LITORALPRESS

Fecha: 11-11-2024
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero
Tipo: Noticia general
Título: **Directoras de empresas en modo IA**

Pág. : 20
Cm2: 552,6

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida

Directoras de en modo IA

- Tras participar en una gira en Silicon Valley, EEUU, siete mujeres abordan las brechas y oportunidades de esta herramienta para las empresas chilenas.

POR ALEJANDRA RIVERA,
DESDE SAN FRANCISCO, EEUU

Durante seis días un grupo de directoras de empresas participó en el Silicon Valley Innovation Program, organizado por la CEO de Singularity Chile, Bárbara Silva, con apoyo de la CEO de The People Future, Denisse Goldfarb, junto a líderes de recursos humanos. En la oportunidad, las directoras que se desempeñan en diversas industrias y en la educación, se reunieron con ejecutivos de Plug and Play, Google X, Amazon, LinkedIn, FounderX, Ideo y Microsoft, para abordar el futuro de la inteligencia artificial.

DF entrevistó a siete de las participantes para conocer sus reflexiones tras el programa y hablar del potencial y retos que conlleva la incorporación de la IA desde los directorios de las compañías chilenas.

San Francisco fue el epicentro del Silicon Valley Innovation Program.

"Hay que salir a mirar lo que ofrece esta tecnología, para replantearse nuevos modelos de negocio y crear otros"

La vicepresidenta de la Cámara de la Producción y el Comercio (CPC) y exministra de Energía, Susana Jiménez, participa en directorios de empresas en industrias como la sanitaria, aeroportuaria, alimentos y una sociedad de inversiones. Su paso por Silicon Valley le dejó varias reflexiones.

Comentó que el primer desafío que tienen los directorios de todas las industrias no es solo hablar de introducir inteligencia artificial, sino salir a conocer las oportunidades que ofrece, para perfeccionar procesos, pero también, para saber cómo se están resolviendo "cuellos de botella" y "para replantearse modelos de negocio y crear otros".

"La IA puede ser muy disruptiva para los negocios y por eso es tan importante que a nivel directivo exista esa visión mucho más amplia de las oportunidades que hoy se están dando en el mundo. Hay que salir a mirar. Salir a buscar. Y ahí, además, surgen nuevos negocios. Lo interesante es que te vas metiendo en nuevas áreas y muchas de ellas terminan siendo *spin off* de tus negocios originales y para eso hay que tener una visión muy amplia", afirmó.

Dijo también que una de las primeras preguntas que hay que dilucidar a nivel de directorio y de alta dirección es si la empresa sobrevive sin IA, porque incorporarla "más temprano que tarde" va a ser un tema "muy relevante" para que el negocio sea sostenible. Y una vez definido, "empezar a avanzar en cuáles son las mejoras de eficiencia, de productividad o de cambio de modelo de negocio", dijo.

Del programa en Silicon Valley se quedó con dos cosas: ver cómo las startups y las empresas están buscando nuevas soluciones con IA a los "cuellos de botella" y cómo esto genera una presión competitiva "muy fuerte" en todos los actores.

También destacó el proyecto Tapestry, que conoció en The Moonshot Factory de Google, una iniciativa de impacto en energía, que está realizando Google X en conjunto con el Coordinador Eléctrico Nacional (CEN) para Chile, que apunta a optimizar procesos, "por ejemplo, para tener visibilidad de toda la red y poder adelantar mantenciones y reparaciones para reducir la falla", dijo Jiménez.

Agregó que es "una mejora directa al negocio actual y a la planificación hacia adelante, y que puede llevar a transformar incluso la forma en que se remunera y planifican los sistemas existentes".

Susana Jiménez, vicepresidenta de la CPC y directora de Esval, Essbio, Soprole y Nuevo Pudahuel.

LITORALPRESS

Fecha: 11-11-2024
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero
Tipo: Noticia general
Título: **Directoras de empresas en modo IA**

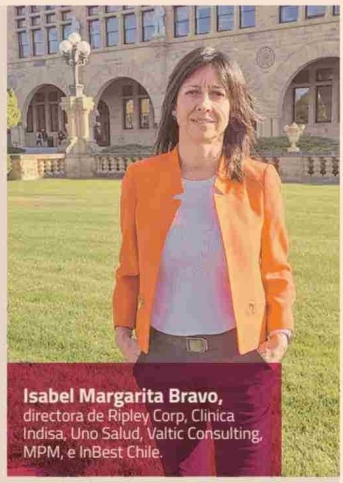
Pág. : 21
Cm2: 607,0

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida

"EL DESAFÍO QUE TIENEN LOS DIRECTORIOS ES SALIR A CONOCER LAS OPORTUNIDADES QUE OFRECE LA IA, PARA PERFECCIONAR PROCESOS, PERO TAMBIÉN PARA SABER CÓMO SE ESTÁN RESOLVIENDO CUELLOS DE Bbotella Y REPLANTEARSE MODELOS", DIJO LA VICEPRESIDENTA DE LA CPC, SUSANA JIMÉNEZ.

