



Telecable reduce más de un 10% los costes a las empresas mediante la implantación de inteligencia artificial

Gijón, 12 de noviembre de 2020.- El operador asturiano trabaja con sus clientes en la implantación de sistemas de inteligencia artificial para conseguir eficiencias en los centros de producción, que se estiman entre un 10% y un 20% para determinados sectores, como el sector industrial y el sector de la logística, ya que les ayuda a predecir fallos de maquinaria, incrementos o descensos de demandas, así como necesidades reales de producción, entre muchas otras ventajas.

La implantación de los sistemas de inteligencia artificial es posible en cualquier tipo de empresa. Las empresas que han desplegado proyectos de inteligencia artificial ya no son solo las grandes (empresas con más de 250 trabajadores) sino también medianas y pequeñas, con entre 50 y 250 trabajadores, en algunos casos incluso empresas menores conscientes de la importancia de su estrategia tecnológica, debido a que el coste de los proyectos de IA ha bajado de la barrera de las 6 cifras.

Telecable trabaja actualmente con alrededor de 120 empresas asturianas de diversos sectores como el financiero, el industrial y el de consumo minorista. Estas empresas demandan en su mayoría servicios de mejora de su relación con el cliente, previsión de la demanda y gestión de stocks.

Así, la industria puede anticiparse a un fallo de una máquina y evitarlo antes de que se produzca, con las consecuencias que ello supone a la reparación de dicha máquina e incluso a la producción de bienes defectuosos. Además, es capaz también de predecir incrementos o descensos en la demanda de los productos o servicios que las empresas ofrecen, para ajustar en cada momento tanto los bienes materiales como los humanos a las necesidades reales del mercado. De esta manera, gracias a la inteligencia artificial se puede optimizar la producción y el stock, con lo que se pueden reducir costes al eliminar producto defectuoso, devoluciones, excesos de producción, etc.

Además, la inteligencia artificial es aplicable a prácticamente todos los sectores de actividad, desde el sector financiero donde puede predecir el riesgo de impago de un

préstamo, al de seguros al detectar fraudes o reclamaciones falsas. Asimismo, en el sector inmobiliario la inteligencia artificial ayuda a establecer el precio de venta idóneo de una vivienda o identificar signos de una determinada dolencia en el sector sanitario.

Telecable asesora a las empresas para hacer frente a los problemas más comunes: la reducción del tiempo necesario para desplegar los proyectos, que en algunos casos alcanza los cinco meses; la correcta monitorización de los modelos y la elección del proyecto de inteligencia artificial más adecuado.

BAI Analytics

Ignacio Vilaplana, responsable de Inteligencia Artificial en el Grupo Euskaltel, del que Telecable forma parte, detalla el enfoque de la IA en el Grupo. *“A nivel interno trabajamos en la normalización del uso de la IA. Creamos un área específica, BAI Analytics, para impulsar la introducción de esta tecnología en las empresas, empezando por nosotros mismos. 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 asturianas 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 en estas tecnologías, 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.

Recientemente ha celebrado unas Jornadas Tecnológicas bajo el lema “Data Driven Compañy”. Dirigida a las empresas interesadas en iniciar, o que hayan iniciado ya, un proceso de digitalización, 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”.

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 Telecable 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.

Telecable Comunicación
comunicacion@telecable.com