

ALLVP

Estado de la IA.

América Latina 2023

Reporte de investigación de ALLVP

Presentando el Estado de la IA en América Latina

IA

ha surgido como una fuerza transformadora a nivel mundial, con el potencial de revolucionar industrias y generar impactos tangibles en diversos sectores. Sin embargo, América Latina aún carece de un recurso integral que fomente conversaciones de alto nivel sobre el estado de la IA en la región y su potencial de crecimiento e innovación.

En respuesta a esta brecha, ALLVP se complace en presentar el informe Estado de la IA en América Latina. Nuestro equipo de investigación encuestó a una amplia gama de actores, recopiló diligentemente las últimas investigaciones en el campo y llevó a cabo conversaciones en profundidad con expertos. El resultado es una visión panorámica de las tendencias de la IA, casos de uso y potencial en la región.

A medida que navegamos por un panorama en constante evolución, permitan que este informe sirva como una guía vital para entusiastas, innovadores, líderes empresariales e inversores, a fin de comprender y aprovechar el poder de la IA en América Latina.

Jimena Pardo & Federico Antoni

Agenda

01 Introducción a la IA: explorando la revolución

02 Startups: liderando el avance

03 Corporativos: explorando el potencial de la IA

04 Capital de riesgo: Integrando IA en el proceso de inversión

ALLVP es la principal empresa de capital de riesgo en etapa inicial en México, ayudando a los emprendedores a triunfar en América Latina.

ALLVP tiene la misión de apoyar e invertir en founders extraordinarios que estén resolviendo las mayores problemáticas de la región.

Con un enfoque boutique, se diferencia al ser el fondo de capital de riesgo más selectivo y de mayor valor agregado con las empresas que se asocia. ALLVP invierte en la próxima generación de grandes startups que reinventan las ciudades, el comercio, el capital humano y los servicios financieros de América Latina.

ALLVP ha dado a sus inversionistas los mejores retornos realizados de la región regresando un DPI de 3.3x y un TVPI de 4.4x en su Fondo II impulsado por su salida en Cornershop, siendo una de las más exitosas en Latino América.

La firma es liderada por un equipo único y complementario en la región; Jimena Pardo es ex emprendedora en Carrot y líder de Producto en Facebook, y Federico Antoni es socio fundador de la firma, desarrollador del ecosistema emprendedor mexicano con gran experiencia operativa y profesor en la escuela de negocios de Stanford.

