



2024
6^o DATA & AI
SUMMIT

Organizadores:



Sponsors:



CREDICORP



“

Quizás el error más grave es pensar que lo que ha funcionado en el pasado seguirá funcionando en el futuro”



Alejandro Zárate, expositor en Data & AI Summit 2024, abordará la transformación de la estrategia de datos para la implementación exitosa de iniciativas de inteligencia artificial. Es Managing Director en Data, Analytics y AI. CTO. Faculty at Columbia University.

¿Cuáles son los errores más comunes que cometen las empresas sobre la gestión de datos?

Algunos de los más relevantes son no fijar objetivos claros y específicos para la gestión de datos; no seleccionar herramientas adecuadas; no centrarse en la calidad. Es indispensable contar con un riguroso programa de monitoreo de la calidad y corrección de errores en los datos.

También no tener un programa ni objetivos claros en ciencia de datos y análisis de datos, incluyendo el desarrollo de equipos y talento especializado; y no centrarse en la seguridad de los datos ni establecer una cultura de seguridad. Estos errores pueden llevar a una gestión ineficiente de datos, hackeos y a la toma de decisiones basadas en datos de baja calidad.

¿Cuál considera que es el error más grave?

Quizás es pensar que lo que ha funcionado en el pasado seguirá

funcionando en el futuro. La inteligencia artificial cambiará de manera profunda como los datos serán utilizados en las empresas y es indispensable adelantarse a entender esta revolución.

¿Cómo impacta la estrategia de datos en la implementación exitosa de iniciativas de IA?

En la era de la IA es indispensable que las empresas reconozcan el impacto que tendrá esta en todas sus operaciones, y que la clave para una estrategia de datos exitosa requiere de un enfoque holístico que no se limite a las necesidades actuales del negocio, sino a realizar una evaluación profunda a nivel gente, tecnología y procesos, que permita determinar hasta qué punto sus operaciones serán transformadas.

Los líderes empresariales deben planear la evolución de su estrategia de datos actual para ser capaces de soportar la adopción de herramientas de IA. Sin importar la industria, la IA se volverá parte integral de su modelo

negocio y la implementación exitosa de esas iniciativas dependerá en gran medida que se cuente con bases de datos, herramientas, procesos y equipos diseñados para este propósito.

¿Cómo elaborar una correcta estrategia de datos?

Tradicionalmente, la estrategia de datos es vista como una hoja de ruta —alineada con la estrategia de negocio de la organización—, que define a las personas, procesos y tecnología que permiten crear capacidades analíticas que contribuyan a alcanzar los objetivos estratégicos del negocio. Hay ocho componentes clave para una estrategia de datos.

¿Cuáles son?

Primero, identificar los casos de uso estratégicos, ya que los datos consumidos por y generados a partir de estos pueden potencialmente utilizarse para habilitar otros procesos. Segundo, definir la arquitectura de flujo de datos. Tercero, identificar los conjuntos de datos críticos, sus fuentes

y dónde se almacenan finalmente. Cuarto, detectar las brechas de datos (*data gaps*). Esta evaluación es clave para formular una estrategia efectiva de recolección de datos y elegir las herramientas adecuadas. El quinto es desarrollar un modelo de gobierno de datos, lo cual implica establecer normativas claras sobre el procesamiento, manipulación y compartición de datos.

El sexto es crear un catálogo de datos; su implementación y actualización continua es esencial para mejorar la gestión de metadatos y la búsqueda, facilitando una mejor comprensión de los flujos y dependencias de datos. El séptimo es identificar una solución de almacenamiento de datos, para enfocarse más en el análisis y menos en la administración.

Por último, se debe habilitar los datos para su consumo. Las organizaciones deben implementar soluciones tecnológicas y procesos para preparar y hacer accesibles los datos a sus equipos.



Media partners



Partners estratégicos

SEMANA económica

América
economía

“

No se deslumbren por la velocidad a la que va la IA ni por el tremendo poder transformador de sus modelos”



Omar Florez es Senior Machine Learning Research Scientist y será expositor en Data & AI Summit 2024, donde abordará el potencial del ChatGPT y el futuro del lenguaje humano.

¿Cuál es la importancia del lenguaje humano para la IA generativa?

El lenguaje humano es la forma más natural que tenemos para medir la inteligencia de un algoritmo de IA. Los seres humanos sentimos que algo es inteligente si razona y comparte nuestro sentido común.

Precisamente, entender el lenguaje humano requiere tener estas capacidades. Un modelo de lenguaje demuestra ser inteligente al responder a nuestras preguntas de forma coherente y lógica. Por eso, ChatGPT tiene la forma de un chat que interactúa con una persona a través de consultas.

¿Por qué las empresas deben prestarle atención?

Muchas tareas importantes en una empresa utilizan el lenguaje humano: buscar y resumir documentos para mejorar la comunicación entre equipos; gestionar el conocimiento que se encuentra en los

miles de e-mails y documentación interna; la atención al cliente y el manejo de sus preguntas y reclamos también se realiza utilizando un lenguaje. Todas estas tareas pueden automatizarse en gran medida usando modelos de lenguaje, permitiéndonos entender mejor a los clientes las 24 horas del día y administrando de forma más efectiva el conocimiento que produce una empresa.

¿Cómo impacta la evolución del lenguaje humano en los negocios?

Los modelos de lenguaje, como ChatGPT o Llama, se entrenan utilizando el contenido presente en millones de páginas webs y libros —más recientemente en audios y videos— que están disponibles de forma pública en Internet. Debido a que el lenguaje está cambiando constantemente, los modelos se vuelven a entrenar cada cierto tiempo. Es decir, el lenguaje humano y la inteligencia artificial evolu-

cionan a la par. Todas las palabras que se van creando y los eventos tienen popularidad a nivel mundial llegarán eventualmente a ser parte de un modelo de lenguaje. En algunos casos esta característica es crítica; por ejemplo, un modelo de lenguaje financiero debe saber el valor actual de una acción en la Bolsa de Valores de Lima.

¿Qué recomendaciones les puede dar a las empresas sobre sus estrategias de IA?

No se deslumbren por la velocidad a la que va la IA ni por el tremendo poder transformador de sus modelos. Un algoritmo es tan inteligente como los datos que lo alimentan; por eso, es mejor definir estrategias basadas en datos y no en modelos. Poco importa el poder de determinado algoritmo de IA, si no se tiene cuidado en almacenar los datos de forma cuidadosa, preservar la privacidad de los usuarios y guardar el contexto que permita que un algoritmo

entienda tal información.

Por ejemplo, un algoritmo de gran tamaño será muy coherente, pero tendrá tiempos de respuesta tan lentos que pueden invalidar muchos casos de uso de una empresa.

También, entrenar un modelo con datos propios y de forma inadecuada puede exponer los datos privados de los clientes en un chat o incluso reducir su capacidad de razonamiento si tal entrenamiento se realiza sin conocimiento técnico.

El **Data & AI Summit 2024** se realizará el **miércoles 20 de marzo** desde las **8 a.m.** en el JW Marriott Lima.