

# **“No basta que las empresas usen la IA, deben saber para qué la utilizan si quieren marcar la diferencia”**

Gabriel Alzate, CEO de GAT Digital, nos explica en la siguiente entrevista para **“La Cámara”**, por qué usar la IA con propósito es clave para diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo. Esto en el marco de su participación en la inauguración de la Semana de la Innovación 2025, que organiza el **Concytec** y la Cámara de Comercio de Lima (CCL), a través de su Centro de Innovación, en la que participó con su exposición: **“HumanIA, la sinergia del futuro”**.

## **A nivel del uso de la IA en las empresas peruanas, ¿cómo consideras que estamos?**

No tengo mucho conocimiento en el caso del Perú, pero a nivel de Latinoamérica, algunos países están más avanzados que otros. Lo que sí nos falta mucho es entender esta tecnología más que usarla y cómo la podemos llevar a las empresas. Hay que trabajar en tres frentes.

## **¿Cuáles son los frentes en los que las empresas deben trabajar con la IA?**

Son tres grandes frentes, primero como herramientas de gestión para la productividad y el talento, como en el caso del ChatGPT, **Copilot**, que nos ayudan a ser más eficientes en nuestra labor. Segundo, en la eficiencia, que hace que las

empresas sean más eficientes, a través de la robotización de los procesos, de agentes de IA para la atención al cliente; y tercero, que es la que más me gusta, la diferenciación del valor de la compañía, es decir como usamos la IA para que el producto o servicio logre diferenciarse en el mercado.

**El hecho de que una empresa no cuente con tanto presupuesto para apostar por la IA, como en el caso de las medianas y pequeñas (pymes), ¿es un limitante?**

No, es un limitante. En el modelo estratégico que yo planteo, hay una parte que es entender bien las tecnologías, saber la data que tenemos y cuál es la estrategia y la innovación que ha de hacerse. Para todo esto, no es necesario contratar a nadie. Luego, recién después, entra el tema del desarrollo tecnológico. Mínimo, tienen que tener los KPI (indicadores de rendimiento), saber si eso va a funcionar o no, y ello no implica gasto. El problema es que las empresas quieren empezar comprando tecnología y ahí es cuando cometen los errores, ya que no solo es adquirirla, es entender primero qué es lo que quieren, la estrategia.

**“ EN EL MUNDO DE LA IA, QUIENES SE  
ADAPTEN NO SOLO SOBREVIVIRÁN  
SINO QUE LIDERARÁN ”**

## ¿Qué debe hacerse para fomentar el uso y la comprensión del objetivo de usar la IA en las pymes?

Necesitamos más formación, más consciencia de los empresarios de que el mundo cambió. El problema es que no nos hemos dado cuenta de que el cambio ha sido drástico. Hace falta una visión empresarial, que entienda qué hay que empezar a actuar. Es muy bueno que estén usando las herramientas las empresas, pero hay que preguntarnos: ¿qué se está haciendo con la IA dentro de estas para que sus productos o servicios se vuelvan diferentes en el mercado?



“Semana de la Innovación 2025”.

**LEA TAMBIÉN:** 10 usos de la inteligencia artificial que facilitan la vida diaria

## **¿La principal traba de las empresas para valorar el papel de la IA es la mental?**

Por supuesto, debe haber un cambio de mentalidad; si no lo hacen, es muy complejo que puedan seguir avanzando.

## **¿Las empresas que no valoren la IA, se quedarán atrás?**

Claro, es como todas las tecnologías. Hablamos de transformación digital, desde el 2010 y siempre lo han tomado como un tema de moda, pero nos estamos transformando y cada vez más la inteligencia artificial va a transformar todo. Hay que saber que una compañía que use IA frente a otra que no, tendrá la ventaja de que puede optimizar más, por ejemplo, sus precios y por ende le van a comprar mucho. Lo que deben entender las empresas es que los cambios que se vienen son muy grandes.

