

3 mitos y 3 claves del uso de ChatGPT en los negocios y empresas



¿Cuáles son los **principales mitos** que hay sobre el uso de tecnologías como [ChatGPT](#) en los **negocios**?

Dicho modelo de **inteligencia artificial generativa de lenguaje** cumple un año de haber revolucionado el acceso masivo a estas herramientas.

En este lapso, han surgido muchas opciones de Inteligencia Artificial amigable y también **se popularizó la idea** de que las **empresas deben adaptarse**.

¿Pero **qué ideas incorrectas** hay sobre su uso y en **qué cosas sí podría aprovecharse** para los negocios?

En [incMTY 2023](#), el **festival de emprendimiento del Tec de Monterrey**, Adrián Villaseñor, CoCEO de la empresa Auronix, dio una conferencia al respecto.



/> width="900" loading="lazy">

Mitos y realidades del uso de ChatGPT en los negocios

Estos son algunos de los mitos del uso de tecnologías de conversación con Inteligencia Artificial que Villaseñor señaló:

Mito: ChatGPT entiende absolutamente todo.

Mucha gente suele pensar que esto es magia, afirmó el especialista, pero esto no es así, ni es una herramienta con comprensión total de lo que se pregunta.

Realidad: ChatGPT no tiene comprensión profunda.

El ChatGPT y herramientas similares dependen de la detección de patrones en los datos, pero no tienen una comprensión profunda de los temas que se le piden.

Mito: ChatGPT tiene conciencia y razonamiento propio.

Muchos suelen pensar, agregó el ponente, que, tal como en las películas, estas tecnologías ya tienen casi vida propia.

Realidad: ChatGPT no tiene conciencia de sí mismo

“ChatGPT no es capaz de tener introspección, self-awareness y experiencias subjetivas”, reiteró. Solo da opciones de respuestas repitiendo patrones que detecta.

Mito: ChatGPT es 100% confiable

Estos modelos de lenguaje pueden, por supuesto tener fallas, y se debe ser cuidadoso, añadió Villaseñor.

Realidad: La data es limitada y respuestas especulativas

Es importante considerar que los datos a los que tienen acceso y con los que se han entrenado estas herramientas no son ilimitados.

También tienen limitaciones para adaptarse al contexto en específico que se requiera y sus respuestas dependen son, en ocasiones, especulativas.

“Esta es una herramienta con la que los emprendedores de ayer no contaban. Ahora, queda la imaginación para ver qué pueden lograr con ella”.

¿Cómo puedo usar ChatGPT para mi empresa?

En incMTY se presentaron más de 10 conferencias sobre Inteligencia Artificial y los negocios.

“Queremos seguir apoyando el emprendimiento. Vamos a dar un énfasis especial a que vengan a incMTY a hacer negocio y construir un mejor porvenir”, expresó su presidente Rogelio de los Santos.

En cuanto a ChatGPT, más allá de los mitos, Villaseñor expresó en la conferencia del tema su visión para aprovecharlo mejor.

“Si voy a ser abogado, programador o la profesión que sea, debo ver cómo apalancar mi crecimiento con estas herramientas para ser más productivo”.

Para un uso mejor uso de **ChatGPT para los negocios** señaló **3 puntos clave**:

1.- Configurar las respuestas para uso de negocio

En este punto, habló del **Prompt Engineering**, es decir, la **construcción de solicitudes adecuadas** para que la información entregada de la **mejor calidad**.

Destacó que son mejores las **solicitudes específicas, contextuales**, que indican la forma (por ejemplo respuesta corta, larga, etc.) y el **comportamiento esperado**.

2.- Alimentar información relevante y específica

Tener bases de datos de calidad es crucial para el análisis que la inteligencia artificial hacer.

Cuando se usan las capacidades de **ChatGPT** pero **para procesar información privada de una empresa** -con las opciones que ahora brinda- esto es relevante, añadió el especialista.

3.- Conversaciones que resuelvan y no solo que informen

“Donde realmente hace una diferencia es cuando transacciona, cuando me da información personalizada y puedo sentir que son respuestas realmente para mí”.

“Cuando se conjugan esas 3 cosas, se vuelve una estrategia bien interesante”, afirmó Villaseñor.



Componentes de una estrategia conversacional exitosa con clientes

Al final, Villaseñor comentó que, si se usa **ChatGPT** o herramientas conversacionales similares **para que los clientes interactúen** con ellas, debe tenerse en mente que la **experiencia sea lo mejor posible**.

En ese sentido, consideró los siguientes elementos.

1.- Reto y objetivos de negocio

2.- Puntos de entrada y difusión para el cliente

3.- Experiencia inbound (atender sus necesidades particulares)

4.- Notificaciones inbound (mantener contacto en la mejor manera)

5.- Medición y mejora continua

Ejemplos de uso de ChatGPT en negocios

1.- Seguimiento de pedidos

2.- Respuesta a preguntas frecuentes

3.- Interpretar mensajes de audio y brindar respuestas

4.- Sugerencia de compra a clientes según comportamiento

5.- Envío de promociones personalizadas

6.- Reducir costos del contact center

Por último, el especialista recomendó:

“Piensa cuáles son tus procesos críticos de negocio y piensa cuáles puedes automatizar así”.

Y agregó:

“Esta es una herramienta con la que los emprendedores ayer no contaban. Ahora, solo queda la imaginación para ver qué pueden lograr con ella”.