

Fecha: 18-08-2025  
 Medio: La Segunda  
 Supl.: La Segunda  
 Tipo: Noticia general

Pág.: 12  
 Cm2: 683,0  
 VPE: \$ 1.516.942

Tiraje: 11.692  
 Lectoría: 33.709  
 Favorabilidad:  No Definida

**Título: Cómo 15 líderes empresariales usan y proyectan la IA**



Un avance tecnológico reciente es el análisis virtual de piel y maquillaje, una innovación en el e-commerce de belleza en Chile con IA. De esta forma los clientes pueden conocer su tipo de piel y probar productos virtualmente, experimentando sin miedo antes de decidirse a comprar.

**Dominique Rosenberg**, Fundadora DBS Empresas.



En Pepsico trabajar junto a NotCo nos permitió experimentar de primera mano cómo la IA puede acelerar procesos: pasamos de una idea a estar en el supermercado en solo ocho meses. La IA no es sólo eficiencia, es una ventaja competitiva para quienes logren adoptarla con rapidez.

**Juan José Wipe**, General Manager Pepsico Chile.



"La adopción de inteligencia artificial ha sido un desafío interesante para todos los sectores, incluida la salud. Hemos comprobado un impacto positivo en la atención al paciente y la eficiencia de los equipos, por ende, la principal lección es que todo cambio tecnológico implica un cambio cultural, que debe estar centrado en las personas".

**Cristián Piera**, Gerente general Clínica Alemana Stgo.



"Utilizamos la IA hace varios años y ha sido una experiencia interesante que sigue cambiando la forma en que trabajamos, al ser un complemento en cómo nuestros equipos se desempeñan. () Lo importante es entender los avances de la tecnología como cambios que debemos integrar de manera correcta".

**Alejandro González**, CEO Falabella.



"Los desarrollos tecnológicos como la IA suelen iniciar con gran fuerza, pero con el tiempo tienden a encontrar su equilibrio. () No creemos que la IA sustituirá al talento humano; por el contrario, debe estar a su servicio (...) Un líder que cree saberlo todo y deja de aprender está condenado al fracaso".

**Eduardo Ebensperger**, Gerente general Banco de Chile.

**Falabella, Colbún, Decathlon y Rosen:**

# Cómo 15 líderes empresariales usan y proyectan la IA



Respecto a la adopción de la tecnología, pienso que es y será necesario siempre equilibrarla con el talento humano. Actualmente, estamos comenzando a utilizar la IA para mejorar las proyecciones, simplificando procesos y ayudando a anticipar decisiones.

**Jon Hernández**, CEO Decathlon Chile.



La inteligencia artificial llegó para quedarse. Acelera procesos, identifica ineficiencias y permite enfocar a las personas donde aporten mayor valor, liberando tiempo y agilizando el acceso a la información. Creamos proyectos como Relink y Reskill para que nuestros colaboradores adquieran herramientas en IA, data analytics y nuevos procesos.

**Rodrigo Camacho**, CEO Nestlé Chile.

El miércoles, ManpowerGroup – uno de los gigantes mundiales en servicios y soluciones de capital humano – presentó un libro que reúne testimonios de los 50 líderes que están moviendo las piezas del tablero empresarial en Chile. Son los más innovadores e influyentes del país según el ranking. Entre los directores y ejecutivos de alto calibre, emergieron frases que revelan cómo ven el uso de la inteligencia artificial para transformar sus negocios y, a veces, su irrupción en el trabajo en sus compañías. La Segunda seleccionó 15 frases entre empresas como Falabella, Rio Tinto y Decathlon.



"He aprendido que la tecnología por sí sola no transforma, ya que las personas con su actitud y talento son el verdadero motor del cambio. Liderar también es cuidar, entendiendo que el bienestar y el desarrollo sostenible no son un ideal, sino una responsabilidad que impulsa resultados extraordinarios".

**Agustín Alfonso**, Gerente general Rosen.



"Post pandemia, aceleramos la integración de la inteligencia artificial en nuestras operaciones y definimos una hoja de ruta con tres focos claros: productividad personal, automatización de procesos y experiencia de cliente. () Queremos ser pioneros en cambios que mejoren significativamente la vida de nuestros colaboradores y clientes".

**Roberto Alvo**, CEO Latam Airlines Group.



La inteligencia artificial ha transformado la forma en que usamos los datos, pero el verdadero valor está en cómo estructuramos y usamos esa información. La IA potencia el análisis, pero sigue siendo el pensamiento crítico humano el que permite tomar las mejores decisiones. Debemos integrarla estratégicamente, sin dejar de lado el juicio y la experiencia.

**Alejandro Aguirre**, Gerente general Kimberly-Clark.



Desde mi llegada, descubrimos proyectos con IA que ya mejoraban procesos repetitivos en distintas áreas, potenciando la eficiencia. En el sector eléctrico, la transformación tecnológica ha sido clave en los últimos 10 o 15 años. Nuestra escala menor frente a grandes actores nos obliga a ser ágiles e innovadores.

**José Ignacio Escobar**, CEO Colbún.



Sobre la inteligencia artificial, es algo que llegó a revolucionar nuestro negocio. Actualmente, utilizamos la IA para verificar entregas mediante fotos, optimizar las rutas en tiempo real y procesar cambios de dirección. En el futuro, tenemos la intención de integrar vehículos autónomos y drones para lograr entregas más eficientes y cómodas".

**Olivier Paccot**, Gerente general Blue Express.



**Felipe O'Ryan**

"Siempre he sido promotora de la adopción tecnológica, especialmente en IA, biotecnología y sistemas informatizados en la cadena productiva. () Existe el temor de perder empleos, pero los líderes deben demostrar que la tecnología potencia el talento y crea nuevas oportunidades".

**Gloria Maldonado**, Presidenta Enap.



La innovación también es parte del liderazgo, aunque no siempre es fácil impulsarla en una industria tradicional y basada en procesos. Muchas veces nos quedamos en el piloto, en el laboratorio; hace falta más apertura, más convicción para escalar, para invertir y para conectar el conocimiento con las soluciones.

**María Soledad Jeria**, Country Head Rio Tinto Chile.



"Respecto al uso de la inteligencia artificial y las innovaciones tecnológicas, creemos en su potencial, pero sin perder el contacto humano. () Trabajamos en dos proyectos: uno enfocado en soporte tecnológico dentro de la organización y otro en análisis de datos para proyecciones y predicción de compras".

**Cedric Moller**, Gerente general Casaideas.