

NUEVOS NEGOCIOS

Nace la gran alianza de la inteligencia artificial



Se busca **democratizar la IA** para que cualquier empresa, grande o pequeña, explote sus utilidades y haga crecer su negocio.

CONSORCIO | NUEVOS NEGOCIOS

Nace la gran alianza de la

La agrupación busca **democratizar la IA** para que cualquier empresa, grande o pequeña, explote sus utilidades y haga

M^o José G. Serranillos, Madrid
Su presencia en la vida diaria va *in crescendo*. Asistentes virtuales como Alexa o Siri, coches que aparcan solos, traductores automáticos, recomendaciones personalizadas de producto según gustos, sugerencias musicales en Spotify... La inteligencia artificial (IA) está en nuestro día a día, casi sin darnos cuenta, y en el futuro su protagonismo se multiplicará, permitiendo realizar miles de acciones, hasta ahora impensables, facilitando la vida a ciudadanos, empresas y administraciones públicas.

El futuro de la IA plantea retos necesarios de resolver, como incrementar la lectura de más textos y datos en castellano, ya que la mayoría están en inglés, o la necesaria democratización de esta herramienta, con el objetivo de que no sea coto exclusivo de tecnológicas como Telefónica, Amazon y Google y de grandes compañías. Que sirva para que las empresas más pequeñas y los trabajadores autónomos puedan sacar partido a sus utilidades y hagan crecer sus negocios reduciendo costes y tiempo.

Son los deberes que se ha marcado AI2, primer consorcio de firmas de soluciones basadas en esta herramienta que comienza a andar en España con seis *start up*. La idea es ir acogiendo nuevas firmas y pro-



yectos en el futuro. **Dive, Mitiga, Wise Athena, Foqum, Gigigo y Sherpa** son las primeras protagonistas de esta alianza, un conjunto

de compañías muy especializadas en dar soluciones de IA en campos como el análisis de imágenes y vídeos, en la computación de alto ren-

dimiento, en el procesamiento automático del lenguaje o en la selección del mejor precio para productos de gran consumo según cada super-

mercado. Estos proyectos han sido apoyados por el programa *Accelerator* de la iniciativa H2020 de la Unión Europea.

La filosofía del consorcio es buscar la cooperación entre sus miembros para encontrar sinergias y modelos colaborativos en los que entren en juego las distintas herramientas desarrolladas por estas compañías. Se persigue "un aprendizaje federado", resume **Carlos Echalecu**, cofundador de **Dive**, firma especializada en visión inteligente de imágenes y vídeos. Así, las innovaciones que se vayan desarrollando en la agrupación se podrán aplicar a distintos sectores. "La plataforma desarrollada por AI2 permitirá compartir y procesar todo tipo de datos", resalta. Los datos generados estarán bajo control de la agrupación y serán anónimos y se encriptarán para garantizar la privacidad.

La conexión entre el mundo físico y el digital será otro de los retos. Para lograrlo, sus firmas impulsarán innovaciones basadas en sensores para el Internet de las Cosas (IoT) para la captura continua de datos de cualquier objeto. El objetivo será obtener una mejor comprensión de todo lo que nos rodea.

Las marcas deben comprender quiénes son sus clientes y qué productos desean para llegar a ellos, al-

El ojo que todo lo ve

Dive nació en 2015 con una propuesta tecnológica que hacía posible la interacción con series y películas. Por ejemplo, alguien podía conocer el actor o los detalles que aparecían en un escena específica. En los últimos años, la tecnología de inteligencia artificial de esta 'start up' ha virado hacia el análisis de las imágenes captadas por cámaras de seguridad instaladas en centros comerciales, tiendas, gimnasios, cadenas de hostelería y bancos. Son los principales clientes de Dive.

¿Con qué objetivo? "Saber, por ejemplo, cuánta gente hay en un establecimiento en un momento dado, si se forman colas en las cajas o si se paran ante una publicidad. Con esta información las compañías conocen bien a sus clientes y pueden ofrecer productos y servicios a su medida", señala Carlos Echalecu, cofundador de Dive.



Guillermo Encina (izquierda) y Carlos Echalecu (derecha), fundadores de Dive.

"El análisis de nuestra herramienta permite generar métricas con las que tomar la mejor decisión en las empresas". Echalecu explica que el principal valor de su herramienta es la "facilidad de escalado e implementación en toda la red de establecimientos de una compañía o grupo". La firma, que se ha marcado alcanzar los 20 millones de facturación en 2024, cuenta con oficinas en Madrid y Asturias, una plantilla de 30 personas y una cartera de 15 clientes, algunos internacionales.