Agradecimientos

Presentado por



Con el apoyo de



Sobre los autores

Rick Prieto, *Analista*

Jimena Pardo, *Managing Partner*

Federico Antoni, *Managing Partner*

Blanca Sañudo, *Analista Senior*

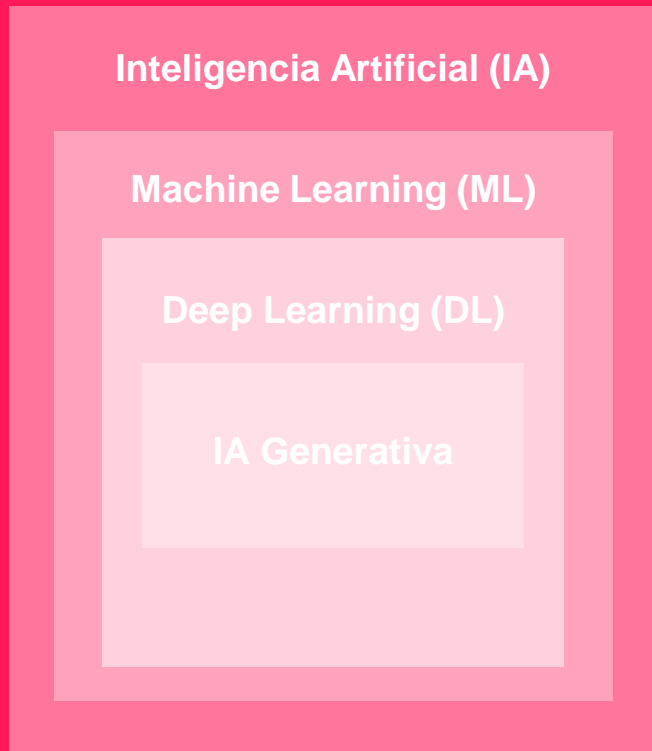
Natalia Couttolenc, *Analista Senior*

ALLVP

01 Introducción a la IA



Inteligencia Artificial, Machine Learning, Deep Learning, ¿cuál es la diferencia?



IA: Simulación de los procesos de inteligencia humana por parte de máquinas, especialmente de computadoras.

ML: Subcampo de la IA que brinda a las computadoras la capacidad de aprender sin ser programadas explícitamente.

DL: Subcampo de ML que utiliza redes neuronales artificiales para modelar y comprender patrones complejos en conjuntos de datos.

IA Generativa: Algoritmos que pueden utilizarse para crear nuevo contenido, incluyendo audio, código, imágenes, texto, simulaciones y videos.

Glosario técnico

Modelo	Algoritmo de ML que ha sido entrenado con datos y puede ser utilizado para realizar predicciones o tomar decisiones basadas en nuevos datos.
Modelo Fundacional	Modelos subyacentes que se pueden ajustar para una variedad de tareas específicas.
Procesamiento del Lenguaje Natural (NLP)	Subcampo de la IA que se enfoca en las interacciones entre computadoras y humanos a través del lenguaje natural.
Modelo de Lenguaje de Gran Escala (LLM)	Modelo de ML que ha sido entrenado en un gran corpus de datos de texto, con el objetivo de generar texto similar al humano en base a los datos de entrada que recibe.
Red Neuronal	Algoritmos que se esfuerzan en reconocer las relaciones subyacentes en un conjunto de datos a través de un proceso que imita la forma en que opera el cerebro humano.
Aprendizaje supervisado	Tipo de ML en el que un algoritmo aprende a partir de datos de entrenamiento etiquetados.
Aprendizaje sin supervisión	Tipo de ML que busca patrones no detectados previamente en un conjunto de datos sin etiquetas preexistentes y con una mínima supervisión humana

IA se ha desarrollado en tres olas, **evolucionando desde sistemas basados en reglas hacia la adaptación contextual**

01

Conocimiento artesanal (1950s – 1990s)

Bueno razonando, pero sin capacidad para aprender o generalizar

Basado en sistemas de reglas, codificando conocimiento experto

Sistemas programados a mano buscan imitar el razonamiento humano

- TurboTax
- IBM: Deep Blue

02

Auge del aprendizaje estadístico (1990s – 2010s)

Bueno aprendiendo, pero con dificultad para razonar y adaptarse

Basado en modelos estadísticos, aprendiendo de datos extensos

Sistemas automatizados impulsan un cambio de imitación a aprendizaje

- Alexa: Reconocimiento de voz
- Google: AlphaGo

03

Adaptación contextual (2020s en adelante)

