

La IA en la Industria: de la salud a las ventas al por mayor

Hoy en día nos encontramos muchos dispositivos que ya tienen implementada IA y que usamos de forma común, como son los Smartphones pero, ¿cómo ayuda la inteligencia artificial en los diferentes sectores de la industria?

En la actualidad las herramientas con IA son un gran apoyo para los procesos industriales ya que ayudan a generar un mayor rendimiento en el área donde son usadas.

Un claro ejemplo es en el sector agroalimentario donde la IA es usada en la creación de harinas o panes.

El sistema es capaz de tomar decisiones y adelantarse a posibles eventos antes de que estos pasen por lo que hacen que el sistema tenga una gran capacidad de resolución de problemas. Además es capaz de tomar decisiones que hasta ahora se adoptaban mediante monitorizaciones y correcciones manuales.

Según la agencia de prensa francesa (AFP), la inteligencia artificial se está moviendo rápidamente hacia el mundo de la medicina.

De acuerdo con las previsiones de la consultora Frost and Sullivan, el negocio de sistemas médicos inteligentes moverán en 2021 más de US 6.600 millones de dólares frente a los US 634 millones de dólares que se registraron en 2014. Los expertos apuntan a una razón: el desarrollo y popularización de los dispositivos móviles.

Entre los principales desafíos que debe afrontar la tecnología en el campo médico se encuentran mejorar los pre-diagnósticos médicos, el seguimiento en tiempo real de patologías, la automatización de algunos procesos o la atención más eficiente. De forma que todo lo que ha venido a englobarse en el término eHealth debe formar parte de una estrategia transversal en la que todo suma y no resta.

Ejemplos:

Montefiore Medical System

A través de modelos prescriptivos para identificar a los pacientes con riesgo de insuficiencia respiratoria, de modo que el personal de salud pueda actuar con alertas que conduzcan a intervenciones oportunas para salvar vidas y recursos.

Stanford Medical

Mediante la inteligencia artificial para aumentar la reconstrucción de imágenes de resonancia magnética, de modo que se pueda ofrecer una imagen completa en casi un minuto en comparación con lo que normalmente tomaría cerca de una hora, eliminando la riesgosa intubación y sedación en pacientes pediátricos durante los exámenes de imagenología.

ICON plc

En lugar de basarse sólo en las pesadas visitas a la clínica y los registros de papel, usando datos clínicos de sensores y dispositivos wearables para evaluar de manera más rápida el impacto de nuevas terapias en ensayos clínicos.

AccuHealth

Usando el monitoreo en casa junto con extracción de datos y modelado predictivo para identificar cambios que sean de interés en pacientes con enfermedades crónicas, a fin de permitir la intervención antes de que las condiciones escalen y se agudicen.

Ventas al por Mayor (Retail)

Alrededor del mundo existen ejemplos de la aplicación de la Inteligencia Artificial en el retail:

1. Amazon utiliza algoritmos de machine learning para analizar y crear tendencias de moda.

2. The North Face, tienda especializada en ropa invernal y equipo para montañistas, lanzó en línea una experiencia de compras interactiva potenciada por Watson de IBM, donde los clientes pueden dialogar con el sistema y recibir recomendaciones.
3. En Estados Unidos, Walmart usa una app móvil para “escanear y comprar” y la gente evita filas para pagar.
4. Levi’s implementó chatbots para auxiliar al cliente a encontrar los jeans perfectos.
5. Macy’s probó una aplicación que da respuesta a preguntas relativas a cada punto de venta (stock, ubicación de productos, marcas, probadores, etc.).
6. En China, la tienda online JD inauguró su primer establecimiento sin personal llamado D-Mart, el cual ofrece el confort de los marketplaces en internet dentro de una tienda física. El local utiliza estanterías, mostradores, pasillos y cámaras inteligentes, así como sensores, señalización digital y cajas autónomas para simplificar el pago.

Por otra parte, aplicar la Inteligencia Artificial a la analítica de datos del retail, permitirá a los diversos formatos (tiendas de autoservicio, conveniencia, departamentales y especializadas): pronosticar la demanda de artículos, realizar estrategias de marketing y publicidad dinámica, automatizar el departamento de compras y gestionar almacenamiento e inventarios, entre otras tareas.