

Fecha: 04-03-2026
Medio: Diario Financiero
Supl.: Diario Financiero
Tipo: Noticia general
Título: "No sirve mucho hacer pilotos de IA sin tener definido el problema y cómo medir el resultado"

Pág.: 30
Cm2: 618,8
VPE: \$ 5.483.308

Tiraje:
Lectoría:
Favorabilidad:

16.150
48.450
■ No Definida



FABRIZIO CARBONE,
GERENTE GENERAL Y LÍDER DE
TECNOLOGÍA DE IBM EN CHILE:

“No sirve mucho hacer pilotos de IA sin tener definido el problema y cómo medir el resultado”

■ El ejecutivo destacó que esta tecnología ya genera retornos visibles en banca, minería y cadenas de suministro, pero advirtió que muchos proyectos no escalan por falta de métricas y estrategias claras.

POR MARCO ZECCHETTO

El impacto de la inteligencia artificial (IA) en las empresas de Chile y el mundo comienza a mostrar señales, desde ahorros de costos hasta mejoras en productividad. Sin embargo, en muchos casos la falta de una estrategia clara y de métricas definidas desde el inicio inhibe el escalamiento de pilotos o pruebas de concepto, limitando su despliegue en procesos críticos del negocio.

Así lo planteó a **DF** el gerente general y líder de tecnología de IBM en Chile, Fabrizio Carbone, y señaló que para generar valor concreto, las organizaciones deben identificar antes el problema a resolver, definir indicadores de desempeño desde el “día uno” e involucrar a la dirección y a los altos ejecutivos en la definición de los objetivos.

El ejecutivo destacó el impacto de esta tecnología en sectores como banca, minería y cadenas de suministro, tanto en reducciones de costos como en eficiencias operacionales.

– ¿Estamos viendo ya efectos

tangibles de la IA en las empresas de Chile y el mundo?

– Tenemos un estudio que realizamos el año pasado de la mano de Census Wide, que nos indica que cerca del 80% de las empresas en Chile utilizan tecnologías de inteligencia artificial, sobre todo con IA generativa, y al hacer un doble clic, casi un 19% la usan extensivamente.

Hemos vivido un revuelo de IA, por un lado, con muchos ejecutivos que dieron el mandato de empezar a experimentar, con un montón de proyectos piloto en los últimos años que después no escalaron o no lograron mostrar algo realmente tangible.

Pero sí, por otro lado, hay casos cuando las empresas definen una serie de métricas y KPIs (indicadores clave de compromiso), se ponen de acuerdo en qué medir y cómo; de esa manera se logran mostrar retornos de inversión, eficiencias o reducción de tiempos en procesos. Es clave sentarse desde el día uno con el cliente, cocrear, entender bien lo que se quiere capturar, y de esa manera después poder volver al alto ejecutivo y mostrarle efectivamente que sí hay algo tangible.

No vale de mucho empezar a hacer pilotos sin tener detectado un problema que queremos abordar y cómo vamos a medir el resultado. La clave es definir algo pequeño,

acotado, que involucre también al equipo ejecutivo, porque esto ya no es solo un proyecto de TI (tecnologías de la información); la inteligencia artificial es transversal a toda la empresa y toca múltiples organizaciones.

– ¿Qué sectores se han visto más beneficiados por el uso de IA?

– En la región y a nivel local, en lo que es optimización de cadenas de suministro, se han visto reducciones de costos en porcentaje de dos dígitos; en la industria financiera y bancos, la detección de fraudes temprana y precisa con IA ahorra millones y millones de dólares. También, en todo lo que es experiencia al cliente de diversas industrias, se han mejorado los tiempos de respuesta con sistemas de IA que son 24/7.

Y propiamente en Chile, en minería, con el uso de IA puedes detectar de manera temprana posibles fallas o roturas y así hacer mantenimientos predictivos. Tener un equipamiento de minería parado durante horas son millones y millones de dólares.

– ¿Cuáles son los obstáculos que limitan el escalamiento de

la IA en empresas chilenas?

– El primer inhibidor para que los proyectos escalen en serio es el talento, no hay buena tecnología si no tenemos los recursos entrenados. Lo bueno es que se ha venido poniendo mucho énfasis en esto en los últimos años. Los gerentes generales están haciendo cursos intensivos y específicos sobre IA, y eso lo ves en muchos clientes. También hay un empuje muy fuerte de las empresas en la capacitación de los colaboradores, en hacer *reskilling* (aprendizaje de nuevas habilidades) y *upskilling* (perfeccionamiento de competencias actuales) en todo lo que tiene que ver con IA.

Otro desafío es cómo integramos la IA al *back office* (gestión interna), y cómo se trabaja en las integraciones, en la orquestación de los distintos flujos, que a veces es difícil.

Hace muchos años se pensaba que para llevar a cabo proyectos de IA se requería de sumas –de dinero– muy altas, pero hoy la realidad es que se ha democratizado, hay múltiples alternativas. La clave es elegir la plataforma correcta, que sea abierta, escalable, segura y gobernada. Que permita comenzar con algo pequeño, pero que después se pueda escalar al resto de la organización.

Proyecciones y negocio en Chile

– ¿Empezaremos a ver este año un mayor despliegue de la IA en las empresas?

– Este año y hacia adelante será clave, porque realmente se va a ver como ciertos pilotos escalan. Hoy la IA está tocando transversalmente a todas las organizaciones. Por ejemplo, casi todo el portafolio de IBM, tanto de software y soluciones, como de infraestructura, tiene capacidades de IA embebidas. Yo creo que la IA va a tocar en casi un 70% u 80% a todas las empresas. El desafío es cómo nos preparamos para eso. Es como la gravedad, no hay manera de evitarlo. Es algo que vino para quedarse y hay que adaptarse.

– ¿En qué sectores tienen mayor presencia en Chile y cuáles son sus focos de negocio en el país para este año?

– Las tres industrias principales son banca, retail y minería. Hoy tenemos una visión con dos verticales muy claras, que son data e IA, y nube híbrida. Este año queremos seguir posicionando en Chile nuestra plataforma de IA, Watsonx; también todo lo relacionado con nube híbrida. Y por último, ciberseguridad y automatización, porque cuando las empresas se van digitalizando, la superficie de ataque aumenta, y eso lo hemos visto en los últimos años.

“La IA va a tocar en casi un 70% u 80% a todas las empresas. El desafío es cómo nos preparamos para eso. Es como la gravedad, no hay manera de evitarlo. Es algo que vino para quedarse y hay que adaptarse”.