Excelenta aprendiendo, razonando y adaptándose

Basado en deep learning, evoluciona a través de interacciones

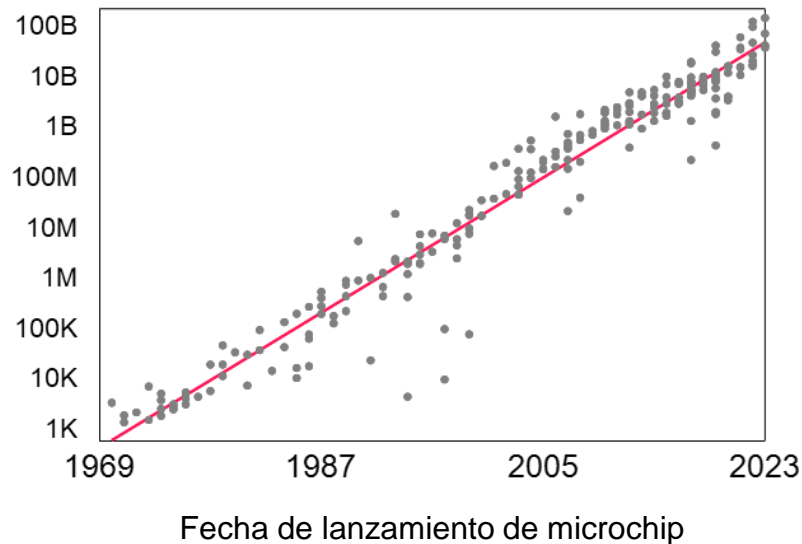
Sistemas autónomos aprenden y funcionan con supervisión limitada

- OpenAI: ChatGPT
- Waymo: carro autónomo

El progreso en el poder computacional y la disponibilidad de datos sentó las bases para la revolución de la IA

