

MARTIN FORD, FUTURISTA

“Uno de los mayores impactos de la robótica será en los trabajos de chaqueta y corbata”

El experto en robótica y autor *best seller* de *The New York Times*, que visitará Chile para el APEC CEO Summit, destacó el impacto que tendrán los avances de la tecnología en el mundo laboral. **MAGDALENA OVALLE V.**

Ingeniero en computación y experto en robótica e inteligencia artificial, Martin Ford se puso en el radar mundial en 2017, cuando su TED Talk sobre el impacto de estas tecnologías en el mundo laboral alcanzó tres millones de visitas en internet. Desde Silicon Valley, el estadounidense que se autodenomina futurista se apronta para su viaje a Chile en noviembre al APEC CEO Summit. De opiniones rupturistas, pronostica que el avance tecnológico traerá fuertes cambios en el mundo laboral de acá a 10 años: “Uno de los mayores impactos de la robótica será en los trabajos de chaqueta y corbata, especialmente en áreas como bancos o finanzas, ese tipo de trabajo de computador y análisis cuantitativo con reportes semanales. Hay mucho que ya está siendo automatizado”.

—¿Qué tipo de avances se están viendo en robótica actualmente y cómo serán los trabajos del futuro?

“Se están viendo avances realmente rápidos en inteligencia artificial y robótica. Por ahora es mayoritariamente en sistemas que hacen cosas rutinarias y repetitivas, cosas predecibles, como trabajos en comida rápida. Pero también se van a ver cambios en los trabajos de escritorio, donde vas a la oficina y haces las mismas cosas todos los días. Ese trabajo va a desaparecer gradualmente.

En paralelo se van a crear nuevas oportunidades, y creo que van a ser en áreas creativas, donde tienes que ‘pensar fuera de la caja’, construir cosas nuevas. También en los trabajos que tienen mucha interacción con la gente, donde construyes relaciones empáticas, como los del área salud. El problema es que a largo plazo va a haber más trabajos destruidos que creados, porque mucha gente trabaja en áreas de labores predecibles. Incluso, si se crean nuevas oportunidades, la transición no va a ser fácil para muchas personas y va a requerir entrenamiento técnico. Creo que va a haber fuertes cambios en los empleos en los próximos 10 años en el mundo”.

—¿Qué habilidades deberían enseñarse en colegios o universidades para desenvolverse en este nuevo escenario?

La primera es la creatividad, en el sentido de tener nuevas ideas. Hay computadores que hacen eso, pero no pueden igualar a los humanos. En el futuro ese tipo de trabajos va a estar relativamente asegurado, entonces es algo en lo que deberíamos poner énfasis. También la interacción con las personas, la empatía y la comprensión son habilidades que son humanas y debieran reforzarse en la educación. Una tercera área son los trabajos más técnicos, como electricistas y gasfiteros. Ese tipo de trabajo requiere mucha movilidad y habilidad para resolver problemas, por lo que sería muy difícil construir un robot que haga eso. Creo que deberíamos impulsar más ese tipo de trabajos más técnicos y desarrollar oportunidades para eso en el campo de la educación, en vez de incentivar la idea de que todo el mundo vaya a la universidad, porque mucha gente se gradúa en áreas que pueden ser fácilmente automatizadas”.



APEC CEO SUMMIT



CERET

“Si yo fuera *retail*, estaría preocupado”.

