



IA FOR BUSINESS

Con el avance tecnológico, las aplicaciones de Inteligencia Artificial proporcionan reconocimiento de voz, visión, lógica de decisión, y otras funcionalidades claves para poder modernizar y optimizar procesos.

PERSONALIZACIÓN Y RECOMENDACIONES

Ejes temáticos

- **Parte 1:**
Qué es la Personalización p. 04
- **Parte 2:**
Tipos de Personalización p. 08
- **Parte 3:**
Tipos de Algoritmos de Recomendación p. 13
- **Parte 4:**
Desafíos de la Personalización y las Recomendaciones p. 18
- **Parte 5:**
Casos de Estudio p. 22
- Otras guías p. 27

Parte 1

QUÉ ES LA PERSONALIZACIÓN

¿QUÉ ES LA PERSONALIZACIÓN?

La personalización se refiere a la adaptación de productos o servicios a las necesidades individuales de los usuarios.

La personalización puede abarcar desde la personalización de productos hasta la personalización de interacciones y comunicaciones.

Se busca brindar una experiencia única y relevante para cada cliente.

¿QUÉ SON LAS RECOMENDACIONES?

Las recomendaciones son sugerencias de personalización basadas en datos existentes del usuario.

Utilizando algoritmos y técnicas de Inteligencia Artificial, se ofrecen recomendaciones relevantes y atractivas para los usuarios.

Estas recomendaciones pueden influir en las decisiones del usuario y aumentar las ventas, el compromiso y la satisfacción del mismo.

IMPORTANCIA

La importancia de la personalización y las recomendaciones en los procesos de negocio está dado porque:

- ✓ Estas pueden generar lealtad del cliente
- ✓ Al ofrecer experiencias personalizadas, se puede mejorar la satisfacción del cliente y fortalecer su relación con la marca.
- ✓ Las recomendaciones pueden aumentar las ventas y el compromiso del usuario ya que facilitan la toma de decisiones y descubren productos relevantes.

Parte 2

TIPOS DE PERSONALIZACIÓN

TIPOS DE PERSONALIZACIÓN

Personalización basada en Preferencias –

Se centra en adaptarse a las preferencias y gustos individuales de los usuarios.

Se basa en recopilar información sobre las preferencias que han sido declaradas por los usuarios, como sus intereses, categorías de productos favoritas o géneros musicales preferidos.

Con esta información, se pueden ofrecer recomendaciones y experiencias personalizadas que se alineen con las preferencias específicas de cada usuario.

Ejemplo

En un servicio de streaming de música, la personalización basada en preferencias puede recomendar canciones y artistas similares a los favoritos de cada usuario.

TIPOS DE PERSONALIZACIÓN

Personalización basada en Comportamiento –

Se enfoca en adaptarse a los comportamientos y acciones previas de los usuarios.

A través del análisis de datos de comportamiento, como las compras anteriores, las interacciones en un sitio web o las reproducciones pasadas, se pueden identificar patrones y tendencias en el comportamiento del usuario.

Con esta información, es posible ofrecer recomendaciones personalizadas que se basen en las acciones y preferencias pasadas del usuario.

Ejemplo

En una tienda online, la personalización basada en comportamiento puede sugerir productos relacionados o complementarios a los que el usuario ha comprado previamente allí.

TIPOS DE PERSONALIZACIÓN

Personalización basada en Contexto –

Se adapta al entorno o situación específica del usuario.

Considera factores como la ubicación geográfica, el momento del día, el dispositivo utilizado o la actividad actual del usuario.

Esta personalización busca brindar experiencias relevantes y útiles en función del contexto en que se encuentra el usuario.

Ejemplo

Una app de navegación puede personalizar las recomendaciones de rutas en función de la ubicación del usuario y las condiciones del tráfico en tiempo real.

TIPOS DE PERSONALIZACIÓN

Estos enfoques de personalización pueden complementarse entre sí para ofrecer experiencias altamente personalizadas y relevantes para los usuarios.

Al combinar la comprensión de las preferencias individuales, los comportamientos pasados y el contexto actual, las empresas pueden proporcionar recomendaciones y servicios adaptados a las necesidades y preferencias únicas de cada usuario.

Esto no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también puede aumentar la satisfacción, el compromiso y los resultados comerciales.

Parte 3

TIPOS DE ALGORITMOS DE RECOMENDACIÓN

TIPOS DE ALGORITMOS DE RECOMENDACIÓN

Algoritmos de Filtrado Colaborativo –

Se basan en identificar patrones y similitudes entre usuarios para ofrecer recomendaciones basadas en las preferencias de otros usuarios similares.

Analizan las interacciones y comportamientos de un grupo de usuarios para encontrar patrones de preferencias y hacer recomendaciones en base a estas similitudes.

