primera mano si vamos por el buen camino en nuestras apuestas estratégicas, en los productos y servicios que estamos desarrollando o en la política de alianzas y partners. El feed-back que recibimos nos indica si vamos en la dirección correcta porque lo que hacemos lo hacemos con un único objetivo: continuar acompañando a las empresas en el camino de resolver con la tecnología los retos que nuestros negocios nos plantean día a día: mejorar la relación con el cliente, reducir costes, incrementar la productividad, o transformar los modelos de negocio para ser más competitivos”.*

Plataforma virtual a un clic de distancia

Utilizando la tecnología como aliada, Telecable consiguió que las y los asistentes a las Jornadas Tecnológicas puedan percibir como si estuvieran de verdad en ellas, reproduciendo la realidad de un edificio con auditorio, salas de conferencias, salas para networkig y amplios espacios expositores, solamente con pulsar en cada apartado. Un edificio virtual al que se puede acceder en este [enlace](#).

También hubo un espacio donde visitar los stands de las principales empresas del sector que colaboraban en el evento: Cinfo, Cisco, Citrix, DataRobot, Flame Analytics, Fortinet, HSI, Merkatu, Microsoft, Panda, Plexus, S21, Shooowit o VMWare, entre otros.



euskaltel R telecable

What is involved in intelligence?

- Ability to **perceive, interpret and interact** with the real world. Computational Perception and Understanding
- Ability to **search** for the best solution and solve problems.
- Reasoning and Planning**
- Learning and Adaptation**
- Creativity, emotions, social...**

A few challenges ahead...

Technology/Strategy

- Are you truly **digital**? Where is the **data**? Is it usable? Are you able to combine data from different sources? Is the data available in real-time?
- Do you have the **technology, people** and **processes** necessary to make **data-driven** decisions?
- What about the **services** you provide to your **customers**? Do you know your customers?
- What **new data-driven AI-based services** could you offer?

DATA APATHETIC	DATA AWARE	DATA CRITICAL	DATA DRIVEN
Your business decisions are rarely, if ever, driven by data.	You're capturing data, but you are currently only using it for awareness purposes.	You're beginning to develop a sophisticated approach to using data as an asset—but only for mission-critical areas.	Your organization is thinking data-first. Your systems, processes, and people are working together to use data efficiently and effectively.

Source: SVDS data maturity assessment: <https://www.svds.com/thought-leadership/data-maturity-assessment/>

Telecable – Comunicación
comunicacion@telecable.com