

“La transformación digital y la Inteligencia Artificial son fundamentales para sobrevivir”

La **transformación digital** ofrece un sinnúmero de oportunidades a las empresas de todos los tamaños y de diversos rubros económicos, dándoles mayores **capacidades de producción** y una mejor posición frente a su competencia ante entornos críticos y desafiantes que experimenta el mundo de hoy.

Lee también: La transformación digital, una prioridad estratégica para el país

Nicolás Uribe (Colombia), *past chair* de la Federación Mundial de Cámaras (WCF, por sus siglas en inglés), resaltó que la transformación digital es un elemento fundamental de sobrevivencia para las empresas frente a un escenario mundial de inestabilidad.

Así lo señaló durante su presentación en el foro **‘Sostenibilidad y digitalización: La base para la rentabilidad de las empresas del futuro’**, realizado en la Cámara de Comercio de Lima (CCL), en el marco de la 50.^a Asamblea General de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO).

“La transformación digital tiene un propósito evidente que es el de construir una ventaja competitiva en las empresas. Además, brinda elementos esenciales en la cultura de una organización con el fin de desarrollar mejores habilidades y capacidades en sus operaciones”, sostuvo el especialista, quien acotó que la tecnología está siempre al servicio del

sector empresarial.

Asimismo, Uribe explicó que la transformación digital busca potencializar la experiencia con el cliente, tendencia significativa que se basa en la recopilación y análisis de datos; y en la generación de contenidos en diferentes formatos. También, destacó que estas acciones tecnológicas incrementan la productividad y reducen los costos de funcionamiento de las empresas.

«La transformación digital no es simplemente para competir, sino es un elemento fundamental para sobrevivir en torno a un mundo cambiante. Aquellas empresas que no implementan este proceso tendrán un problema serio con sus competidores, ya que hoy se necesita producir más con menos y mejorar la experiencia del servicio al cliente», resaltó el expresidente de la WCF.

Transformación digital de las pymes

En relación al proceso de sostenibilidad y digitalización de los negocios, el experto indicó que hoy se busca romper el mito de que solo las empresas grandes pueden implementar planes de **transformación digital**.

“Algunos creen que las pequeñas y medianas empresas (pymes) no tienen ninguna posibilidad real para construir este proceso, sin embargo, esto no es cierto, ya que un negocio más pequeño puede adaptar más rápido su cultura organizacional, liderazgo y gestión de talento”, enfatizó.

Al mismo tiempo de su proceso de transformación digital, Uribe dijo que una pyme puede adaptar su negocio a las nuevas tecnologías más fácilmente en cuanto a las aplicaciones de analítica de datos e inteligencia artificial, lo cual puede ser más complejo para las empresas grandes.

“Estas herramientas relacionadas con la inteligencia artificial nos ayudan a ser más productivos”, acotó.

Agregó que la inteligencia artificial integra de una manera más ágil y rápida diferentes canales para atender a los clientes. No obstante, la **seguridad de los datos** hoy es de vital importancia, ya que podrían exponerse a hackeos y robo de información.



ChatGPT: una herramienta que democratiza la IA

Una de las herramientas tecnológicas que está revolucionando el mercado global es el **ChatGPT**, desarrollado por **OpenAI** durante el 2022. Esta aplicación es cada vez más adoptada por las empresas con el propósito de elaborar estrategias comerciales y de crecimiento para sus negocios.

En ese sentido, Uribe comentó que esta herramienta tecnológica está al alcance de todo el sector empresarial y otorga posibilidades de optimizar y automatizar los procesos de

negocios de las empresas.

“El ChatGPT nos permite construir un asistente personal a través del lenguaje y cuenta con cerca de 175 mil millones de datos al servicio de lo que estamos haciendo. Además, nos permite realizar investigación”.

Del mismo modo, el experto sostiene que el **ChatGPT** está democratizando el acceso de la inteligencia artificial al servicio de otros empresarios. También, esta tecnología cuenta con una versión pagada de 20 dólares que permite, entre otras funciones, comunicar e interpretar información a través de imágenes.

“Esta herramienta también te permite asociar palabras y construir respuestas a partir del lenguaje natural que es el que la mayoría de las personas utilizamos”, añadió.

Lee también: ¿Cuáles son las ventajas de utilizar ChatGPT?

Déficit de profesionales tecnológicos

En el bloque sobre el **‘Rol de las cámaras de comercio en la sostenibilidad y digitalización de las empresas’** Nicoletta Favaretto, senior project officer de Eurochambres, sostuvo que la digitalización y la inteligencia artificial generan un sinfín de oportunidades para las empresas en general, aunque advirtió que en el mercado aún falta mucha mano de obra calificada en estos servicios necesarios para las organizaciones.

“Además de la falta de recursos profesionales para adaptar estas herramientas tecnológicas se tiene que trabajar también en la legislación de propiedad intelectual, infraestructura

de conectividad y en energías renovables. Para ello, a través de Eurochambres, estamos capacitando a las empresas para apoyarlos en estos procesos”, comentó Favaretto.

En tanto, **Xavier Urios Huigens**, gerente general de la Cámara Oficial de Comercio de España en el Perú, comentó que su institución viene promoviendo el otorgamiento de certificados de **firma digital y de identidad digital** a las organizaciones, a fin de aligerar los procesos de las empresas con documentos electrónicos.

“Es importante que hoy las organizaciones otorguen más confianza a sus clientes con estas acciones de digitalización”, acotó Urios Huigens en su presentación sobre «Soporte de las cámaras de comercio para implantar procesos sostenibles y digitales en las empresas», durante el foro de AICO realizado en la Cámara de Comercio de Lima (CCL).



