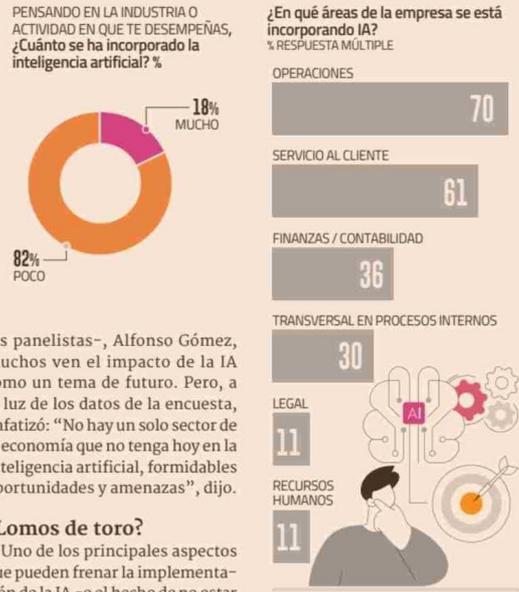


RELEVANCIA DE LA IA Y SECTORES PRODUCTIVOS



INCORPORACIÓN DE LA IA EN ÁREAS



Cómo ve el mundo de los negocios la irrupción de la IA: las respuestas que dejó un test de 10 preguntas

Encuesta de Deloitte Cadem entre más de 40 ejecutivos constató la alta expectativa sobre el vuelo que representa la inteligencia artificial para al PIB, así como a la productividad de las empresas. Lo que sí reconocen es que se debe aumentar el presupuesto para su desarrollo y establecer mecanismos para medir su efecto.

POR C. VERGARA, C. LEÓN Y R. LUCERO

La inteligencia artificial bien podría convertirse en un gran aliado para impulsar la expansión de la economía chilena. De hecho, un 76% de los ejecutivos y ejecutivas de distintas industrias que componen el Panel de Negocios del Índice de Confianza Empresarial que realiza mensualmente Deloitte Cadem, calificó su rol como “muy relevante”.

Pero, al mismo tiempo, un alto porcentaje consideró que aún es baja la incorporación de la IA en las áreas en que se desempeñan. Pese a esto último, o quizás por lo mismo, más del 80% de las 44 respuestas verificadas en esta ocasión –de 60 integrantes–, sugirió que el próximo año debiera aumentar el presupuesto para su desarrollo, asumiendo que los sectores que pueden ganar mayor competitividad son principalmente el financiero, servicios y minería.

La percepción es que hay oportunidades, aunque por ahora más del 50% de los consultados piensa que no existen mecanismos o herramientas para evaluar el impacto de su aplicación; y un 34% observa en su actividad una estrategia de IA, además de gobernanza de datos.

A la fecha, según la medición realizada entre fines de octubre y comienzos de este mes, la AI se está utilizando principalmente en soluciones de asistente personal para empresas y en chatbots informativos para clientes.

“La velocidad de la incursión de las distintas herramientas que utilizan IA nos ‘ha atropellado’ y estamos al debe en la inclusión del análisis de su utilización en las agendas estratégicas de la mayoría de las organizaciones”, señaló la directora de CMPC, presidenta de Intasa (CAP) e integrante del panel, María Ceclia Facetti.

En su opinión, la baja incorporación –pese a que se reconoce su positivo efecto en productividad– en muchas empresas responde a que “aún existe una falta de comprensión clara sobre su potencial y valor estratégico”, así como de sus beneficios específicos.

O, como lo planteó el director del Santander y consejero del Centro de Innovación UC –otro de

los panelistas–, Alfonso Gómez, muchos ven el impacto de la IA como un tema de futuro. Pero, a la luz de los datos de la encuesta, enfatizó: “No hay un solo sector de la economía que no tenga hoy en la inteligencia artificial, formidables oportunidades y amenazas”, dijo.

¿Lomos de toro?

Uno de los principales aspectos que pueden frenar la implementación de la IA –o el hecho de no estar incorporada en los presupuestos corporativos–, dijo el CEO & managing partner en Deloitte, Christian Durán, es “la falta de mecanismos y herramientas que ayuden a medir el impacto asociado directamente a la incorporación de inteligencia artificial en las operaciones”.