## **¿Es rentable invertir en IA?**

Muy rentable para todo lo se invierte. Por eso, las empresas siempre deben tener un indicador que les indicara lo que reciben por lo que están haciendo.

## **En cuanto a los ejecutivos y su apuesta por la IA, ¿cuál es su opinión?**

Al ejecutivo se le debe formar más, se le están creando unas habilidades muy superficiales y tienen que empezar a entender que estas deben entenderse. Los ejecutivos no tienen que saber que es un RPA (Automatización Robótica de Procesos) pero deben

entender cómo funciona la IA, porque eso lo van a llevar y transmitir a su equipo de trabajo.

## **Con el uso óptimo de la IA, ¿habrá un mejor manejo del tiempo para las empresas?**

Va a cambiar la mentalidad. Si el trabajador es capaz de hacer su trabajo en cinco horas y luego quiere hacer un emprendimiento, se lo pueden permitir, siempre y cuando responda bien en el trabajo. Es el gran cambio. Antes se creía que, si no se trabaja ocho horas, no se hace nada. Es ver la productividad y el resultado que se le entrega a la compañía.

## **A nivel de las autoridades y el Gobierno, ¿cuál debe ser su papel con respecto a la IA y su uso en las empresas?**

Desafortunadamente, es una tecnología en la que la regulación es muy difícil. Creo, más bien, que las autoridades deben dar todo el apoyo necesario, sobre todo a las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en el tema de capacitación, invertir, más a menudo, en eventos como este ("**Semana de la Innovación 2025**"), para que estas entiendan lo que está pasando. Muchas veces estas empresas no tienen el dinero para capacitarse, como se da en el caso de las grandes corporaciones.

## **¿Qué mensaje les daría a las empresas que**

## aún no se animan a usar la IA?

Más que conocer las herramientas, que conozcan que es la IA y realicen una estrategia, mediante la cual definan qué es lo que quieren hacer. Pero eso sí, deben estudiarla muy bien y luego definir los indicadores para tener claro lo que van a ganar. Si usan la IA sin saber para qué lo hacen, seguramente va a ser un gasto ineficiente.

“ LA MENTALIDAD DE CAMBIO  
**TRANSFORMA LA TECNOLOGÍA**  
EN **OPORTUNIDAD** ”

## INSIGHTS A DESTACAR DE “HUMANIA, LA SINERGIA DEL FUTURO”.



> **MITO A DERRIBAR.** “La tecnología abre brecha en las relaciones”. Para Gabriel Alzate, al contrario, nos acerca más, por ejemplo, a través de las videollamadas, grupos de WhatsApp, entre otras herramientas, a través de las cuales las personas se pueden conectar con los que no ven hace años o por la distancia.

> **LOS HUMANOS SON SERES INMORTALES CON LA INMORTALIDAD DIGITAL.** Esto debido que seguiremos vivos en la nube, ya que se preservará la existencia de una persona en el mundo virtual incluso después de su muerte física. Esto mediante el almacenamiento de fotografías, videos, etc.



> **EL MUNDO NO SERÁ IGUAL, PORQUE TENDREMOS TIEMPO DE SOBRA.** Esto al optimizar la IA las tareas y procesos, y brindarnos tiempo para las cosas más importantes.

> **EN CINCO AÑOS, LO QUE HACEMOS HOY EN UN MES, SE HARÁ EN UNA SEMANA O MENOS TIEMPO.** Esto por la optimización de los procesos y tareas.



> **LA HIPERPERSONALIZACIÓN EN EL MARKETING.** Permitirá acercarse cada vez más a las demandas de los consumidores de manera más efectiva.

### LEA MÁS:

El futuro de la inteligencia artificial en la medicina y la salud

De padres a hijos: cómo las empresas familiares en Perú enfrentan el desafío del relevo generacional

CCL: El 81,3 % del empleo en Mipymes es informal y limita productividad en Perú