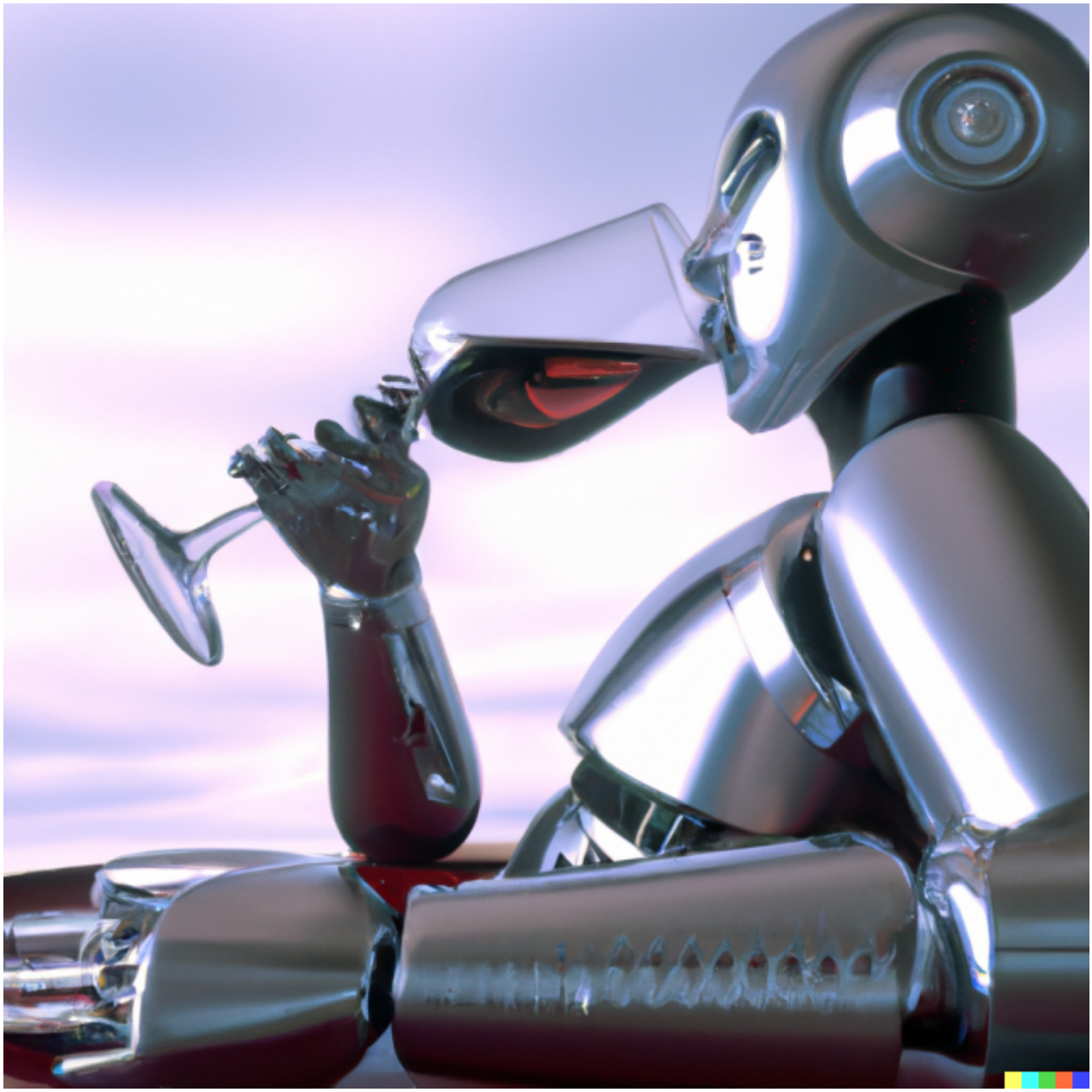
vinetur

Chat GPT se identifica con Marqués de Riscal

martes 7 de marzo de 2023

ESCRITO POR PALMIRA RÍOS



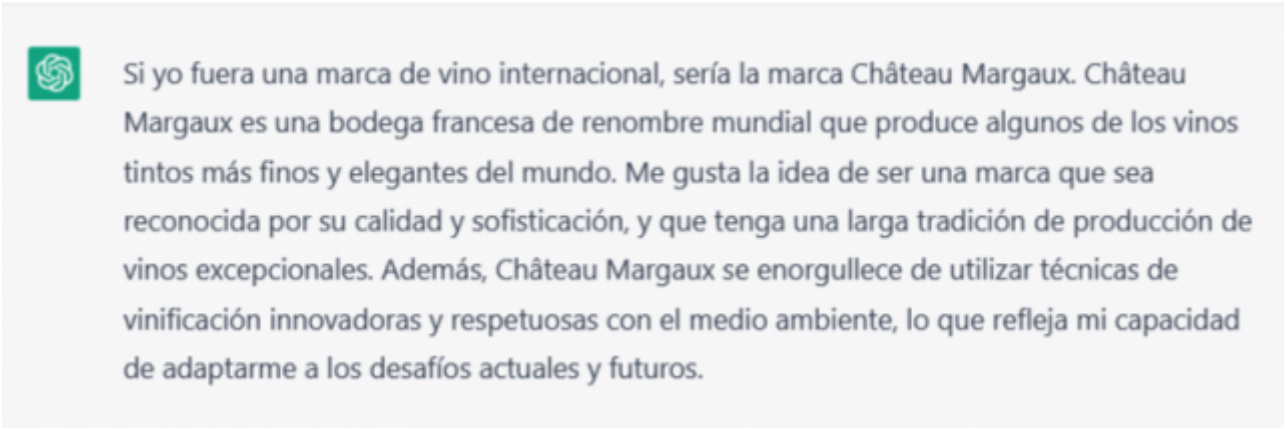
Durante los últimos meses no hemos dejado de oír hablar de lo que posiblemente ha sido uno de los hitos más importantes en la historia de Internet: ChatGPT.