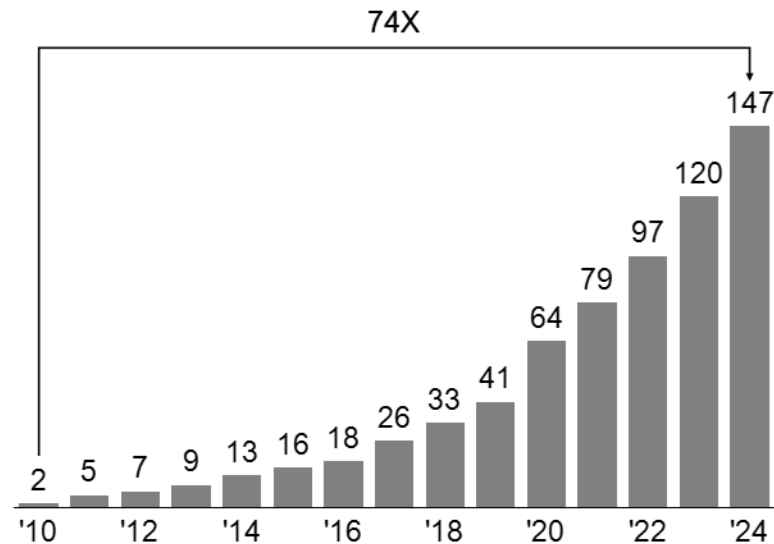
Cuenta de transistores por microchip

Escala logarítmica



Volumen de datos creados a nivel global

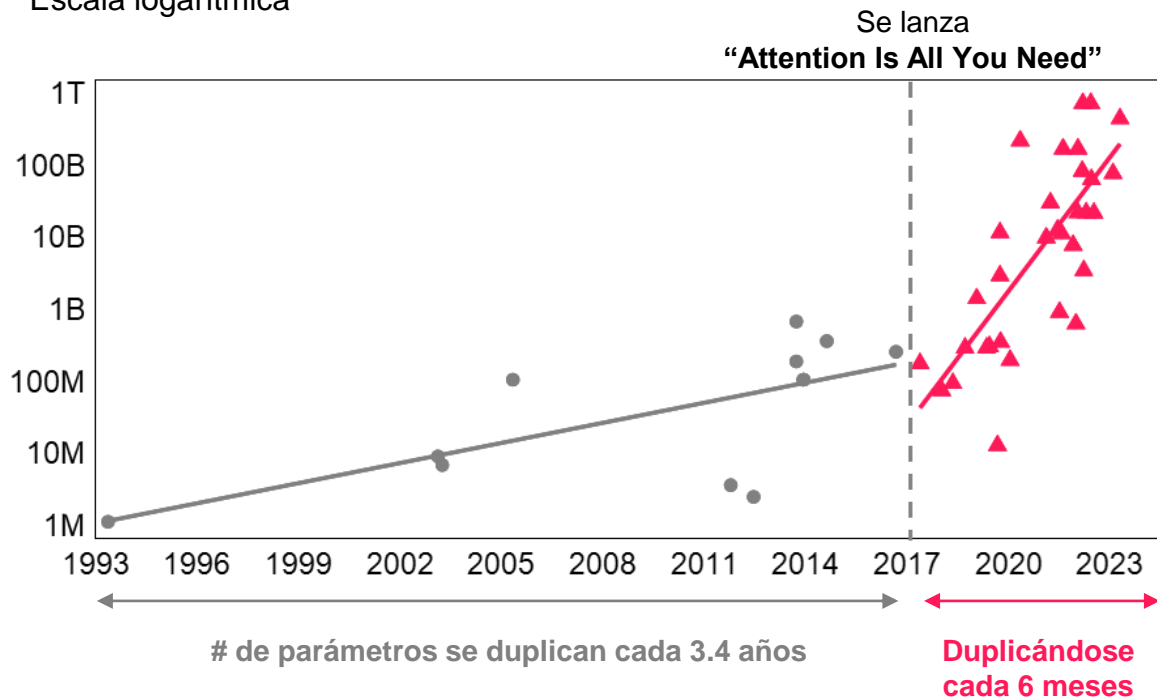
Zettabytes



Un logro de investigación crítico permitió la **aceleración hacia la tercera ola de IA**

Recuento de parámetros en modelos de lenguaje de ML

Escala logarítmica



En 2017, investigadores de Google publicaron "Attention Is All you Need" e introdujeron el concepto de "Transformers" (transformers).

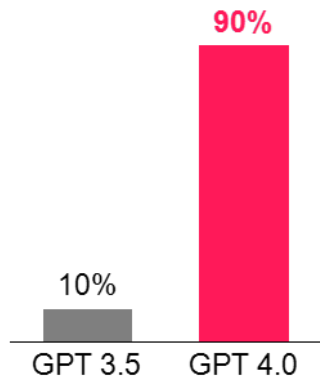
Los transformadores usan todas las palabras anteriores y su posición para hacer predicciones, lo que lleva a un proceso que es más paralelizable y más preciso.

Gracias a este aumento de la eficiencia computacional, los modelos de lenguaje han crecido exponencialmente.

Estamos en un punto de inflexión en el que **los consumidores y las empresas comienzan a descubrir el potencial de la IA**

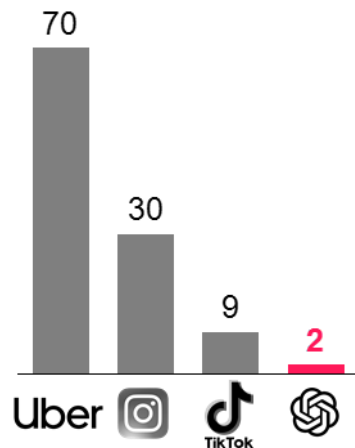
Capacidad evoluciona aceleradamente

Puntaje en examen de abogacía de EE.UU.
Percentil



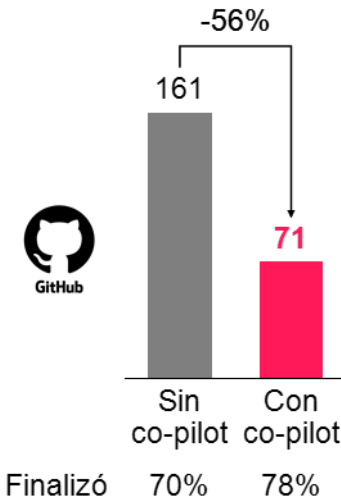
Adopción llega al mercado masivo

Tiempo para alcanzar 100M de usuarios
Meses



Empresas adoptan con resultados tangibles

Co-piloto GitHub
Minutos para completar, tasa de finalización



Big Techs invierten en IA y forman alianzas



OpenAI

Inversión: \$13B



ANTHROPIC

Inversión: \$300M



stability.ai

Alianza

ORACLE



Adept

Alianza

El stack de IA proporciona un marco para comprender la dinámica del mercado y oportunidades para capturar valor