empresas

"En los directorios hay muchos niveles de interés y motivación para incorporarla, pero los ritmos son distintos"



Isabel Margarita Bravo, directora de Ripley Corp, Clínica Indisa, Uno Salud, Valtic Consulting, MPM, e InBest Chile.

En seis directorios participa la ingeniera comercial de la Universidad de Santiago, Isabel Margarita Bravo, en empresas de retail, salud y consultoría financiera, donde "ya existen usos de inteligencia artificial".

Comentó que, en general, en los directorios hay muchos niveles de interés y de motivación para incorporar IA, porque hay industrias que están más desafiadas por esta tecnología o porque su producto "no es medioambientalmente bueno o está destinado a morir. Entonces, el ritmo es distinto".

Señaló que en la mayoría hay conciencia de que la IA puede ser estratégica porque es un elemento diferenciador para tener ventaja competitiva, "hay bajo conocimiento de las oportunidades y del impacto que puede tener para los negocios y por lo mismo, no está en la agenda estratégica".

Para Bravo, la IA y la IA generativa tienen potencial "para cambiar los procesos de negocios, la manera en que se analiza y la forma en que se relacionan con los clientes y en que se optimizan los trabajos. Es transversal a todas las industrias".

Contó que en salud se usa para el análisis y reporte de imagenología y patología, y en medicina robótica, y en dental, la IA es "una segunda opinión".

Por ejemplo, de Silicon Valley destacó Omniscope, una startup que usa IA generativa y análisis de *big data* para decodificar el sistema inmunológico y generar diagnósticos y terapias personalizadas. "Eso es súper revolucionario, porque según su fundador, es posible desarrollar una industria de medicina preventiva, lo que tendría un gran impacto no solo en un prestador de salud, sino en la salud pública", dijo Bravo.

Afirmó que el retail ya aplica IA en servicio al cliente, reconocimiento facial o predicción de demanda, pero ve potencial para mejorar la experiencia del cliente "en todas las industrias, va a ser una revolución el día de mañana".

También ve potencial en el *e-commerce*. "Conocimos una startup que usa inteligencia artificial para facilitar la puesta en marcha de un negocio *online* y acortar el *time to market* (salida al mercado)", dijo.

Joanna Davidovich, directora de Engie (independiente), Nutravalor (Grupo Angelini) y del Consejo del Salmón.

"La veo como algo prioritario en las empresas, porque en dos o tres años todo cambiará muy rápido"

La directora de empresas de generación de energía, alimentos y salmonicultura, Joanna Davidovich, comentó que en los directorios, si bien hay mucho interés en la inteligencia artificial aplicada en el mundo productivo, no lo ven como algo imprescindible hoy.

"Todavía hay poca información de casos de uso, los seres humanos tienen aversión al cambio y hay múltiples prioridades, estamos en un momento económico complejo, con muchos desafíos para las empresas y no es un tema de urgencia. Pero lo veo como algo prioritario, porque en los próximos dos, tres años todo va a cambiar muy rápido", afirmó.

En las industrias en que se desempeña ve oportunidades para adoptar IA en procesos productivos, monitoreo de variables, y en administración -en reportería y *compliance* (cumplimiento normativo)- y para hacer más eficiente el trabajo administrativo.

"Por ejemplo, se puede pedir a la IA que genere un prototipo de reporte y hacer un módulo cerrado en ChatGPT para proteger la confidencialidad. También se puede cargar la información de los estados financieros y hacer el análisis razonado para la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) e incluso, generar actas de las reuniones del directorio, todo esto requiere un circuito cerrado de protección de datos". A nivel del proceso productivo, ve espacios para integrar IA en toda la cadena de producción, para reducir costos y "hacer las cosas mejor".

Agregó que tecnologías como los gemelos digitales permiten replicar un proceso completo y definir la mejor manera de hacerlo a través del análisis de datos con IA. "Se puede simular un tranque de relave minero, para ver por dónde entra el mineral y cuál es la mejor manera de salir. La IA en estos casos puede hacer recomendaciones y mejorar la toma de decisiones", dijo.