Una tecnología a la que le gusta leer

"Lo que no se mide, no se puede mejorar", defiende Jacobo Pablos, CEO de **Foqum**, firma nacida en 2017. La compañía que dirige cuenta con diversas soluciones basadas en la inteligencia artificial. Una de ellas permite el procesamiento y la lectura automática de textos con el fin de que las empresas puedan medir todos sus datos e información y, de esta manera, poder tomar mejores decisiones estratégicas. "Analizamos también imágenes, vídeos y audios. Nuestra plataforma admite cualquier tipo de dato, aunque esté desestructurado, para poder interpretarlo", señala el empresario.

Pablos no deja de insistir en la conveniencia del análisis: "Actualmente más de un 85% de la información de negocio está en datos de texto, pero menos de un 4% se utiliza realmente para la toma de decisio-



Jacobo Pablos, CEO y cofundador de Foqum, una 'start up' que usa la inteligencia artificial para lectura automática de textos.

nes en las empresas". La razón son las dificultades que entraña el tratamiento de texto, debido al alto volumen de documentos que se generan y la falta de profesionales para interpretarlos, clasificarlos y etiquetarlos de forma correcta. Son las tareas que permite la tecnología de esta compañía, que cuenta entre sus clientes a Lefebvre. Foqum ha clasificado y ha puesto más de 10.000 etiquetas a los 4 millones de sentencias publicadas por esta editorial jurídica.

inteligencia artificial

crecer su negocio, descubriendo qué quieren sus clientes y ofreciéndoles el producto deseado.

go que **Gigigo** conoce bien. La compañía desarrolla y ofrece soluciones de IA a grupos como Repsol, Coca-Cola y McDonald's, con las que mejoran la interacción con los consumidores en los canales digitales. "Para ello, usamos **bots** y asistentes de voz", explica **Javier Lima**, CEO de Gigigo, con una plantilla de 100 personas y oficinas en Sao Paulo (Brasil), México y Madrid. Se mejora la experiencia del cliente y sus gustos, consiguiendo darle el producto que quiere. "Es quien tiene hoy el poder absoluto, ya que es quien decide qué compra y dónde.

Así que conseguir su fidelización es fundamental", señala el directivo de Gigigo.

Para Lima uno de los retos e la IA en España es "saber explotar y aprovechar los datos generados de los usuarios". Es el siguiente paso que deben abordar las firmas, una vez que se han conseguido sistemas y herramientas para almacenar toda esa información.

Bajo la pauta de la UE AI2 cuenta con el apoyo de Minsait, división de soluciones de tecnología y transformación digital de Indra.

Las soluciones de IA pueden hacer más eficientes los cultivos y la gestión de la sanidad

Para **José Luis Flórez**, director de inteligencia artificial en **Minsait**, "la estrategia en IA de España está muy alineada con las pautas seguidas por la UE". Esto supone una ventaja, al poder trabajar las firmas de IA bajo una premisa global, "pero re-

presenta también un hándicap, ya que el mercado europeo no dispone de acceso a los millones de datos de consumidores como tienen las grandes tecnológicas en Estados Unidos, como Google o Facebook", explica el directivo de Minsait. Un filón, el de los datos, que ninguna empresa quiere dejar escapar por su innegable valor para conocer a sus clientes y ofrecerles así el mejor producto.

¿En qué puede ser competitiva España en IA? "En las soluciones en las que trabajan las firmas, desde las que mejoran cultivos y explotaciones agrícolas a las que ofrecen experiencias turísticas de calidad al viajero, o hacen eficiente la gestión en ámbitos como el sanitario o el control de tráfico y, en general, todo lo que supone mayor eficiencia en las decisiones de negocio", señala Flórez. En energía también se están dando progresos con IA para conseguir un sector más eficiente, sostenible y menos contaminante.

Abrirse paso

El consorcio será un nuevo avance para que la actividad de la IA gane peso en España y para que las firmas emergentes dedicadas a esta tecnología hagan oír su voz. En el Mobile World Congress (MWC), celebrado hace unas semanas en Barcelona, esta tecnología fue una de las grandes estrellas del salón y se volvió a

UN FILÓN

- ▶ Las **telecomunicaciones** serán a corto plazo el sector con mayor impacto de la IA en España, seguido de los seguros, el 'retail', la sanidad, la banca y el turismo, como refleja un estudio de PwC.
- ▶ Casi la mitad de las compañías españolas (46%) tiene ya **proyectos piloto** de implantación de tecnologías de IA y el 10% empieza a obtener beneficios con estas herramientas.
- ▶ Para cuatro de cada cinco compañías la IA supondrá **cambios altamente disruptivos** en sus negocios. La interacción mixta entre máquina y humano será la clave para ofrecer al cliente una experiencia satisfactoria.

