

IBM presenta Watson Trend en España, su innovador escaparate digital de tendencias de consumo

- La aplicación “IBM Watson Trend” muestra cuáles son los productos y servicios que están más presentes en las conversaciones sociales de los usuarios.
- El 91 por ciento de las empresas del sector de distribución consideran que la computación cognitiva jugará un papel disruptivo en su organización, según un estudio de IBM, que también pone de manifiesto que el 94 por ciento de dichas empresas tiene intención de invertir en este tipo de tecnologías.

Madrid - 28 jun 2016: IBM (NYSE: IBM) ha presentado en España Watson Trend, una aplicación que utiliza las capacidades cognitivas (comprensión del lenguaje natural, análisis del big data y aprendizaje) de IBM Watson para mostrar a los consumidores cuáles son las principales tendencias de compra y predecir los regalos que serán más populares en tres categorías: electrónica de consumo, juguetes y salud/fitness. La compañía, que ya mostró las capacidades de esta herramienta en la última campaña navideña, sigue así trasladando las capacidades cognitivas de IBM Watson a nuevos ámbitos de nuestra vida cotidiana.

“En algún momento seguro que todos hemos recurrido a redes sociales, blogs, foros, etc, para buscar opiniones antes de decidirnos a comprar algo. Por eso en IBM empezamos a ver la posibilidad de recoger todo ese conocimiento colectivo que millones de personas vuelcan cada día para ayudar a los clientes a hacer compras más informadas”, ha señalado Carmen García, directora de IBM Commerce España. “Necesitábamos disponer de un sistema con capacidades cognitivas e IBM Watson es la solución. Es capaz de entender el contexto, el tono y el significado de las conversaciones. Las interpreta y las transforma en recomendaciones para ayudarnos a encontrar productos y hacer regalos más adecuados.”

[IBM Watson Trend](#), disponible de forma gratuita en App Store y Google Play, analiza diariamente decenas de millones de conversaciones online en más de 10.000 fuentes, sobre todo en medios sociales, blogs, foros, comentarios o calificaciones. Identifica patrones en todas ellas y descubre la opinión real de los consumidores respecto a los artículos que han comprado o están pensando comprar. Con toda esa información elabora un ranking o clasificación diaria de los 100 productos más de moda en todo el mundo en tres categorías principales: electrónica de consumo, juguetes y salud/fitness.

Cómo funciona Watson Trend

Para elaborar el ranking, que clasifica los productos con un número del 0 al 100, *Watson Trend* mide tanto el tamaño de la conversación que protagonizan como el ritmo al que crece la conversación. La herramienta nos muestra así cuáles son las tendencias emergentes del día, es decir aquellos productos que más han escalado en el ranking o que han irrumpido con más

fuerza.

Además, más allá de la clasificación de tendencias, *Watson Trend* nos permite entrar en cada uno de los productos recomendados para obtener información más detallada. Al pinchar individualmente en cada uno de ellos se accede a una ficha mucho más amplia, dividida en tres secciones: “contexto”, una breve explicación sobre por qué ese producto es tendencia y qué historia hay detrás suya; “opinión”, en la que se nos dan algunos ejemplos y citas literales de opiniones concretas; y “gráficos”, que muestra la evolución de la tendencia en los últimos meses y predice cómo estará durante las próximas tres semanas (21 días). Al utilizar tecnologías analíticas para ofrecernos una predicción sobre cómo evolucionará la tendencia en las próximas semanas, podemos ver si se trata de una moda pasajera o el artículo seguirá siendo demandado durante más tiempo. Así podremos planificar compras o permitir que los comercios puedan gestionar mejor sus existencias.

Las tecnologías cognitivas transforman el sector distribución

El sector de la distribución está experimentando un cambio sin precedentes en la última década, en la que ha pasado de ofrecer descuentos de forma masiva e indiscriminada a lanzar ofertas personalizadas en función de los gustos y características de cada consumidor. La analítica predictiva ha facilitado esta transición y, concretamente, la computación cognitiva está ayudando a los distribuidores a abordar todos estos cambios y redefinir el sector. El estudio “Pensando como un cliente. El futuro cognitivo en el sector distribución”, elaborado por IBM y que ha contado con la participación de 100 directivos de empresas de distribución de todo el mundo, revela que las soluciones cognitivas ya están contribuyendo a transformar la industria. De hecho, el 91 por ciento de los consultados está familiarizado con esta tecnología y cree que jugará un papel disruptivo en su organización. Asimismo, un 94% de los que aseguran conocer la computación cognitiva confiesa que intentará invertir en estas soluciones.

IBM ha identificado además varias áreas de mejora en el sector de distribución a tenor del estudio, el 47% de los directivos no está tomando las mejores decisiones estratégicas, el 51 por ciento asegura que carece de datos de calidad y fiables y un 65 por ciento valora que no está atendiendo al cliente con la rapidez adecuada.

IBM Watson y la computación cognitiva

IBM Watson es una pionera tecnología cognitiva que ha abierto una nueva era de la computación. IBM Watson no se programa como los ordenadores actuales, sino que entiende el lenguaje natural de las personas, es capaz de contestar a preguntas complejas a partir de su potente capacidad de análisis de grandes volúmenes de datos estructurados (en bases de datos) y no estructurados (en libros, blogs, redes sociales, artículos de prensa, vídeos, imágenes, etc.) y, además, aprende de la experiencia. Concebido para colaborar, interactuar y ampliar la capacidad intelectual de las personas, IBM Watson es capaz de procesar la información más como un humano que como una máquina.

El sistema IBM Watson fue “presentado en sociedad” en enero de 2011 en el concurso de televisión Jeopardy!, en el que ganó a los dos mejores concursantes de la historia de este programa, siendo capaz de responder a preguntas formuladas en lenguaje natural. Desde entonces, IBM Watson ha evolucionado notablemente y ampliando sus capacidades y está accesible a través de la nube.

El objetivo de la computación cognitiva es ayudar a las personas a tomar decisiones más acertadas, fundamentadas en el análisis de la información y los grandes datos. De esta forma, además de la cocina, IBM Watson se está utilizando como asesor y apoyo de los profesionales en su toma de decisiones. Por ejemplo, en sectores como el de sanidad, para ayudar a los médicos a personalizar los tratamientos; en el financiero, como apoyo a los profesionales financieros en su tarea de asesoría a

sus clientes; o en el educativo, guiando a los estudiantes sobre sus posibles rutas educativas, futuros empleos, etc.

Toda la información, sobre IBM Watson y la computación cognitiva la puedes encontrar [aquí](#).