01 Capa de aplicación

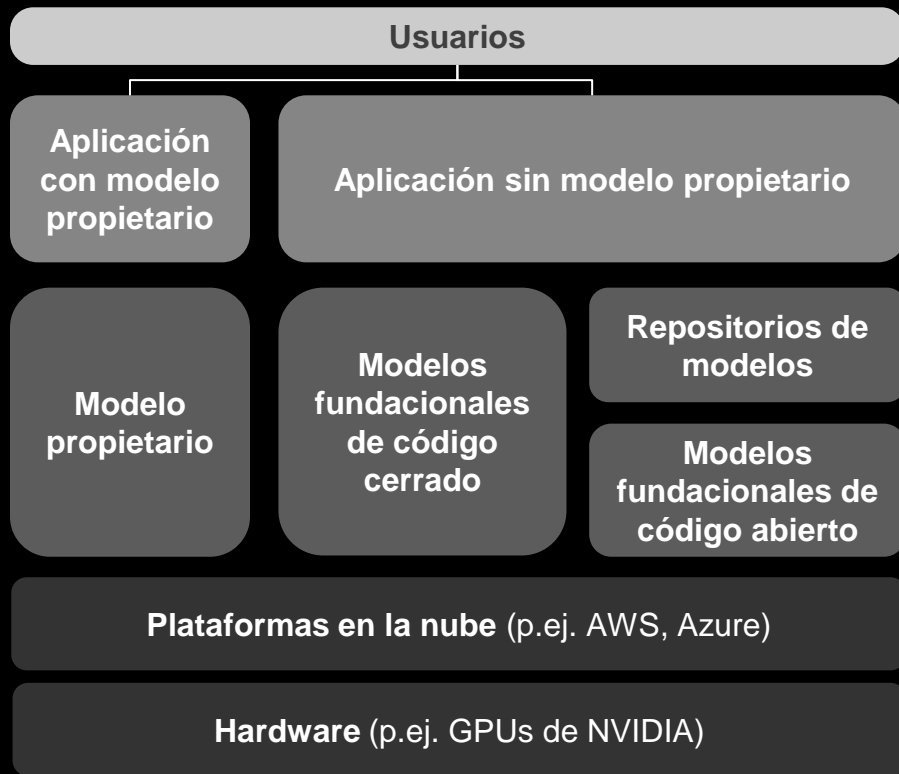
Aplicaciones que integran modelos de IA en un producto orientado al usuario, utilizando modelos propios o confiando en una API de terceros.

02 Capa de modelo

Algoritmos y modelos que procesan y aprenden a partir de datos, y que alimentan las aplicaciones de IA. Pueden ser propietarios o de código abierto.