Para los que aún no estén familiarizados con el tema, se trata de un modelo de lenguaje de inteligencia artificial desarrollado por la empresa **OpenAI**, co-fundada por el famoso **Elon Musk**. Este chat utiliza un algoritmo de aprendizaje profundo para analizar patrones de lenguaje en miles de millones de palabras, lo que le permite responder a preguntas complejas y producir texto coherente de manera efectiva.

Aunque el famoso chat fue creado ya hace unos años, ha sido con el lanzamiento de su última versión, GPT-3, cuando se ha desatado la auténtica revolución, podemos decir que es el que ha abierto la caja de Pandora. Ya que aunque es quién más miradas ha atraído,es solo un personaje más en universo de la **Inteligencia Artificial** que se lleva fraguando hace años. Pero es que, ChatGPT es realmente bueno, y cualquiera que entre a tener una conversación con este bot queda fascinado.

No son pocas las empresas que estamos ya estudiándolo a fondo y aplicándolo a nuestro negocio por sus interesantes utilidades en términos de productividad. Ojo, no es oro todo lo que reluce, pero hay mucha veta.

Parte de esta investigación nos lleva a tener muchas conversaciones con él (o ello) y muchos juegos de roles para sacarle jugo, en el último jugamos a que se identificara con diferentes ingredientes del mundo del vino.



Ahora sé que Chat GPT compara su "personalidad" con la de las uvas **Malbec y Albariño**, aunque lo más anecdótico es que si fuera una marca de vino internacional sería un **Château Margaux** por producir "algunos de los vinos tintos más finos y

elegantes del mundo", y si fuera una marca de vino española sería un **Marqués de Riscal** por su tradición, calidad y adaptabilidad. También se identifica "con la pasión y el compromiso de la marca por ofrecer vinos excepcionales y experiencias únicas a sus clientes, lo que refleja mi objetivo como modelo de lenguaje de proporcionar información y respuestas útiles que ayuden a las personas a tomar decisiones informadas y a obtener la mejor experiencia posible."

Obviamente (al menos por ahora) **ChatGPT** no tiene gustos reales, sus respuestas se basan en los patrones de lenguaje que ha analizado en su base de datos y tampoco puedo mentir diciendo que su respuesta es firme e inamovible, pues si le haces la misma pregunta en otro momento es fácil que se identifique con una marca diferente.

Sin embargo, este experimento sí nos da dos conclusiones muy importantes que debe tener en cuenta el sector vitivinícola, la primera dirigida a aquellas empresas que siguen sin querer meter la patita en Internet o la meten con mucho cuidado y sin apenas invertir. El mensaje de nuevo es el de la trascendencia de **estar muy presentes en el ecosistema digital**. La base de datos de ChatGPT ha sido recogida principalmente de recursos de texto online como libros digitales, artículos de noticias, sitios web y conversaciones. Lo que sabe ChatGPT, lo que analiza, lo que responde, lo que regurgita, es todo lo que está en Internet (limpio y bien cortadito eso sí). Tener una amplia presencia online y crear **contenido de calidad** es sencillamente vital, necesario e IMPRESCINDIBLE para las empresas.

La segunda conclusión muy de la mano de la primera, y que comprenderán mejor los que ya están bien posicionados en Internet, es que esto abre una nueva conversación, pues inevitablemente el **posicionamiento orgánico** se verá afectado por estos chats cada vez más integrados en los buscadores y que como hemos podido ver, saben recomendar perfectamente basándose en el contenido que hemos ido aportando de cada empresa.

Y es que en palabras del propio chat, cuanto más contenido haya sobre una marca de vino en Internet, más probable será que se mencione en las respuestas de una inteligencia artificial como Chat GPT-3, pues no solo de Chat GPT viviremos; los próximos años se avecinan como una gran competición entre **la IA de OpenAI y**

Microsoft, la de Google y la de Facebook (como poco).

En resumen, y más allá de lo anecdótico si bien Chat GPTno tiene preferencias reales, sus respuestas sí indican la extrema importancia de tener presencia online y crear contenido de calidad para **mantenerse competitivo** en el panorama actual. Además esta tecnología tiene un gran potencial para mejorar la experiencia del usuario en diferentes sectores, incluyendo el mundo del vino: customer service, recomendadores, maridajes, marketing y comunicación, investigación de mercado...aunque esto da para otra conversación.