

La chilena experta en data science que llegó a la liga mayor de Silicon Valley

CUKY PÉREZ: “¿Por qué Mercado libre no es chileno si tenemos el ejemplo de Cornershop?”

Economista, magíster y doctorada, transitó de la academia a Airbnb y Shopify, donde aplicó la economía del comportamiento a las big tech. Tras 22 años en EE.UU., hoy es directora de AFP Capital y Blue Express. “La transformación digital, no ha permeado en todas las áreas de las empresas”, se lamenta. Y se pregunta: “Chile tiene un ecosistema de startups bastante activo, por qué muchas se van a México para crecer”. • **SOLEDD VIAL A.**

Economía UC, magíster en Macroeconomía y doctorado en Stanford, esta pudo ser la clásica historia que termina en la academia o en el Banco Central, y no lo fue.

Luego de 23 años en Estados Unidos, María de los Ángeles Pérez pasó a ser Cuki Pérez, cambió la academia por Silicon Valley, se convirtió en experta en inteligencia artificial y data science y es la chilena que más lejos ha llegado en la competitiva “Meca” de la innovación mundial.

Estaba “todo pasando” cuando llegaron con su marido a Stanford. “Me dijeron que lo que me habían enseñado eran supuestos y que el hombre no es tan racional, que hay muchas imperfecciones”, recuerda. Ahí se le abrieron las puertas de la economía del comportamiento y el método estadístico que guiaron su doctorado, y luego su cátedra como académica en la Universidad de Washington, en Seattle.

Mientras su marido trabajaba en África para el Banco Mundial y se juntaban en Ámsterdam —equidistante para ambos—, algo dejó de hacer clic. “Era lograr el sueño, pero a los dos años me di cuenta de que no me gustaba, que escribir papers e investigar era una vida súper solitaria”, cuenta hoy, sentada en su departamento de Providencia, rodeada de diseño y artistas chilenos, mujeres la mayoría. Una encrucijada inesperada e incomprensible en la academia. Una amiga, también doctorada pero empleada por Airbnb, le abrió una ventana. Corría 2014 y la aplicación de hospedajes buscaba crear una plataforma para medir comportamientos, experimentar, lo mismo que ella hacía en teoría, pero con personas reales.

Al poco tiempo se dio cuenta de que era lo suyo. “Me encantó el trabajo, con personas de muchas disciplinas y una velocidad que no existe en la academia”, recuerda. Estuvo allí 6 años, el último con una presión enorme —“Airbnb pasó de casi quebrar a salir a bolsa”— y decidió emigrar a la plataforma de e-commerce Shopify. Su equipo estaba en Montreal y ella en California, todo era online, una cultura distinta a la de Silicon Valley y pocas mujeres. No le gustó.

La inesperada muerte de su mamá en 2017 puso fecha de regreso a Chile: volverían en 2022. A su marido le ofrecieron seguir online en Netflix, lo mismo a ella en Shopify, pero seguir trabajando up and down —60 horas semanales, sin límite, como se está en Silicon Valley— no era el proyecto. Querían un cambio total. Cuky se sienta hoy en los directorios de AFP Capital y Blue Express —empresa logística del grupo Angelini—, apoya el proyecto de computación en escuelas públicas de la fundación Kodea, a la empresa de data science Unholster y, junto a su marido, ayudan a “Soy Más” la fundación que dirige Bárbara Etcheberry. Ahora están creando el currículum para convertir en programadoras a mujeres de Renca y Maipú. Su tiempo libre —“que hoy es muchísimo más”— lo ocupa el kitesurf que practican en su casa de Pupuya, al sur de Matanza.

De todo eso hablará en el influyente seminario de Moneda-Patria Investments. Cuky será la única mujer invitada a exponer en su aniversario 30, que tratará precisamente de lo que viene en los “próximos 30”... más allá de finanzas y mercados.

—¿Qué diagnóstico se ha formado de las empresas en Chile, cuando hablamos de IA?