El filtrado colaborativo puede ser basado en usuarios, por ejemplo comparando las preferencias de un usuario con las de otros, o basado en elementos, comparando las preferencias de los usuarios con las características de los elementos recomendados.

Ejemplo

Si varios usuarios con gustos similares han comprado un producto o han calificado positivamente cierta película, el algoritmo puede recomendar ese producto a otros usuarios con gustos similares.

TIPOS DE ALGORITMOS DE RECOMENDACIÓN

Algoritmos basados en Contenido –

Se centran en utilizar características y atributos de los productos o elementos recomendados para encontrar similitudes y ofrecer recomendaciones relacionadas.

Estos algoritmos analizan las características y atributos de los elementos recomendados y los comparan con las preferencias y comportamientos del usuario.

Ejemplo

En un servicio de streaming de películas, los algoritmos basados en contenido pueden analizar los géneros, actores, directores o etiquetas asociadas a una película para hacer recomendaciones similares a otras películas que compartan esas características. De esta manera, se recomiendan elementos que son similares en contenido al que el usuario ha mostrado interés previo.

TIPOS DE ALGORITMOS DE RECOMENDACIÓN

Algoritmos Híbridos –

Estos combinan diferentes enfoques, como el filtrado colaborativo y el basado en contenido, para proporcionar recomendaciones más precisas y personalizadas.

Estos algoritmos aprovechan las fortalezas de cada enfoque y buscan mejorar la calidad y relevancia de las recomendaciones.

Ejemplo

Pueden utilizar el filtrado colaborativo para encontrar usuarios similares, y luego utilizar el enfoque basado en contenido para refinar las recomendaciones basándose en las características de los elementos recomendados.

La combinación de los enfoques puede resultar en recomendaciones más precisas y adaptadas a los gustos y preferencias individuales.

TIPOS DE ALGORITMOS DE RECOMENDACIÓN

La elección del algoritmo de recomendación dependerá de diversos factores: como la disponibilidad y calidad de los datos, el tipo de contenido a recomendar y las necesidades y objetivos de cada negocio.

Algunas plataformas también utilizan técnicas avanzadas de IA, como el Aprendizaje Profundo, para mejorar aún más la precisión de las recomendaciones.

En última instancia, el objetivo es proporcionar recomendaciones relevantes y personalizadas que satisfagan las necesidades y preferencias únicas de cada usuario.

Ejemplos de recomendaciones:

- ✓ Recomendaciones de productos en tiendas online:
“Clientes que compraron este producto también llevaron...”
- ✓ Recomendaciones de películas o música en streaming:
“Basado en tus preferencias, te podría gustar...”
- ✓ Recomendaciones de amigos en redes sociales:
“Amigos que quizás conozcas” o “Grupos recomendados”

Parte 4

DESAFÍOS DE LA PERSONALIZACIÓN Y LAS RECOMENDACIONES

Privacidad y Seguridad de los Datos –

Para ofrecer experiencias personalizadas, las empresas recopilan y analizan una gran cantidad de datos personales de los usuarios, como historiales de compras, preferencias de navegación y los comportamientos en línea.

Es crucial proteger esta información y garantizar que se cumplan las normas de privacidad y regulaciones aplicables.

Las empresas deben obtener el consentimiento informado de los usuarios para recopilar y utilizar sus datos, y deben implementar medidas de seguridad adecuadas para protegerlos de accesos no autorizados.

Sesgo en las recomendaciones –

Los algoritmos utilizados en las recomendaciones pueden estar sujetos a sesgos inherentes, lo que puede conducir a resultados parciales o discriminatorios.

Por ejemplo, si los algoritmos se basan únicamente en referencias y en los comportamientos pasados del usuario, pueden perpetuar sesgos existentes y limitar la diversidad de las recomendaciones.

Es fundamental diseñar los algoritmos de manera imparcial, considerando factores como la equidad, la diversidad y también la inclusión. Se debe realizar una monitorización constante para identificar y corregir cualquier sesgo que pueda surgir en las recomendaciones.

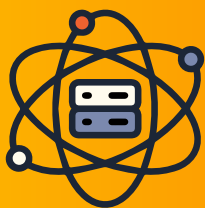
DESAFÍOS

Obtención de datos precisos y relevantes –

La calidad de los datos utilizados en la personalización y en las recomendaciones es crucial para obtener resultados precisos y útiles.

Los datos incorrectos, incompletos o desactualizados pueden afectar la calidad de las recomendaciones y de la experiencia del usuario. Es necesario contar con mecanismos efectivos para recopilar datos precisos y relevantes, así como para filtrar y limpiar los datos antes de utilizarlos en los algoritmos de recomendación.