Del papel a lo digital

Durante el foro, también se abordó el tema de **'Digitalización en el comercio internacional'** y, al respecto, el director institucional de la CCL, **Carlos Posada**, señaló que el gremio empresarial viene trabajando de la mano con países y con cámaras internacionales para levantar información sobre las tendencias en digitalización en materia de comercio exterior. Además, recalcó lo importante que es manejar el mismo lenguaje para avanzar hacia un mismo objetivo.

“La digitalización te permite interactuar entre diversos elementos que giran en torno al comercio exterior. No habría posibilidad de imaginar una digitalización en donde los componentes directamente relacionados tuvieran códigos distintos”, señaló.

Asimismo, Posada destacó que la **digitalización** es parte de los pilares fundamentales con los que la CCL quiere contribuir con el desarrollo del país. “Por una instrucción bastante clara de la presidenta de la CCL, Rosa Bueno, empezamos a buscar elementos que podríamos desarrollar en el Perú. Dentro de la

agenda 2023-2024 de la CCL se ubica la digitalización como parte del desarrollo de las políticas públicas de la institución”, precisó.

Lee también: La importancia de la digitalización en la logística internacional

Frente a ello, Carlos Posada comentó las propuestas que tiene la CCL sobre la **digitalización en el comercio exterior** y la situación actual en el Perú.

BL Electrónico

Un avance de la incorporación de las nuevas tecnologías en el comercio exterior es la del BL Electrónico (*Bill of Lading*). Este es un documento que se utiliza para el transporte marítimo y tiene como función dar testimonio de la entrega de las mercancías a bordo del buque; además, sirve como prueba del contrato de transporte; y, finalmente, constituye un medio para transferir a la otra parte los derechos sobre las mercancías en tránsito, transmitiéndole el documento en **papel**.



50

Al respecto, Posada comentó las limitaciones que hay en el Perú para la implementación del **BL Electrónico**. “Aún no puede ser implementado en el país. No podemos visualizar un desarrollo a nivel mundial en el comercio exterior, en donde el documento principal de respaldo del transporte marítimo sigue siendo el papel”, anotó.

Implementación del Port Community System (PCS) a nivel nacional

Por otro lado, el vocero de la CCL mencionó que el **sector portuario peruano** aún requiere de plataformas tecnológicas de comunicación. Explicó que para ser más eficientes es preciso adoptar el *Port Community System* (PCS), mejor conocido como **Sistemas de Comunidad Portuaria**.

Esta plataforma tecnológica permite intercambiar información de manera segura y rápida entre todos los actores del sector portuario, sean instituciones públicas o privadas, así como empresas relacionadas con el **comercio exterior**.

“El PCS engloba prácticamente a todos los actores de la cadena logística y de comercio exterior en una plataforma como Perú. Podríamos agilizar procesos, intercambiar información de manera segura, tomar decisiones en mucho menor tiempo y que esto nos permita balancear intereses”, indicó.

En esa misma línea, el presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, **Ángel Asencio**, manifestó que la digitalización contribuye a la sostenibilidad, da más fiabilidad, más seguridad y mayor rapidez.

“Cuántas veces hemos visto que ha llegado el barco con la mercancía y todavía no ha llegado la documentación. Incluso, hay que buscarla. Los beneficios son mucho mayores que los riesgos. Lo digo por aquello de que los riesgos nos den miedo y haga que muchas iniciativas no lleguen a comenzar”, señaló.



Por otra parte, Asencio remarcó que es fundamental invertir en la formación y capacitación del **talento humano** como un componente esencial para el crecimiento y éxito de cualquier compañía.

“Si vamos a digitalizar la empresa, pero no tenemos el talento adecuado para ello, evidentemente volvemos a lo mismo. La gestión del talento, la formación continua, es fundamental. El capital humano tiene que estar formado y adaptado”, aseveró.

Lee también: Conoce los avances en digitalización del comercio exterior peruano

Digitalización del comercio: instrumento de inclusión y reducción de la pobreza

“La digitalización es un motor fundamental en el desarrollo

de la humanidad y, en las últimas décadas, ha demostrado ser capaz de sacar de la pobreza a cerca de 1 000 millones de personas. Ha logrado reducir en 2/3 la proporción mundial de personas que viven en extrema pobreza y ha cogido a cientos de millones en la clase media. Uno de los grandes desafíos que percibimos, en el actual contexto, es cómo poder restaurar y potenciar el comercio como ese potente instrumento de inclusión y reducción de la pobreza”, afirmó la presidenta de la International Chamber of Commerce (ICC), **María Fernanda Garza**, durante su presentación en la **Asamblea General de AICO** que reunió a delegaciones de 21 países en la Cámara de Comercio de Lima.



Asimismo, Garza detalló que en la ICC vienen brindando recursos para aplicar la transformación digital y dejar el papel, ya que no resulta beneficioso para las empresas al incrementar costos, no ser totalmente transparente y retardar los procesos.

“En la ICC estamos enfocando gran parte de nuestros esfuerzos en la digitalización de los procesos comerciales. Un ejemplo revelador: alrededor del 99% de los conocimientos de embarque

que se presentan hoy en día están en formatos de papel. Estos procesos basados en papel no solamente son anacrónicos, sino que incrementan de manera significativa el costo y la complejidad de las transacciones, especialmente para las pequeñas empresas”, puntualizó.

LEER MÁS:

Seis ventajas de la digitalización de documentos para las empresas