En el caso de la acuicultura, este sector usa "ampliamente tecnología" para su operación; hace análisis de datos para determinar, por ejemplo, la cantidad de comida y oxígeno. "La inteligencia artificial aún tiene mucho potencial para aumentar eficiencia en la acuicultura como usa toda la data histórica, se puede hacer un *forecast* (pronóstico), gigante".

"Hay una oportunidad de profundizar el conocimiento del cliente con IA generativa"

Isabel Margarita Cabello, directora de Transbank y de Mujeres del Futuro y Defensora del Asegurado.

La abogada de la Universidad Católica, Isabel Margarita Cabello, es directora de empresas en el sector de medios de pago y en fundaciones y, además, es la Defensora del Asegurado.

Comentó que a nivel de industrias es necesario entender que la inteligencia artificial es una tecnología para aumentar la eficiencia, la efectividad y "mejorar lo que estamos haciendo".

Por ello, planteó que el reto para los directorios y la alta dirección es "pensar fuera de la caja, más allá de lo que se está haciendo y abrir la mente a estas nuevas tecnologías, sin susto, porque innovar es hacer las cosas de una manera distinta, atreviéndose a fallar y a volver a empezar".

Señaló que en el sector de los medios de pago, "hay una mayor apertura del directorio para incorporar IA en el negocio, lo que ya se está haciendo, porque hay mucha competencia", pero el reto es "ser más curiosos" y pedir a expertos y empresas tecnológicas que nos "vayan a contar más de lo que se está haciendo hoy, porque el cambio es permanente".

En tanto, en la industria de seguros, ha visto gran entusiasmo por la inteligencia artificial, "pero hay mucho desconocimiento". En este caso, dijo, deben realizar una inmersión en IA y en IA generativa, pues "no solo hay que conocerla, sino que hay que poder implementarla y llevarla al directorio".

Comentó que hay avances en aplicación de IA generativa en servicio al cliente, pero hay espacios para utilizar esta tecnología en profundizar el conocimiento del usuario, mejorar la venta, el momento del siniestro, las pólizas y las explicaciones y "ser más oportunos".

Tras la visita a la aceleradora y plataforma de innovación Plug and Play en Silicon Valley, también detectó una oportunidad para trabajar con *insurtech*, (tecnología para seguros), entonces "para qué abrir un área de innovación si podemos conectarnos con empresas que ya lo están haciendo. Ojalá podamos hacer esa conexión", comentó.

LITORALPRESS

Fecha: 11-11-2024
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero
Tipo: Noticia general
Título: **Directoras de empresas en modo IA**

Pág. : 22
Cm2: 534,3

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida

Directoras...

Cecilia Facetti,
directora de CMPC, Intasa Grupo CAP, Cámara Chileno Argentina de Comercio y AdClean.

"Su potencial está asociado con la capacidad y velocidad con la que podemos resolver problemas crónicos de las industrias"

La ingeniera química y directora de empresas, Cecilia Facetti, comentó que los directorios deben asegurar la creación de valor para todos los grupos de interés en el largo plazo y, "entendiendo el impacto de la inteligencia artificial, hay que repensar la agenda de los directorios".

"La IA crea nuevos modelos negocios y disrupciones que hoy no tenemos dimensionadas y que incluso puede hacer que desaparezcan líneas de negocio que no estamos viendo. Lo que no está en la agenda no permea en las prioridades de la administración, por lo tanto, el desafío es repensar la agenda, cómo abordar estos temas", dijo.

Para Facetti, quien integra directorios en empresas de acero, forestal y comercio, usar inteligencia artificial en una primera etapa para generar o incrementar la productividad y la eficiencia, "permite que la organización empiece a desarrollar competencias y tener retorno de la inversión en la tecnología. Sin embargo, me parece que es una aproximación básica. El desafío es entender qué es lo disruptivo, qué es lo que nos puede cambiar", dijo.

Comentó también que "no estamos en una era de cambios, sino en un cambio de era", y en esta transición es clave que los directores "no nos perdamos y enfoquemos en identificar los problemas crónicos que se pueden resolver con IA y cómo los pensamos distinto, esto implica un cambio de *mindset* (mentalidad), porque la IA aún genera más miedo, que emoción o curiosidad por la oportunidad".

Agregó que el potencial de la inteligencia artificial "está asociado con la capacidad y la velocidad con la que podemos resolver problemas crónicos de las industrias. Por ejemplo, tardamos 15 años en desarrollar una vacuna y 20 en la cura de una enfermedad y, usando IA en cada uno de estos procesos, podemos acortar el tiempo significativamente", aseguró.