Además, es importante contar con procesos para actualizar y mantener los datos de manera regular.



Si buscas soluciones para integrar, visualizar y analizar datos, y necesitas un equipo resolutivo, profesional y que se enfoque en la **seguridad y confidencialidad** de los datos, elegí a Tekne.

Ver todas las soluciones

Parte 5

CASOS DE ÉXITO

CASO DE ESTUDIO 1 – NETFLIX

Netflix es un servicio de streaming líder a nivel mundial

que utiliza algoritmos de recomendación para ofrecer contenidos personalizados a sus usuarios.

Recopila y analiza una gran cantidad de datos de los usuarios, como las películas y programas de televisión que han visto, las calificaciones que han dejado y otros comportamientos de visualización.

Utilizando algoritmos sofisticados de recomendación, Netflix analiza estos datos para identificar patrones y preferencias individuales. Estos algoritmos de Netflix utilizan un enfoque híbrido que combina el filtrado colaborativo y el contenido basado en atributos de las películas y programas de televisión.

El filtrado colaborativo se utiliza para encontrar usuarios con gustos y preferencias similares, y proporcionar recomendaciones basadas en las elecciones de estos usuarios similares.

El contenido basado en atributos analiza las características de las películas y programas de televisión como género, elenco, director y temática, para hacer recomendaciones relacionadas.

CASO DE ESTUDIO 1 – NETFLIX

Impacto –

El impacto de estas recomendaciones en el éxito de la plataforma y la retención de sus suscriptores se basa en que:

- ✓ Al ofrecer contenido personalizado y relevante, los usuarios encuentran fácilmente películas y programas de televisión que se ajustan a sus gustos y preferencias individuales. Esto lleva a una mayor satisfacción del usuario, ya que pueden descubrir nuevo contenido que les interese y que disfruten.
- ✓ Las recomendaciones también mejoran la experiencia de navegación de los usuarios, facilitando la exploración y la selección de contenido.
- ✓ A medida que los suscriptores encuentran más valor en las recomendaciones de la plataforma, es más probable que permanezcan como usuarios leales y continúen utilizando el servicio. La retención de suscriptores es un factor clave en el crecimiento y el éxito continuo de Netflix en un mercado altamente competitivo.

CASO DE ESTUDIO 2 – AMAZON

Amazon es una de las compañías de comercio electrónico más grandes del mundo, y utiliza la personalización y las recomendaciones para aumentar las ventas y mejorar la experiencia del cliente.

Recopila una gran cantidad de datos de los usuarios, como historial de compras, búsquedas, productos vistos y reseñas.

Utilizando algoritmos de recomendación avanzados, Amazon analiza estos datos para ofrecer recomendaciones personalizadas a los usuarios.

Una de las características clave de la personalización de Amazon es la sección de “artículos relacionados”, que muestra productos complementarios o similares a los que el usuario está viendo o comprando.

Además, Amazon utiliza el historial de compras del usuario para ofrecer recomendaciones basadas en las “compras anteriores”. Esto incluye sugerir productos que el usuario ha comprado anteriormente o productos similares a los que ha comprado.

Las recomendaciones personalizadas de Amazon también se basan en el comportamiento de navegación, como las búsquedas realizadas y las interacciones con productos en el sitio.

CASO DE ESTUDIO 2 – AMAZON

Impacto –

El impacto de estas recomendaciones en las ventas y en la experiencia del cliente se basa en que:

- ✓ Al mostrar productos relacionados y sugerir compras basadas en el historial del usuario, Amazon facilita la navegación y la toma de decisiones del usuario, lo que resulta en compras adicionales.
- ✓ Estas recomendaciones también mejoran la experiencia del cliente al ofrecerles productos relevantes y adaptados a sus intereses y preferencias.
- ✓ La personalización y las recomendaciones de Amazon se han convertido en un elemento clave en su modelo de negocio, ya que ayudan a aumentar la satisfacción del cliente y fomentan la fidelidad hacia la marca.
- ✓ La capacidad de Amazon para ofrecer una experiencia de compra altamente personalizada ha contribuido a su éxito y a su posición como líder en el comercio electrónico.

OTRAS GUÍAS

– Guía 1 –

Introducción a la optimización de procesos de negocio

– Guía 2 –

Análisis de Datos

– Guía 3 –

Automatización de tareas con IA

– Guía 4 –

Optimización de rutas y logística

– Guía 5 –

Personalización y Recomendaciones



WE EMPOWER YOUR DATA

Con Tekne, las mejores decisiones están a un dato de distancia.
Potenciá tu negocio adoptando nuestras soluciones de Big Data,
Machine Learning y Data Visualization.

VISITAR LA WEB DE TEKNE