“Hace cuatro o cinco años, Chile tenía muy claro que una transformación digital era necesaria; irse a la nube, invertir en datos. Invirtieron y qué ha pasado con el negocio, no mucho. No han visto la rentabilidad y lo ven simplemente como un costo en el estado de resultados. Ahí es donde creo que mi experiencia de una empresa nativa digital, cuyo negocio se basa en datos, estudios, experimentos, puede aportar con ejemplos súper

concretos de cómo aplicando big data se puede ser más eficiente, productivo y agregar valor al negocio”.

—Innovación es palabra frecuente entre empresarios, ¿cuál es la realidad interna de las compañías?

“Lo que he visto, no es lo que esperaba. Chile siempre va a la vanguardia de Latinoamérica, pero lamentablemente la transformación digital, el big data no ha permeado en todas las áreas de las empresas. Existe un área de tecnología, muchas veces un equipo de analistas que da servicios, pero no se ha integrado al negocio, de manera de comprenderlo y hacer cambios reales para personalizar y aumentar la calidad del servicio que se entrega a los clientes.

Por ejemplo, con IA, en Unholster estamos haciendo un análisis de todas las cartas de presidentes de empresas que aparecieron en las memorias 2024, para ver de qué hablan cuando proyectan lo que se viene. La mitad habla de transformación digital, pero ese porcentaje cae a menos de 5% en el doble clic de quienes hablan de IA, datos, capital humano en tecnología. Cómo quieren innovar si faltan los fundamentos”.

—¿Por dónde hay que comenzar?

“Por una pregunta que siempre hago: ¿dónde está tu equipo de TI en la empresa?, ¿en el piso -2 o en el 20? La mayoría de las veces están lejos, no entienden del negocio y quienes dirigen la estrategia de la empresa

no saben cómo la tecnología puede sumar”.

—¿Y la siguen viendo con temor?, ¿amenaza más que ayuda?

“A nivel de ciudadanía hay más temor a la sustitución del trabajo, creo que el temor en la gerencia de las empresas es distinto, es “si no me subo a este carro, mi negocio puede quedar obsoleto”.

“Es la salvación para la clase media”

—¿Cómo se sube a este carro un país que tiene problemas en su educación?

“Acaba de salir un paper del economista David Autor con una visión positiva del potencial que está teniendo la IA en el empleo, de cómo podemos lograr que sea complementaria. Porque tenemos dos caminos: que nos reemplace o nos complemente y que nos complemente es una decisión de país, cultural, porque está demostrado que como complemento sube la productividad. Un estudio reciente muestra que el principal efecto en la productividad total es que iguala a los trabajadores de bajo desempeño con los de alto. Autor sostiene que es la salvación para la clase media, tensionada por la automatización”.

Hay que entender muy bien qué es lo que Chile tiene que darles a los emprendedores que están afuera para que tengan aquí una oficina. Airbnb y Netflix tienen los ‘nomads’.

—¿Qué sería clave?

“Autor habla de varios factores habilitantes; incorporar la IA a la educación, porque los niños de hoy se van a graduar en un mundo donde estará en su día a día. En la empresa hay que partir por los basics. ¿Cómo se toman las decisiones? ¿Tengo datos? ¿Qué datos tengo? ¿Conozco los datos de infraestructura, capital humano de mi propia empresa? Otra pregunta que hago siempre, ¿cuál es la empresa 2030?, ¿dónde quieres llegar? y ahí comenzar por el cambio cultural desde dentro, por proyectos que agreguen valor y no verlos como un gasto innecesario obligado o una forma de que me consideren empresa tecnológica”.

—Está de moda el libro “Más palabras y menos pantallas” que alerta sobre impactos negativos de la tecnología, ¿qué es un justo equilibrio?

“Es un error pensar que la tecnología solo se puede transmitir a través de un computador. Yo aprendí a programar, desarmé computadores en 8° básico, en mi colegio de Constitución, al sur de Chile. Es posible enseñar un pensamiento lógico, entender la programación sin pantalla. Es aprender a comunicarnos en el nuevo lenguaje”.

