

## Opinión

## La IA generativa favorece a las grandes empresas



Ignacio de la Torre

En una investigación reciente, dos profesores de Wharton mostraron que Chat GPT 4 era mucho más potente generando nuevas ideas de negocio que los humanos cualificados. Los profesores pusieron a competir a un grupo de 200 estudiantes de su escuela de negocios, una de las más prestigiosas del mundo, contra Chat GPT 4 en la generación de nuevas ideas de negocio, diseñando nuevos productos o servicios “atractivos para estudiantes de universidad con un coste aproximado de cincuenta dólares o menos”. Según la literatura académica, la clave en la innovación reside en tres dimensiones, el número de ideas, la calidad de éstas y el número de ideas excepcionales.

Pues bien, Chat GPT 4 batió a los estudiantes en las tres. Llevó muchos días a los humanos generar 200 ideas de negocio. Chat GPT 4 generó sus 200 ideas en una hora. Para entender su calidad, se procedió a preguntar a estudiantes de universidad sobre su disposición a comprar los 400 artículos ideados. La disposición a comprar las ideas de los humanos era de un 40%; las de Chat GPT 4, un 49%. También se procedió a elegir los mejores 40 productos de la lista de 400. Cinco eran ideas de humanos, las 35 restantes de Chat GPT 4.

Las implicaciones de esta investigación pueden ser muy profundas para el futuro del emprendimiento, de la educación y del entorno com-

petitivo entre *start-up* innovadoras y grandes empresas establecidas.

Se ha afirmado desde hace tiempo que los datos son “el nuevo petróleo”. Marco Polo, en su *Libro de las Maravillas*, del siglo XIV, menciona las columnas de fuego generadas por ese extraño líquido, el petróleo. Estuve reflexionando sobre los siglos que pasaron desde que el viajero veneciano expusiera la existencia de este material energético hasta que se decidió su utilización más o menos masiva, a primeros del siglo XX. Con los datos ha podido ocurrir un fenómeno similar. Ahora estamos acelerando una revolución que provocará profundos cambios.

Primero, si descomponemos los datos entre estructurados (como un fichero de clientes con edades y productos adquiridos) y no estructurados (como la reputación de una marca en función de miles de comenta-

rios en redes sociales), los segundos han crecido mucho más rápidamente que los primeros. Si se analizan predicciones, es posible que el desdoblamiento entre datos estructurados y no estructurados alcance proporciones del 10% y el 90%, respectivamente.

Segundo, si la inteligencia artificial estrecha resulta clave para realizar un tratamiento de los datos estructurados, la inteligencia artificial generativa, que descansa en grandes modelos de lenguaje, resulta la tecnología óptima para tratar los datos no estructurados.

Tercero, de dicho tratamiento pueden resultar apreciables ventajas para una empresa, como la gestión

de una marca, la predicción de ventas o la generación de nuevas ideas de negocio.

Cuarto, las grandes empresas establecidas disponen de muchos más datos que las empresas más recientes, y de capacidad financiera para tratarlos a través de grandes modelos de lenguaje.

Quinto, como consecuencia del punto anterior, si la combinación de datos estructurados y no estructurados y su tratamiento por parte de inteligencia artificial estrecha y generativa es el pilar para poder monetizar dicho activo, las grandes empresas presentan una gran ventaja competitiva frente a las pequeñas.

## Buena ejecución

El año 2000 aprendí que Amazon no era la primera librería *online*. Se trataba de la tienda número cincuenta de este tipo. El profesor nos explicó

## El tratamiento de los valiosos datos de toda empresa puede alterar el péndulo competitivo



## ¿Está de moda la inversión de impacto?



Isabel Peñalosa

¿Está de moda la inversión de impacto? ¿Nos hemos convencido ya de que se puede conseguir un efecto social o medioambiental positivo y, además, obtener un rendimiento financiero? A la vista de los eventos en la agenda, podríamos afirmar que sí. Esta semana se celebra en Málaga el Global Impact Summit 2023. Una cita importante para inversores y organizaciones dedicadas a movilizar fondos de inversión de impacto social. Aquellos que optimizan el riesgo y el retorno de la inversión junto al impacto positivo para las personas y el planeta mediante el establecimiento de objetivos sociales y medioambientales medibles en sus inversiones. En él se han dado cita inversores, fondos, emprendedores sociales, representantes institucionales y entidades del Tercer Sec-

tor y de la Economía Social.

La semana pasada, en el Foro Demos 2023, organizado por la Asociación Española de Fundaciones, por el que pasaron más de cuatrocientas personas, se habló también de la inversión de impacto desde la óptica de uno de sus actores, las fundaciones. ¿Qué se está moviendo en la inversión de impacto?