A RAÍZ DE LA VENTA A UBER:

## El caso Cornershop y los retos que impone la digitalización para el *retail*

El investigador del Centro de Estudios del Retail de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, Claudio Pizarro, ve la adquisición de la *startup* chilena por parte de Uber como una jugada estratégica. “Esto debiera traer más movimientos a futuro en el largo plazo, donde el *retail*, ya sea por plataformas propias o de terceros, pueda ser parte de un ecosistema”. **MAGDALENA OVALLE V.**

Tras el fallido intento de Walmart por adquirir Cornershop, la semana pasada se dio a conocer la noticia de que la plataforma estadounidense Uber compraría el 51% de la aplicación chilena, acuerdo que se sellaría en 2020. El servicio de compras de supermercado y tiendas a domicilio se sumaría a los servicios de transporte y comida que ofrece Uber. Para Claudio Pizarro, investigador del Centro de Estudios del Retail (Ceret), de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, este suceso va a tener efectos en el entorno del comercio. “Así como Walmart fue por Cornershop y no funcionó, la movida de Uber va en la misma dirección, aunque desde otra arista. En el primer caso venía del *retail*, y ahora viene de plataformas digitales que operan entre este y el consumidor final. Lo que está haciendo Uber ahora es agregar nuevas categorías o nuevas transacciones. Es más o menos evidente que el *retail* debiera formar parte de ecosistemas, así lo vio Walmart. Debiera haber ciertas respuestas del sector con respecto a quién va a controlar el ecosistema, una plataforma de terceros o una de adentro del rubro”, señala Pizarro.

—¿Cómo afecta esta compra el panorama de los inversionistas?

“Chile no está del todo desarrollado en lo que podríamos llamar el capital de riesgo, y en este tipo de casos aislados, donde hay valorizaciones que acorde a la información que ha surgido son de montos aproximados a los US\$ 500 millones, por supuesto que debieran ser un tremendo incentivo con respecto a inversionistas, no obstante los riesgos que están en juego. Esto debiera traer más movimientos a futuro en el largo plazo, donde el *retail*, sin importar el dueño de la plataforma, pueda ser parte de un ecosistema que le permita gravitar más”.

—¿Cómo influye esto sobre la lógica del *retail* tradicional?

“Si yo fuera *retail*, estaría preocupado. Antes los negocios tenían a sus clientes, programas de fidelización y promociones. Hoy, un flujo grande de clientes está llegando por otras plata-

formas externas. Ahí es donde hay que preguntarse si hay que crear una plataforma propia o bien relacionarse con una de terceros, pero donde se tenga un mayor poder negociador. Las plataformas digitales tienen una capacidad de crear, entregar y capturar valor muy grande. El turismo es un muy buen ejemplo, donde los parámetros de Booking.com tienen un poder enorme sobre los hoteles. Las empresas con legado, las que conocemos desde siempre, están experimentando cambios al intentar combinar y conectar su plano físico con su plano digital. El que no entienda eso va a quedar muy fuera de la cancha competitiva, porque hoy en día toda actividad física tiene su expresión en lo digital y la competencia está a un ícono en tu teléfono de distancia”.

—¿Cree que la compra de Cornershop acelerará la industria?

“Pienso que se va a acelerar, es muy difícil que no pase. La discusión se está moviendo a cómo evolucionamos de manera rápida para no quedarse atrás. Visualizo menos dudas y más ganas de hacer cosas”.

—¿Cuál puede ser el siguiente cambio para la industria del *retail*?

“Lo que viene ahora es la formulación de *road maps* dentro de las organizaciones. Pero también en una lógica más conectada con metodologías ágiles. Más bien ir probando en tiempos cortos y a partir de eso ir experimentando con ideas nuevas, para ver qué funciona y qué no. Debemos ser más ágiles y movernos mucho más rápido. Estamos en un escenario tremendamente incierto, acelerado y que exige cada vez más sostenibilidad económica, ambiental y social. Nunca las compañías se habían enfrentado a un escenario de estas características, por lo tanto al interior de las compañías no están las capacidades desarrolladas, estamos partiendo de cero. Las empresas que son nativas digitales tienen una ventaja porque se han desarrollado así, pero también tienen que integrarse con el mundo físico. Por ejemplo, el problema con Uber y la legislación es justamente porque como mercado no estábamos preparados para este escenario”.

ALBA LLEVA DOS AÑOS:

App chilena de niñeras levanta US\$ 1 millón y llega a México

La plataforma cuenta con más de 30 mil familias inscritas y sobre cinco mil babysitters. Los planes son instalarse en Ciudad de México o Guadalajara, para luego crecer a otros países de la región.