—¿Será que el foco ha sido más el “cable” que el proceso?

“Chile hizo las inversiones, tiene infraestructura, conectividad, computadores, pero no ha hecho el cambio cultural. “Hi-po” dicen en Estados Unidos cuando las decisiones toman la opinión del mejor pagado, no necesariamente los datos. En una empresa nativa digital, las decisiones mayoritariamente se apoyan en data, pruebas, testeo”.

—Sin embargo, hay muchas startups chilenas exitosas, unicornios que son motor de cambio en sus respectivos mercados.

“Sí, Chile tiene un ecosistema de startups bastante activo, pero la pregunta es por qué muchas se van a México para crecer”.

—¿Quizás porque tiene 140 millones

de habitantes y es el principal socio comercial de Estados Unidos?

“Chile tiene problemas de seguridad, pero sigue siendo uno de los países más seguros de Latinoamérica. Cuando viví en Silicon Valley, fui una vez a México porque la gente decía que era peligroso. La cercanía no tiene nada que ver, los gringos no hablan español, le tienen miedo a México y ¿por qué está lleno de jóvenes viviendo allá? Porque cuando trabajan más de tres meses no les exigen pagar impuestos, como en Chile. Eso es muy complicado para una startup que tiene empleados en varios países. Las empresas nativas digitales muchas veces toman sus decisiones bastante rápido, ¿quizás me conviene porque hay una universidad que me va a proveer de capital humano, tengo beneficio tributario”.

—¿Y la distancia?

“Esas empresas deben apuntar al mundo, da lo mismo donde estén. En Shopify queríamos abrir un data center en Latinoamérica y siempre es Brasil, pero cuando llegan a Brasil, se habla solo portugués, solo pueden contratar brasileños...”

—¿Cree que ha faltado una estrategia desde el Estado?

“Sí, pero también una conversación. Hoy hay más apertura a invertir en capital de riesgo, pero recuerdo amigos que estaban haciendo startups en Chile y les costaba mucho levantar fondos, pero sí creían en ellos en Estados Unidos. La economía (chilena) es bien tradicional, hay que romper eso”.

“Para ser globales, competitivos...”

—¿Cómo se logra hoy ser empresa global?

“El costo de hacer empresas globales no estando en el país ya no es la competencia directa, no es que vayan abrir otro retail en Chile, lo están abriendo en China. Para ser globales, competitivos, hay que conocer al cliente, predecir su comportamiento, por qué se está yendo, donde está comprando. ¿Por qué Mercado Libre no es chileno si tenemos el ejemplo de Cornershop?”

—¿Se puede revertir o es carrera corrida?

“Soy una optimista. Hay apertura a hacer cosas distintas, una prueba es que me hayan invitado a hablar en este seminario. Hay buen nivel gerencial, con experiencia, conectado con el mundo”.

—¿Qué falta, entonces?

“Hay mucho por hacer desde las universidades para que los académicos se conecten con el mundo empresarial. Silicon Valley ha florecido, porque contrata académicos y ellos están moviendo las fronteras del conocimiento, porque comprenden del negocio, hablan con sus ejecutivos y se genera un intercambio de conocimiento muy importante.

Hay que entender muy bien qué es lo que Chile tiene que darles a los emprendedores que están afuera para que tengan aquí una oficina. Airbnb y Netflix tienen los ‘nomads’, que trabajan desde todas partes”.

—Muchas universidades se resisten, porque sienten que ese vínculo desnaturaliza la academia.

“Fui académica en una universidad donde los académicos se sentían como una élite que no bajaba al mundo real, la comparo con otras que han hecho un ecosistema conectado con el mundo, como Stanford, Berkeley, Harvard. Eso genera un motor de innovación increíble. En Chile también hay universidades —me han contactado— que quieren potenciar esa conexión”.



Cuky Pérez, doctorada en Stanford y experta en IA y data science.

CARLA PHILIA