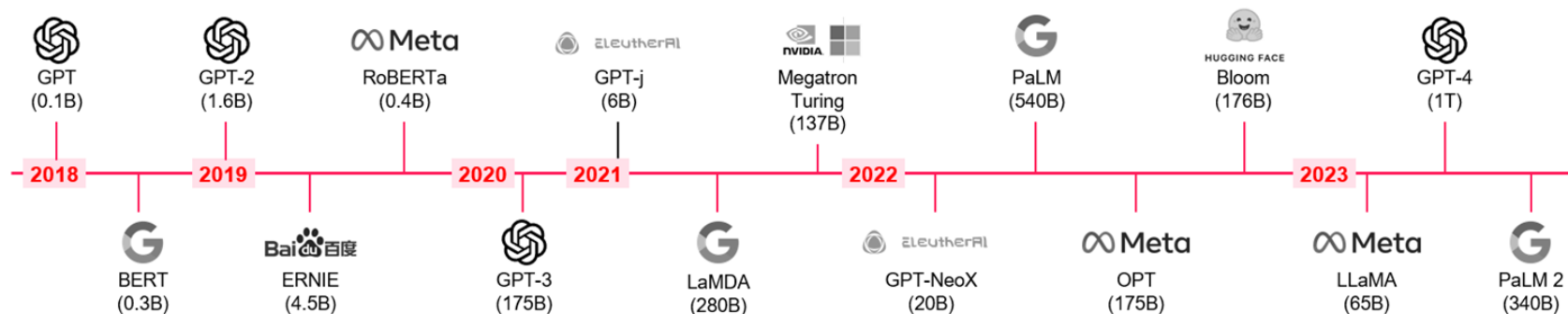
03 Capa de infraestructura

Hardware, software y computación en nube necesarios para crear, soportar y entrenar modelos de IA.

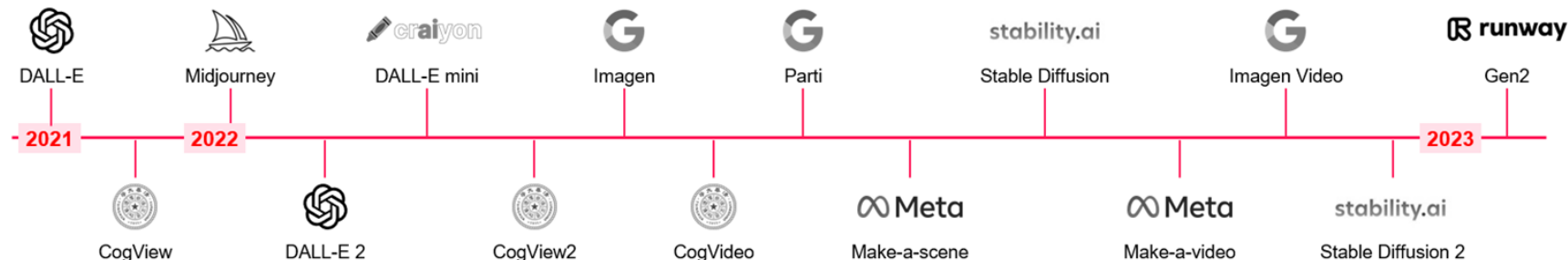


La carrera ha comenzado: varios modelos fundacionales han surgido en los últimos años y evolucionan rápidamente

