

EL MERCURIO
innovación *desarrollo sostenible*

SANTIAGO DE CHILE | 12 | 6 | 2025
 innovacion@mercurio.cl



El boom de la inteligencia artificial ha obligado a las empresas a aprender que no puede ser usada para todo y que muchas veces entorpece la relación con el cliente. Acá, el especialista da consejos a los emprendedores que buscan soluciones innovadoras a problemas reales. **ALEXIS IBARRA O.**

PACO SOLSONA, LÍDER DE ACELERACIÓN Y ECOSISTEMA DE STARTUP EN GOOGLE:

“Las *startups* veían a la IA como un oráculo que tiene respuestas a todas las preguntas”



© 1999 by John Wiley & Sons, Inc.

de aceleración que tiene como tema central "AI for Nature". Allí las *startups* seleccionadas debían solucionar problemas de conservación de la naturaleza

Entre las 15 empresas elegidas —entre 200 postulantes desde Canadá a Chile— está la empresa nacional Bloom Alert, que creó un sistema que usa IA para alertar a las plantas desaladoras de agua de mar antes de que ocurra un evento de contaminación costera producto de algas (conocido como *bloom*).

—¿Cuál es el trabajo del equipo que dirige?

“Hacemos educación, entrenamientos y talleres y también damos apoyos más directos a través de nuestro programa Google for Startups Accelerator.

Cuando comenzamos, hace 10 años, consistía en una semana (Launchpad Week). Nos dimos cuenta que una semana no era suficiente y que, a veces, la tecnología no era la única solución para las *startups*. Les faltaba conocimiento de ventas, marketing, crecimiento, generar un buen *pitch* para atraer inversionistas, etc. Así, de una semana llegamos al programa de aceleración actual de diez semanas donde les llevamos lo mejor de Google".

—¿Cuáles son las particularidades de ese programa?

El 30% del tiempo los enseñamos lo mejor de lo mejor en temas como experiencia de usuario, márketing digital, ventas, capital de inversiones, todas las tecnologías de Google como *mobile*, web, *cloud* y, obviamente ahora, IA. El otro 70% es un traje a medida y los juntamos con expertos de Google que les hacen mentorías. Son 400 *googlers* (traba-

jadadores de Google) desde Canadá a Chile que donan su tiempo.

La última semana invitamos a los fundadores de las *startups* a que vayan a una ciudad a participar por dos o tres días en actividades relacionadas con liderazgo, inspiración, crecimiento de equipo.

—¿Cómo las *startups* chilenas pueden acceder a este programa?

Hacemos una convocatoria pública y luego un proceso de selección por etapas que incluye verificar que la *startup* tenga un equipo técnico fuerte, ya que si son solo dos personas con una idea es muy temprano para que nuestro equipo las pueda asesorar. No hay un mínimo en el tamaño, pero diría que las que se registran tienen entre 5 y 15 personas en su equipo, han trabajado en su proyecto entre uno y cinco años, y en términos de inversión, ya cuentan con un capital semilla”.

—¿Qué busca Google con esto?

“El sueño de nuestro vicepresidente es tener una relación fuerte de trabajo una vez que una *startup* ya está avaluada en varios miles de millones de dólares. Pero esa relación comenzó cuando esas dos personas comenzaron una ‘locura’ en el garaje de uno de ellos y alguno de nuestros equipos estuvo cerca dándoles asesoría y ayudándoles a crecer en sus negocios. Es decir, les dimos 80% del tiempo para que, cuando ya sean grandes, recibamos el 20% de ellos cuando sean nuestros clientes o *partners*.

La ganancia principal de Google es que esos grupos nos dan retroalimentación, es como tener un laboratorio de usabilidad distribuido en todo el mundo. Por ejemplo, si aprenden sobre agentes de IA a la semana comienzan a usar la tecnología y nos dan retroalimentación de todo tipo. Esa información es valiosa porque nos permite corregir nuestros productos y llevar algo

mejor al mercado, más depurado.

—¿Cómo ha visto la evolución de las *startups* latinoamericanas?

"Antes habían dos tipos de *startups*: una en la que todos eran técnicos y otra en la que todos eran vendedores. Era raro encontrar una que tuviera un buen balance. Estaban los que vendían con un Power Point y otros que no vendían porque estaban muy enfocados en hacer un producto tecnológico.

De a poco la evolución nos fue llevando a ver empresas cada vez más sofisticadas. Para nosotros es importante que el proyecto que están haciendo resuelva un problema significativo y que a la vez tengan la capacidad técnica para ejecutar la solución".

—Hoy en día hay un *boom* de la IA. ¿Le ha tocado ver empresas que la quieren usar a toda costa?

"Hace dos años todos querían tener IA, había una desesperación por usarla. Las *startups* veían a la IA como un oráculo que tiene respuestas a todas las preguntas. Pero nuestros mentores les están enseñando que el peor uso que le pueden dar a la IA es darle a los clientes una mala experiencia, con menús raros o chat de voz en que las personas se tardan mucho en encontrar la respuesta."

Con la IA pueden hacer que el desarrollo sea más rápido para entregar un mejor producto al cliente en menos tiempo. Entonces tu empresa usa IA, es inteligente, pero el cliente no lo ve porque son cosas internas.

El consejo es que piensen que es como tener 1.000 asistentes junior que les ayudan en sus tareas. No lo vean como un Einstein o un oráculo, sino como ayudantes que analizan tus datos, la industria y el negocio. Ahora están empezando a entender que la IA no reemplazará a todos los empleados, sino que les permitirá dotarlos de agentes de IA para que hagan su trabajo mejor".

Paco Solsona
estuvo en Chile
con ocasión de
la hackatón,
HackLab-iA
Santiago Cero
Carbono.



Uno de sus objetivos es reducir el impacto ambiental per cápita de las ciudades y aumentar el número de ciudades que adoptan y aplican políticas integradas de inclusión, resiliencia al cambio climático, y eficiencia en el uso de recursos.



Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son un llamado de Naciones Unidas a los gobiernos, las empresas y la sociedad civil para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos al año 2030.