MARISA COMINETTI

Primero fue por necesidad. Segundo por su potencial. Ambos factores fueron el impulso que llevó a Dan Stern y Tesi del Sante a crear y lanzar en 2017 Alba, una aplicación móvil que conecta a padres con *babysitters* (niñeras). Y desde esa fecha hasta ahora, los avances de la plataforma han sido constantes, tanto que entre fines de 2018 y principios de 2019 estuvieron en el programa de aceleración de 500 Startups, uno de los más importante del mundo.

“El proceso de aceleración tiene como objetivo hacer crecer mucho tu empresa en un período muy corto de tiempo. Además de invertir US\$ 150 mil, todo parte con lo que llaman el ‘Hellweek’, donde te enseñan cómo escalar. Luego, tienes reuniones semanales con socios y mentores para enfrentar los nuevos desafíos. Finalmente, terminas en un ‘Demo Day’, donde le presentas a más de 500 inversionistas en San Francisco tu *startup* con el fin de levantar fondos”, señala Stern, quien precisamente se fue a vivir a San Francisco para estar cerca de los inversionistas y así lograr mejores conexiones.

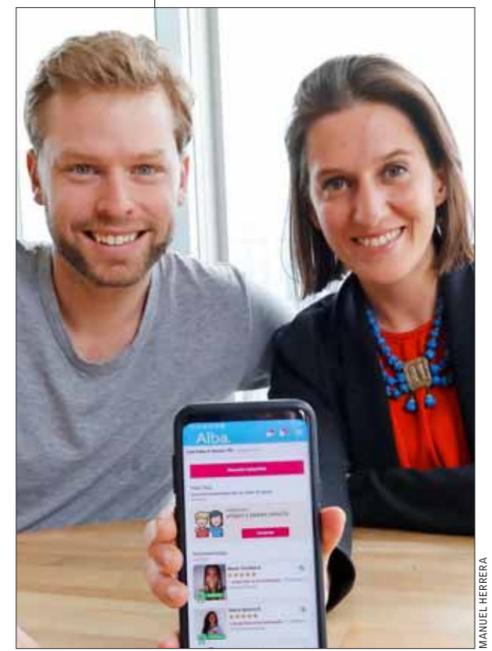
Los resultados no tardaron en llegar y hace unos meses cerraron una ronda de inversión donde levantaron capital por US\$ 1 millón, con inversionistas de Silicon Valley, San Francisco, Miami, Boston y Chile.

Con estos recursos, Stern y Del Sante pusieron el pie en el acelerador para concretar la internacionalización de la plataforma, que cuenta con más de 30 mil familias registradas y sobre cinco mil *babysitters*. Con esa meta en mente, realizaron pilotos de prueba en México y Argentina, y los planes son iniciar operaciones formales en el país azteca a principios de 2020, señala el emprendedor, quien agrega que aún están evaluando si se instalan en Ciudad de México o Guadalajara, siendo la primera opción la más probable.

“El objetivo es escalar Alba por toda la región y luego expandirse a otros servicios de cuidado. México es el primer salto, pero luego vendrán más países. Cada entrada la haremos de forma directa, con equipo propio, es decir, una mezcla de equipo local y chileno”, añade.

La expansión al exterior junto al crecimiento en Chile, los lleva a estimar una facturación de US\$ 1 millón el próximo año. En 2019 cerrarán con ingresos por US\$ 350 mil, más de cuatro veces lo logrado en 2018.

Los planes de crecimiento de Dan Stern y Tesi del Sante para Alba también consideran entrar a otros servicios de cuidado.



MANUEL HERRERA

Cada jueves, la innovación toma cuerpo en El Mercurio



CAJA  
LOS ANDES  
SOMOS CChC



EL MERCURIO

IG·neous  
Innovación y Gestión

