



Universidad de  
Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES  
DE DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL



FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES

## **RETAIL ABIERTO 2022-23**

### **Inteligencia Artificial y Humana Más Unidas que Nunca en el Retail**

*Facultad de Economía y Empresa  
Universidad y Empresa  
6 de marzo de 2024*



Miguel Camacho durante la conferencia que impartió el 6 de marzo de 2024.

**D. MIGUEL CAMACHO RUÍZ**

*Fundador y CEO de Atalaya Technologies, CTO de SMARTVEL y profesor asociado de la Universidad Complutense de Madrid*

El 6 de marzo, en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo, se llevó a cabo una conferencia impartida por Miguel Camacho, Director de Tecnología en Smartvel, una empresa dedicada al desarrollo de contenidos mediante el uso de inteligencia artificial (IA). Durante su presentación, Miguel resaltó la estrecha relación existente entre la IA y la biología humana y mencionó tres tipos de IA en función del tipo de aprendizaje: aprendizaje supervisado, no supervisado y por refuerzo. Las redes neuronales son ejemplos de algoritmos utilizados en la IA, inspirados en la forma en la que aprenden los seres humanos. También destaca que la combinación de la IA y la inteligencia humana es muy beneficiosa para aprovechar todo el potencial de la IA.



Universidad de  
Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES  
DE DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL



FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES

Si bien la IA puede generar inquietud por la posible pérdida de empleos, también está generando nuevas oportunidades laborales, especialmente en el sector minorista. En este ámbito, la IA está revolucionando la forma en que las empresas operan, permitiéndoles optimizar procesos y mejorar la experiencia del cliente.

Uno de los campos en los que la IA está transformando el sector retail es el uso de sistemas de recomendación. Las empresas emplean algoritmos de IA para analizar el comportamiento y las preferencias de los clientes, ofreciéndoles recomendaciones más precisas. Al utilizar la IA, los minoristas pueden proporcionar a los clientes una experiencia de compra más personalizada y atractiva.

Otra aplicación importante de la IA en el comercio minorista es la predicción de la demanda. Por ejemplo, Walmart ha implementado sistemas de IA para analizar grandes volúmenes de datos, lo que le permite optimizar la gestión del inventario y garantizar una distribución eficiente de los productos en todas sus tiendas. Esto ayuda a Walmart a satisfacer las demandas de los clientes mientras minimiza el desperdicio y mejora la eficiencia operativa en general.

La automatización de procesos a través de la IA también desempeña un papel crucial en el sector retail. Las tiendas Amazon Go, por ejemplo, utilizan tecnologías de IA para crear experiencias de compra sin cajeros. Los clientes pueden entrar en la tienda, tomar los productos que deseen y salir sin tener que pasar por una caja de pago. Otra utilidad es la introducción de robots en las tiendas, los cuales asisten a los clientes en la búsqueda de productos y les proporcionan información sobre precios y disponibilidad.

El conferenciante también enfatiza el papel de la IA en el análisis de sentimientos. Mediante el análisis de los comentarios de los clientes, las publicaciones en redes sociales y otros datos, la IA puede determinar el sentimiento general asociado a una marca o producto. Esto permite a las empresas conocer de manera más precisa cómo se percibe su marca en el mercado y qué emociones se generan en torno a sus productos o servicios. Este análisis de sentimientos basado en IA permite a las empresas detectar posibles áreas de mejora y oportunidades de crecimiento, al identificar necesidades y expectativas de los clientes.



Universidad de  
Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES  
DE DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL



FUNDACIÓN  
RAMÓN ARECES

Finalmente, Miguel Camacho concluye que, a pesar de las numerosas ventajas que ofrece la IA, es importante tener en cuenta que los algoritmos de IA pueden tener sesgos y promover inadvertidamente discursos de odio o comportamientos discriminatorios. Esto destaca la necesidad de considerar la ética en el uso de la IA, evitando sesgos y la manipulación de información, así como garantizar la seguridad y la privacidad de los datos. Desde esta perspectiva, resulta imprescindible la intervención y la supervisión humana de los datos generados con la IA, interpretando y contextualizando los resultados obtenidos, y adoptando un uso reflexivo y ético de esta tecnología.



*Público asistente a la jornada Inteligencia Artificial y Humana.*