Ética y privacidad, a salvo

El procesamiento y tratamiento de millones de datos por la inteligencia artificial procedentes de los usuarios hacen imprescindible una cuestión clave: mantener la privacidad de las personas. Fue uno de los mensajes lanzados hace unos días por José María Álvarez-Pallete, presidente de Telefónica, en el marco del Mobile World Congress de Barcelona, donde habló de las interesantes oportunidades que se abren con esta tecnología. Pero, por encima del negocio, el directivo de la compañía, puso a las personas en el centro: "Nuestra privacidad y nuestros datos individuales forman parte de nuestra dignidad. Tenemos derecho a saber

quién los utiliza y cómo, cuánto valen y quién se beneficia de su valor". Parte de las estrategias en IA impulsadas desde la Unión Europea se dirigen a preservar la ética de la información, como recuerda José Luis Flórez, director de inteligencia artificial de Minsait (Indra). "Se está trabajando en acciones y regulaciones sobre cómo tratar esos datos e interactuar con ellos", explica. De esta manera, añade, se mitigará el riesgo de hacer un uso poco ético de la información. La ley de protección de datos ya es un importante avance, pero se necesitan más acciones que velen por la ética de la IA.

incidir en que su papel será determinante para el crecimiento económico del país.

La Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial (ENIA) es la hoja de ruta del Gobierno para impulsar soluciones y proyectos ligados a esta tecnología. En este documento se resalta que "España parte de una posición favorable para abordar esta revolución tecnológica y científica, contando con infraestructuras de calidad para desarrollar actividades relacionadas con la IA".

Así se predice el precio justo

En Houston (Estados Unidos) echó a andar en 2013 **Wise Athena**, una firma que permite conocer y fijar el mejor precio de productos de gran consumo según la tienda o el supermercado donde se vendan. Sus clientes son marcas populares como Nivea, Bimbo y Nestlé, entre otras. "Nuestra herramienta de inteligencia artificial predice a estas compañías el mejor precio de sus distintos productos con un sólo 'click', con el fin de incrementar sus ganancias", señala Alfonso Vázquez, CEO y fundador de Wise Athena. "Además de mejorar las ganancias y ventas, la herramienta permite conocer el volumen exacto de un producto que necesita un supermercado específico y evitar así el desperdicio alimentario en estas superficies", explica. La compañía cuenta con 14



Equipo de Wise Athena, con sede en Houston (EEUU) y nacida en 2013.

clientes, todos ellos de productos consumidos a diario por millones de compradores, y su equipo está repartido entre España, EEUU y México. Incrementar su negocio en el mercado americano y sacar la compañía a cotizar a Bolsa se encuentran entre los planes de esta compañía, con una facturación de 1,8 millones de dólares en 2020 y un equipo de 35 personas.

Un visionario entre Bilbao y Silicon Valley

"**Sherpa.ai** fue fundada en 2012 con el propósito de que la inteligencia artificial (IA) fuese un complemento al humano, una ayuda para que nuestra vida sea mejor y más fácil". Así se expresa Xavi Uribe-Etxebarria, un emprendedor visionario que vio las oportunidades que se abrían con la IA y creó la compañía con equipos en Erandio (Vizcaya), su tierra natal, y Silicon Valley, cuna mundial del emprendimiento. "Nuestros algoritmos son usados por las compañías para mejorar y aumentar la competitividad. La IA es una herramienta potentísima que puede ayudar a resolver los desafíos urgentes que tiene la humanidad y el planeta en sectores como la salud, energía o la banca", detalla. Sherpa ofrece a estos sectores herramientas de IA en tres áreas: privacidad de datos, predicción y recomendación y procesa-



Xavi Uribe-Etxebarria, CEO y fundador de Sherpa, firma con sede en Bilbao y en Silicon Valley.

miento del lenguaje natural. Tener sede en Silicon Valley, cuenta Uribe-Etxebarria, ha dado la posibilidad a Sherpa de "incorporar grandes estrellas" como Tom Gruber, creador de Siri, el popular asistente virtual de Apple, o Joanna Hoffman, quien fuera directora de marketing en Apple y mano derecha de Steve Jobs. "Es chocante para muchos que una empresa que está encima de un taller en Erandio esté cambiando el mundo. En ese camino estamos", señala el emprendedor.