Las fundaciones son de por sí fondos de inversión social con sus más de 27.000 millones de euros anuales dedicados a sus actividades de interés general. Las fundaciones buscan objetivos sociales, educativos, culturales o medioambientales medibles. Durante mucho tiempo han sido actores principales, a veces únicos, en el impulso de proyectos sociales en fases muy incipientes, como capital filantrópico y como capital semilla. Como ejemplo, el papel de las fundaciones en la investigación básica, sólo superada por la inversión del sector público.

Pero la inversión de impacto representa una oportunidad y un paso

más en el proceso de innovación financiera de las fundaciones. Por un lado, les permite financiar proyectos sociales sin buscar un lucro o retorno financiero, pero “recolocando” recursos en iniciativas que continúan generando un beneficio social. Por otro, es una oportunidad para alinear su misión y sus inversiones financieras, multiplicando así su impacto.

De acuerdo con los datos de Spain NAB, el capital de la inversión de impacto en España ascendió en 2022 a 1.208 millones de activos bajo gestión entre las gestoras de capital riesgo de impacto, plataformas de *crowdfunding*, *family office*, capital riesgo corporativo, fondos de financiación pública, aseguradoras y fondos de pensiones. De estos, 236 millones corresponden a fundaciones, lo que representa un crecimiento del 1% respecto

## La inversión de impacto es un paso más en el proceso de innovación financiera de las fundaciones

al año anterior y sitúa a las fundaciones por delante de otros actores.

## Equilibrio en el ‘trínomio’

Es interesante ver cómo las fundaciones buscan su propio equilibrio en ese “trínomio” rentabilidad-riesgo-impacto que define a estas inversiones. De acuerdo con el estudio antes citado, el retorno financiero prometido para las fundaciones fue del 4%, frente al 6% de los fondos de capital privado y el 15% del resto de actores de inversión de impacto.

Mientras ningún actor espera menos del 2% de retorno de su inversión, las fundaciones aceptan que no exista ninguna rentabilidad. Para algunos actores el máximo esperado se fija en un 20%, mientras que el retorno financiero máximo esperado en las fundaciones es el más bajo y se fija en el 10%.

Para las fundaciones la inversión de impacto parece más una forma de realizar su misión –*impact first*– que una forma de generar rentabilidad a su patrimonio alineándolo con su

que la innovación no lo es todo, ya que para conseguir el éxito la innovación precisa de una buena ejecución. Amazon había salido a Bolsa un par de años antes, con una valoración de 400 millones de dólares. Su desarrollo supuso el declive de famosas cadenas de libros, y la cultura de innovación y ejecución de la compañía le permitió afrontar más tarde el asalto a otros segmentos de negocio con mucho éxito. Aprendimos más tarde de otros famosos casos de *start-up* innovadoras, como Airbnb, cuya valoración había superado en poco tiempo a la de una histórica cadena hotelera como Hilton. En finanzas, resultaba icónico el caso de Ali Pay, filial financiera de la empresa china Ali Babá, que en diez años había conseguido más clientes que Citigroup en dos siglos. En el fondo, lo que subyacía a esta revolución era el éxito de modelos de negocio basados en el dato y en estructuras ligeras en activos, ámbitos explotados desde la innovación y la ejecución ya expuestas. El péndulo de la competencia favorecía a la pequeña empresa innovadora.

El advenimiento de la inteligencia artificial generativa y el consecuente tratamiento de los valiosos datos que toda empresa posee puede alterar el competitivo péndulo. Creo que a futuro las grandes empresas tendrán las mejores bazas para competir basándose en el tratamiento de dichos datos y en su capacidad para tomar decisiones en consecuencia. El hecho de que ChatGPT 4 haya batido a los estudiantes de Wharton ilustra precisamente el porqué de un cambio tan tectónico.

Economista jefe de Arcano Partners, profesor en IE Business School

misión. El estudio señala que más o menos la mitad de las fundaciones analizadas buscan un retorno financiero y un impacto social a la vez, mientras que para la otra mitad el impacto social es prioritario.

Las fundaciones son patrimonios afectos a un fin de interés general y uno de los retos es preservar ese patrimonio y generar una rentabilidad que permita cumplir su misión. Pero si esa inversión busca intencionadamente y logra un impacto social –si esa inversión es, además de rentable, una inversión social– el impacto es doble.

Puede sonar ingenuo, pero aún estamos a tiempo de movilizar recursos para cumplir una agenda que se ha tornado a todas luces ambiciosa, ya que para el año 2030 nos quedan sólo siete años, y las fundaciones y sus inversiones pueden ser un activo importante.

Directora de relaciones institucionales y asesoría jurídica en la Asociación Española de Fundaciones