Modelos de lenguaje



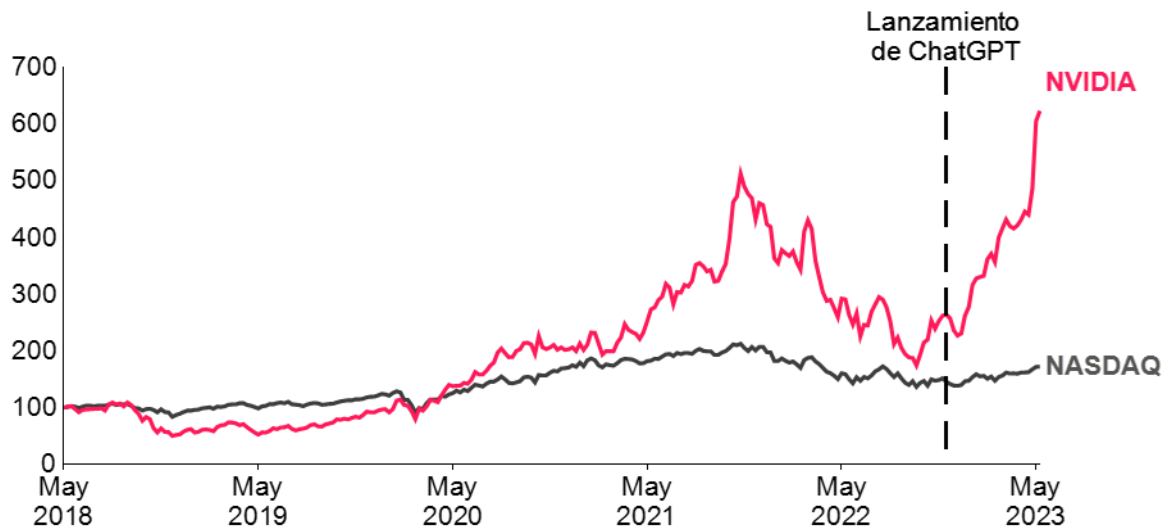
Modelos de imagen y video



La demanda de chips necesarios para sistemas de IA ayudó a **NVIDIA** a alcanzar una capitalización de mercado de \$1T

NVIDIA alcanzó una capitalización de \$1T en Mayo '23

Evolución de NVIDIA contra NASDAQ. Indexado a 100 en Mayo de 2018



NVIDIA produce GPUs, chips con capacidades de procesamiento en paralelo y alta potencia computacional crítica para entrenar modelos de IA.

NVIDIA proyectó \$ 11 billones en ventas en el siguiente trimestre, superando los pronósticos de Wall Street en más del 50%.

“Estamos aumentando nuestra oferta para satisfacer la creciente demanda”
Jensen Huang, CEO de NVIDIA

“En la era de IA, la limitación principal es la capacidad de procesamiento”
Chris Miller, autor de Guerra de Chips¹

La IA puede acelerar la creación de valor al mejorar la propuesta de valor y optimizar la eficiencia operativa

Propuesta de valor

¿Cómo pueden las empresas mejorar, personalizar y ampliar sus ofertas?

01 Investigación y desarrollo

- Mejorar o adaptar los productos existentes
- Desarrollar nuevos productos

02 Ventas y Marketing

- Afinar la segmentación de clientes
- Mejorar la generación y conversión de leads

03 Experiencia de usuario y atención al cliente

- Administrar gran volumen de consultas de clientes eficiente y automáticamente
- Adaptar interfaz en función de preferencias y comportamientos individuales

Eficiencia operativa

¿Cómo pueden las empresas construir de manera más eficiente, más rápida y más resiliente?

01 Automatización de procesos

- Automatice tareas para reducir costos, aumentar la productividad y liberar capacidad

