EL MERCURIO

Fecha: 18/03/2026 Audiencia: 320.543 Sección: ECONOMIA
Vpe: $10.050.979 Tirada: 126.654 Frecuencia: 0
Vpe pág: $20.570.976 Difusión: 126.654
Vpe portada: $20.570.976 Ocupación: 48,86%

WSJ
CONTENIDO LICENCIADO POR
THE WALL STREET JOURNAL

Nuevos talentos buscan reorganizar industrias completas:

La empresa emergente de IA valorada en US$ 1 mil millones que fue fundada por adolescentes

El equipo detrás de Aaru está atrayendo a marcas como McDonald's y EY al apostar a que los bots de IA pueden predecir el comportamiento humano mejor que los mismos humanos.

SUZANNE VRANICA
The Wall Street Journal

La primera sede en Nueva York de Aaru, el emprendimiento de inteligencia artificial (IA), tenía un aro de básquetbol y una "sala de la ira" donde los empleados golpeaban violentamente mesas con un martillo después de errores de codificación. La sala de conferencias también servía como dormitorio de uno de los cofundadores.

El espacio parecía una mezcla entre una residencia universitaria y un laboratorio de investigación de alta tecnología, una estética apropiada para una compañía fundada por adolescentes.

Aaru hace poco alcanzó una valoración de US$ 1 mil millones, lo que la convierte en una de una serie creciente de compañías exitosas lideradas por personas que apenas han cumplido los 20 años y quieren reorganizar industrias completas en lugar de asistir a la universidad.

Los cofundadores Cameron Fink y Ned Koh iniciaron la empresa hace dos años cuando tenían 18 y 19 años, respectivamente, junto con el jefe de tecnología John Kessler, de 15 años en ese entonces. (Kessler no tiene aún la edad suficiente para unirse al consejo, y su padre tuvo que firmar los documentos de inversión). El trabajo de su firma ofrece una mirada a cómo la IA está automatizando tareas con gran intensidad de mano de obra y caras que antes estaban controladas por compañías de investigación, consultores y la industria publicitaria.

En lugar de pagar a seres humanos para que se unan a *focus groups* y completen los estudios, Aaru utiliza miles de agentes de IA, o bots, para simular respuestas humanas. Introduce información demográfica y psicográfica en sus modelos para crear perfiles humanos que se adapten a las necesidades de los clientes, y los resultados que arrojan esos bots se están utilizando para el desarrollo de productos, la fijación de precios, la identificación de nuevos clientes y las encuestas políticas.

Aaru ha realizado trabajos de investigación o pruebas para compañías como McDonald's, Boston Beer y el estudio cinematográfico A24, según personas al tanto del tema. Ahora está ayudando a Bayer, el fabricante de Aleve y Aspirina, a probar una copia creativa y lemas publicitarios para algunas de sus marcas, precisó la empresa farmacéutica.

Diplo, el DJ y productor musical cuyo nombre verdadero es Thomas Wesley Pentz, hace poco se convirtió en inversionista, un acuerdo que, según él, se ideó acompañado de unas cervezas suizas durante el Foro Económico Mundial en Davos, Suiza, en enero.

Hackear el wifi

Fink y Koh se conocieron el primer día de su primer año en la Lake Forest Academy en los suburbios de Chicago. Hicieron conexión debido a su afición a las carreras de *cross-country* y a otra afición más traviesa compartida que implicaba tratar de hackear el wifi de su escuela para evitar presentar las tareas.

LANNA APISUKH PARA WSJ

Cameron Fink, Ned Koh y John Kessler, en el sentido de las agujas del reloj desde arriba, son los fundadores de Aaru.

David Wick, profesor de inglés y latín en Lake Forest, contó que Koh parecía "más entusiasmado con sus iniciativas de negocios que con el latín". Wick a menudo hace bromas con sus alumnos y les dice que si llegan a ser ricos y famosos, deberían comprarle un Ferrari, una promesa que Koh asegura espera cumplir.

Cuando eran estudiantes de primer año, los adolescentes iniciaron una compañía de lápices políticos para estimular la participación electoral. Utilizaron el dinero del bar mitzvah de Fink para importar 20 mil cajas de lápices desde China, a los que les pusieron nombres políticos, tales como: "Bernie Blue" y "Trump Tangerine".

Luego vino un emprendimiento de tecnología de la salud, Elda Bio. Eso ayudó a que obtuvieran un lugar en el programa Z Fellows, una vía rápida para que creadores jóvenes lleguen a Silicon Valley. Con el tiempo, el dúo abandonó Elda Bio, en parte debido a los obstáculos reguladores en la industria de la atención de salud.

Mientras disfrutaban un pie de crema de chocolate y un acompañamiento de brócoli en Au Cheval de Nueva York con el fundador de Z Fellow, Cory Levy, a principios de marzo de 2024, la pareja contó que su verdadera pasión consistía en resolver el problema de las predicciones.

