



Al centro, Magdalena Carmona (Adara), junto al equipo de Bazar ED del Grupo DF.

POR MARCO ZECCHETTO

Hace 14 años que el Grupo Claro, que agrupa a Cristalerías Chile, ME Elecmetal, Viña Santa Rita y Grupo DF (matriz de DF), realiza un concurso interno que premia las ideas de los trabajadores y este año, por primera vez, sumó una convocatoria internacional de innovación abierta, donde las cuatro empresas ganadoras desarrollan soluciones con Inteligencia Artificial (IA).

“Innova Claro”, que se realizó en conjunto con ChileGlobalVentures de Fundación Chile (FCh), recibió 77 postulaciones de 12 países para los cuatro desafíos planteados por cada una de las compañías del grupo, en *ecommerce* y automatización y optimización de procesos.

Las 14 empresas finalistas participaron en un Demo Day, donde a través de un *pitch*, presentaron su solución tecnológica ante el jurado, el que eligió como ganadoras a Solomon, iaLink, DraftAid y Adara.

El gerente de desarrollo Hendaya S.A. y consejero Sofofa, Matías Concha, dijo que esta iniciativa “busca nuevas soluciones y activar redes de colaboración de forma más concreta, mediante un trabajo conjunto para salir más fortalecidos”.

Las ganadoras realizarán un piloto con las empresas de Grupo Claro y serán consideradas por ChileGlobal Ventures para participar en programas futuros, como *pitch days* de la red de inversionistas ángeles.

Solomon: inspección de pallets con IA

En el caso de Cristalerías de Chile, que buscaba soluciones para automatizar y optimizar procesos en la cadena de suministros para mejorar la gestión del inventario en bodega y transporte, la ganadora fue la tecnológica con base en Taiwán, Solomon, especializada en sistemas de visión 3D e IA.

El *technical engineer* de la empre-

La inteligencia artificial, la gran ganadora de la primera convocatoria de innovación abierta del Grupo Claro

■ Las cuatro elegidas, Solomon, iaLink, DraftAid y Adara, pilotearán sus soluciones basadas en IA con Cristalerías de Chile, Santa Rita Estates, ME Elecmetal y Grupo DF.

sa, Guillermo Aguilera, propuso un piloto de cuatro semanas -con un costo de US\$ 15 mil- para la inspección de *pallets*.

Mediante la instalación de su sistema de visión por cámaras con IA, SolVision, permitiría procesar en “siete segundos” la inspección de todos los lados de un *pallet* para detectar defectos.

iaLink: visión artificial para detectar defectos en envases

El desafío de Santa Rita Estates apuntaba a soluciones para mejorar la productividad del envasado del vino. La ganadora fue la startup chilena iaLink, especializada en sistemas de IA para diversas aplicaciones e industrias, como producción de alimentos, manufactura y salud.

Para este desafío, el CEO y fundador de iaLink, Erik Campos, presentó Veria-Cloud, una solución de visión artificial de plantas productivas.

Propuso dos pilotos: uno para

detectar defectos en la boca de las botellas de vidrio y obtener métricas para mejorar la productividad y otro, para detectar defectos en el etiquetado, como aquellas mal posicionadas o mal pegadas.

Para la implementación de ambos pilotos, señaló, se requerirá de un plazo de cuatro a seis meses y un monto total de US\$ 15 mil.

DraftAid: automatizar el diseño de piezas a partir de modelos 3D

En el caso de ME Elecmetal, la empresa buscaba soluciones para reducir los tiempos en el proceso de diseño de sus productos, como repuestos y piezas metálicas.

La ganadora fue la startup canadiense DraftAid, que desarrolló un *software* de IA, el que en este caso, permitirá automatizar y agilizar la creación de dibujos o planos de fabricación de piezas a partir de modelos 3D.

El cofundador y CEO de DraftAid, Mohammed Al-arnawoot, presentó

un piloto a tres meses con un costo total de US\$ 10 mil.

Adara: IA para comercio electrónico

El Grupo DF tenía por objetivo caracterizar la audiencia, mejorar la experiencia y robustecer el contenido del *marketplace* Bazar ED. La ganadora fue la startup chilena Adara, que crea *software* de inteligencia artificial para automatizar procesos, aumentar la conversión de usuarios y personalizar la experiencia de *ecommerce*.

Su fundadora y CEO, Magdalena Carmona, explicó que, a través de su tecnología, pueden contribuir en la generación automática de las descripciones de productos para Bazar ED y contribuir en su posicionamiento SEO.

Carmona propuso un piloto de tres semanas para implementar mil SKU's -código de referencia único para cada producto disponible en el inventario que permite entregar información como precio, tamaño, color, entre otros, para su descripción- por un costo de instalación único de US\$ 700, más una variable de US\$ 1 por SKU.

También comentó que se reunirán con el equipo de Bazar ED para definir los lineamientos de su marca para entender cómo quieren comunicar la información de sus productos a los clientes.

“Vamos a procesar sus planillas y fichas de productos con nuestro *software* y se la vamos a devolver con toda la información de los productos, el título, la descripción, los atributos, el SEO”, explicó Carmona.