En el caso de la industria del acero, más allá de las aplicaciones para aumentar la productividad o mantenimiento predictivo, ve espacios para acelerar con IA el desarrollo de nuevos materiales innovadores. "Por ejemplo, para modificar las propiedades del acero, para hacerlo más liviano o más resistente, o para encontrar nuevas formas más sostenibles para producir acero e incluso identificar productos que se puedan fabricar con acero reciclado", dijo.

"Veo oportunidades en los agentes de IA, que son personalizables con los datos de una empresa"

La ingeniera comercial de la Universidad Católica, Ximena Corbo, que integra dos directorios en las industrias forestal y energía (petróleo), dijo que si bien el conocimiento de la inteligencia artificial en estas instancias es "bastante reciente", la tecnología ya se usa, principalmente para aumentar la productividad y eficiencia.

Corbo comentó que hay "muchísimas oportunidades" para incluir IA, según el sector, y en particular en compañías industriales, hay espacios para optimizar los procesos de producción y anticiparse a las necesidades de mantenimiento de las máquinas y "con los agentes de IA puede hacerse de manera más sofisticada".

"Por ejemplo, existen herramientas de IA para reparar las máquinas en menor tiempo, sin necesariamente tener que parar la planta, lo que tiene un impacto en la productividad, en la eficiencia y en la seguridad de las personas", afirmó.

También ve espacios en innovación, "por ejemplo, a través de alianzas con startups, como lo que vimos en Plug and Play en *venture capital* (capital de riesgo), porque eestán pensando en cosas que las grandes industrias no están viendo y con las alianzas puedes entrar en nuevos negocios o en nuevas formas de hacer las cosas".

Respecto del uso y oportunidades que abre la IA para la industria forestal, dijo que ya se ocupa para monitorear el crecimiento de los árboles, determinar el momento óptimo de la cosecha y en prevención y combate de incendios. Señaló que ya existen herramientas para tener sensibilización de distintos escenarios de cambio climático y su impacto.

Corbo también destacó el potencial de los agentes de IA, "algo nuevo para mí", los que son personalizables a cualquier situación con los datos disponibles de una empresa.

Agregó que uno de los retos para usar de forma óptima la IA es tener un buen manejo de datos, que sean "lo suficientemente buenos" para optimización y análisis predictivo, "porque malos datos sacan un mal *output* (resultado)".

Ximena Corbo,
directora de CMPC, ENAP y Fundación Generación Empresarial.

Carolina Pavez,
directora de Grupo Enovus y de ChileConverge.

"La IA generativa puede crear experiencias de aprendizaje más inmersivas y personalizadas"

La profesora de francés de la Universidad Católica, Carolina Pavez, comentó que la inteligencia artificial posee un gran potencial para mejorar la eficiencia, automatizar tareas y personalizar servicios, pero hay ciertas barreras para su implementación, como la inversión inicial, la necesidad de talento especializado, además de consideraciones éticas.

"Hay que hacer un uso responsable y transparente de la IA, esta tiene que promover la inclusión y la equidad", afirmó.

Pavez, quien tiene experiencia como directora en instituciones educativas y otras vinculadas al emprendimiento, dijo que en el caso de Grupo Enovus, hay un "creciente reconocimiento" de mantenerse en la vanguardia tecnológica, en particular en inteligencia artificial.

Comentó que ya están integrando IA a la estrategia para mejorar los resultados de aprendizaje y entregar experiencias educativas más personalizadas a los alumnos. "Esto parte por distintas capas que se van integrando hasta llegar a los agentes por asignatura".

De Silicon Valley trajo varias ideas y reflexiones: "La IA en la educación, no solo tiene que ver con la eficiencia, sino con la creación de experiencias de aprendizaje más profundas, más atractivas y con mayor impacto".

Planteó que la IA generativa tiene un "potencial enorme" para apoyar el proceso de aprendizaje y transformarse en un agente específico para cada asignatura y alumno, que entregue contenido contextualizado.

"No solo puede actuar como un entrenador personal, adaptando el aprendizaje a las necesidades del estudiante en tiempo real, sino también puede crear experiencias de aprendizaje más inmersivas", dijo.

Agregó que los agentes de IA, a diferencia de los *chatbots*, pueden anticipar y apoyar las necesidades educativas del alumno, con un acompañamiento mucho más personalizado, "lo que permitirá a los alumnos interactuar con simulaciones del mundo real, mejorando su preparación para el mercado laboral", afirmó.