Kessler entró en escena después de enviar a Fink un mensaje en LinkedIn en que le pedía consejo sobre su postulación a Z Fellows. La llamada duró dos horas y media, después de la cual Fink llamó a Koh para contarle que Kessler, quien entró a la enseñanza media a los 12 años y estuvo creando una infraestructura de simulación en el MIT City Science Lab dos años más tarde, era la "persona más inteligente que he conocido en mi vida".

Cuando iniciaban la empresa, Fink y Koh partieron a la universidad, pero solo apenas. Fink pasó una noche en Dartmouth College, mientras que Koh pasó dos semanas en la Universidad de Harvard, antes de que decidieran enfocarse en el desarrollo de su naciente compañía.

Durante un viaje de primavera a las Bahamas, días después de que Fink y Koh compartieran un documento informativo que describía su nueva idea de negocios con un potencial inversionista, empezaron a negociar una inversión en su fase inicial. El padre de Fink, Nick Fink, próximo director ejecutivo de Constellation Brands, escuchó la conversación que su hijo tenía en la terraza de la casa que habían arrendado para las vacaciones.

Apenas entendía cuál era el negocio en ese momento y le sorprendía que los dos adolescentes no le pidieran ayuda. "Rechazaron firmemente" cualquier asistencia financiera de sus familias, aseguró Nick Fink.

Las pruebas

Mientras trabajaba en un principio en el subterráneo de un amigo, el equipo trató de validar sus modelos de IA prediciendo elecciones. Luego de realizar pruebas en retrospectiva de elecciones pasadas, su modelo para 2020 estuvo dentro del 0,5% de los resultados reales; mucho mejor que el margen de error en las encuestas estándar ese año. Empezaron a realizar investigaciones y encuestas para institutos de estudios y políticos.

Al igual que sus homólogos humanos, los bots de Aaru son falibles; por ejemplo, predijeron erróneamente una victoria de Kamala Harris en las elecciones de 2024. Fink aseguró que la firma ha mejorado significativamente sus modelos desde entonces.

SIMULACIÓN
En lugar de pagar a seres humanos para que se unan a *focus groups* y completen los estudios, Aaru utiliza miles de agentes de IA, o bots, para simular respuestas humanas.

El trabajo de Aaru en política y un encuentro casual con Dave Burwick, el exdirector ejecutivo de Boston Beer, ayudaron a la compañía a establecer un nuevo curso. Burwick reclutó al conocido experto en encuestas Frank Luntz para validar su enfoque.

"Esta es realmente la nueva generación que ve las cosas en una forma completamente diferente", señaló Luntz.

Burwick ayudó a que Aaru pasara de la encuesta política al trabajo de estrategia corporativa, y presentó a los fundadores a capitalistas de riesgo y jefes ejecutivos. Cuando asesoró a Gryphon Investors sobre su adquisición de la marca de agua con gas Spindrift Beverage en 2024, reclutó a Aaru para que identificara qué nuevas líneas de productos podrían acelerar el crecimiento.

Ahora director ejecutivo de Spindrift, Burwick le pidió a Aaru que evaluara conceptos como refrescos, té, bebidas energéticas y batidos, mediante el uso de bots diseñados según el modelo de un grupo demográfico objetivo: consumidores de entre 25 y 35 años con ingresos familiares promedio por sobre los US$ 100 mil. Dentro de una semana, los bots de Aaru seleccionaron té de frutas, igualando los resultados de una investigación de consumo independiente de Spindrift, con base en 500 personas, la que había tomado dos meses.

"El desafío más grande para las compañías de productos de consumo es cómo reduce ese ciclo de innovación", y entra al mercado rápidamente, manifestó Burwick. Spindrift hace poco lanzó una línea de tés helados sin gas hechos con infusión de té y fruta exprimida.

Burwick invirtió personalmente en el emprendimiento.

Sin embargo, convencer a las marcas de que humanos simulados trabajan tan bien como los reales puede ser un desafío.

Ashlee Adams, directora sénior de innovación abierta y desarrollo corporativo de Coca-Cola, señaló que hay algunas dudas de que los modelos sintéticos pudieran tener percepciones más precisas que los humanos. La compañía está probando actualmente la tecnología de Aaru.

La firma de servicios profesionales EY puso a prueba su capacidad para predecir el comportamiento futuro, y le pidió que repitiera un estudio global de un año con base en 3.600 inversionistas de alto patrimonio neto. Demostró ser más precisa que un estudio que fue realizado por humanos, y terminó el trabajo mucho más rápido.

EY está utilizando ahora la tecnología Aaru para ayudar a una docena de sus clientes. Igualmente, la está utilizando en sus propios estudios, reemplazando en algunos casos por completo los estudios tradicionales.

"Si puede predecir el comportamiento, esto no es solo un acelerador para la investigación", comentó Sameer Munshi, jefe de ciencias del comportamiento en EY. "Esto es estrategia".

Artículo traducido del inglés por "El Mercurio".