El gerente general de Camanchaca, Ricardo García, añadió otra razón: un avance más pausado se relaciona con un cierto respeto al uso de la información y de los datos de la empresa que pudiesen quedar asequibles al público. “La IA ha ido incorporando muy recientemente mayores elementos de seguridad y pienso que las empresas van a esperar a ver hasta qué punto quedan debidamente resguardadas sus bases de datos y su información privilegiada y confidencial antes de exponerse”, afirmó.

Precisamente, para el gerente general de Cadem, Roberto Izikson, la implementación de la IA requiere más que tecnología: “Necesita datos de alta calidad, que se transformen en insights accionables. Y el problema es que muchas veces, las organizaciones carecen de los sistemas que garanticen que los datos recopilados sean confiables y relevantes para sus operaciones”.

Dado este contexto, la vicepresidente de la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC), Susana Jiménez, cree que para sumarse al gran cambio de paradigma que supone la integración de la IA en el mundo del trabajo, también se debe avanzar en un mayor compromiso de los directores y altos ejecutivos, “porque son ellos quienes tienen que liderar las estrategias necesarias para una exitosa transformación digital de acuerdo con el modelo de negocio de cada empresa”.

TIPO DE IA QUE SE ESTÁ UTILIZANDO

EN TU INDUSTRIA O ACTIVIDAD, ¿qué tipo de IA están incorporando...? % RESPUESTA MÚLTIPLE



FUENTE: ÍNDICE DE CONFIANZA ECONÓMICA OCTUBRE 2024 DELoitte CADem/ ESPECIAL INTELIGENCIA ARTIFICIAL

LUNES 11 DE NOVIEMBRE DE 2024 / DIARIO FINANCIERO

17

LA IA SE ESTÁ UTILIZANDO PRINCIPALMENTE EN SOLUCIONES DE ASISTENTE PERSONAL PARA EMPRESAS Y EN CHATBOTS INFORMATIVOS PARA CLIENTES..

PRESUPUESTOS EN IA Y MEDICIÓN DE SU IMPACTO

EN TU INDUSTRIA O ACTIVIDAD, ¿contemplan un presupuesto exclusivo para el uso y potenciamiento de la IA? %



PENSANDO EN LA INDUSTRIA O ACTIVIDAD EN QUE TE DESEMPEÑAS, Y DE CARA A 2025, ¿los recursos destinados a introducir la IA deberían...? %

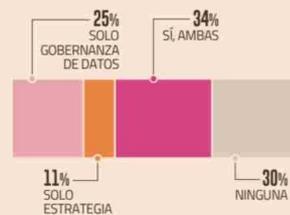


EN TU EMPRESA O SECTOR, ¿hay mecanismos o herramientas para evaluar el impacto de la aplicación de IA? %

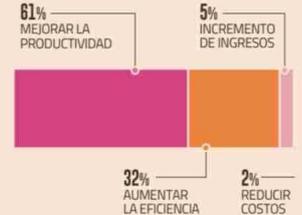


ESTRATEGIAS DE IA E IMPACTOS ESPERADOS

EN GENERAL, ¿dirías que en tu industria o actividad cuentan con una estrategia de IA y gobernanza de datos? %



¿Cuál es el principal impacto que esperan obtener en tu industria o empresa al implementar sistemas de IA? %



ALFONSO GÓMEZ,
DIRECTOR SANTANDER Y CENTRO INNOVACIÓN UC

“Una empresa que no incorpore IA en la concepción de una estrategia de futuro y que no comprometa los recursos (...), se estará condenando a la mediocridad o a su desaparición”.

MARÍA CECILIA FACETTI,
DIRECTORA CMPC Y PRESIDENTA DE INTASA

“A medida que las empresas comienzan a conocer ejemplos claros de éxito y a comprender mejor el potencial de la IA (...) es probable que aumente la prioridad asignada a la IA en sus estrategias”.

RICARDO GARCÍA, GERENTE GENERAL DE CAMANCHACA

“La IA irá ganando espacios conforme las empresas van incorporando en sus flujos de proceso, modelos de negocio, inteligencia artificial, que las termine haciendo más productivas”.

SUSANA JIMÉNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA CPC

“Las empresas están haciéndose cargo con rapidez y responsabilidad de los desafíos que implican estos cambios, y están intensificando su uso”.

diariofinanciero#seo@simbiu.cl