02 Análisis predictivo

- Predecir escenarios futuros

03 Optimización de decisiones

- Analizar datos complejos para ayudar en la toma de decisiones

04 Gestión de riesgos

- Identificar patrones o anomalías que requieran medidas preventivas

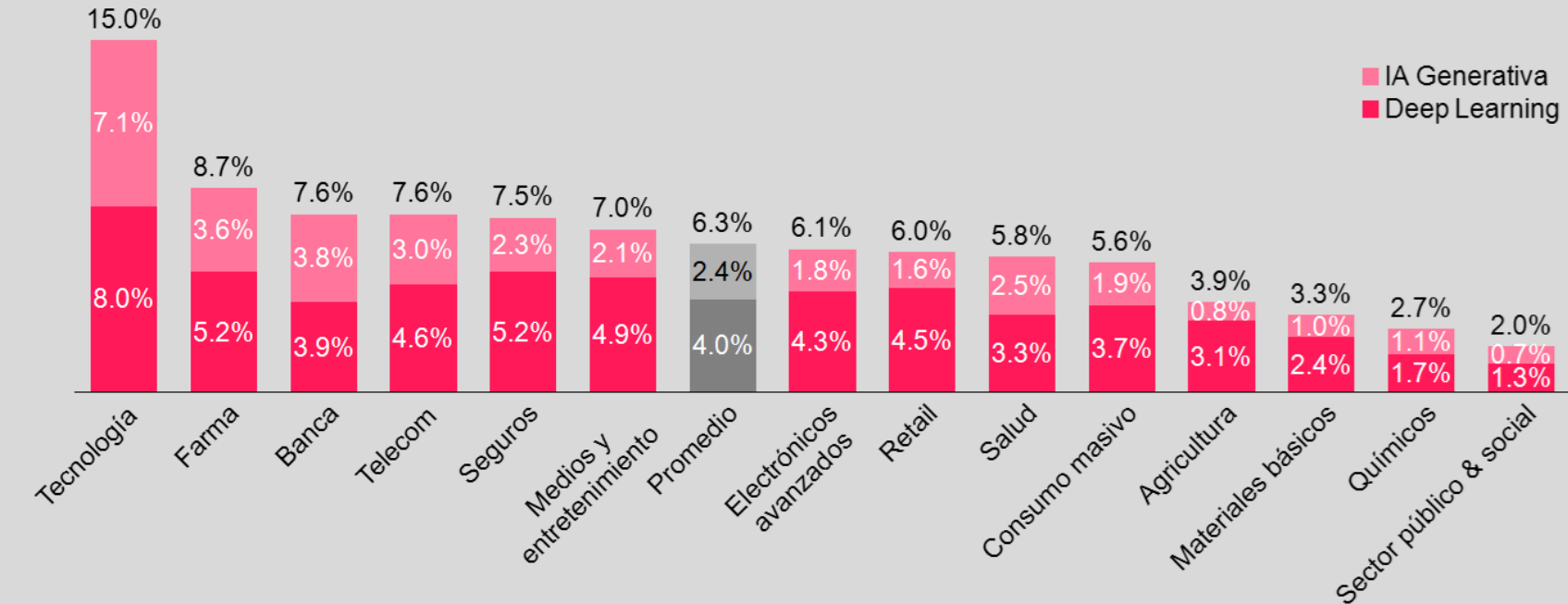
AI tiene una amplia gama de casos de uso en todas las industrias y funciones

Industria	Mejorar la propuesta de valor			Optimizar la eficiencia operativa			
	Investigación y desarrollo	Ventas y Marketing	UX y atención al cliente	Automatizar procesos	Análisis predictivo	Optimizar decisiones	Gestión de riesgos
Saludos	Investigación de medicamentos	Recomendación de medicamentos	Asistente virtual de salud	Procesamiento de facturación y reclamos	Resultados de salud del paciente	Optimización del plan de tratamiento	Cumplimiento normativo
Servicios financieros	Selección de fondos	Segmentación de clientes	Robo-asesores	Procesamiento de préstamos	Modelización del riesgo de crédito	Administración de la tesorería	Mitigación de fraude
Consumo masivo y retail	Recopilar retroalimentación	Campañas personalizadas	Asistencia de compras en línea	La gestión del inventario	Previsión de la demanda	Planificación de surtido	Detección de hurto en tiendas
Educación	Desarrollo multilinguaje	Campañas dirigidas	Rutas de aprendizaje adaptativo	Calificación automatizada	Retención de estudiantes	Programación de cursos	Prevención de trampas
Manufactura	Diseño de prototipo	Optimización de precios	Demostración de productos virtuales	Tareas repetitivas en línea industrial	Predicción de mantenimiento	Horarios de producción	Riesgos de seguridad
Tecnología	Pruebas A/B	Agrupación de clientes	Recomendaciones basadas en tendencias	Seguro de calidad	Previsión de recursos en nube	Asignación de recursos	Riesgos de ciberseguridad
Transporte y Logística	Vehículos autónomos	Optimización de las tarifas de flete	Rastreo de envío	Procesamiento de documentos	Predicción del tiempo de entrega	Planificación de la ruta	Gestión meteorológica
Telecom	Creación de planes móviles	Campañas de reducción de abandono	Manejo de consultas de clientes	Gestión de facturación	Elasticidad de precios	Despliegue de red	Detección de fraude

McKinsey estima que Deep Learning and la IA generativa pueden crear valor significativo en diferentes industrias

Potencial de creación de valor de la IA, por industria

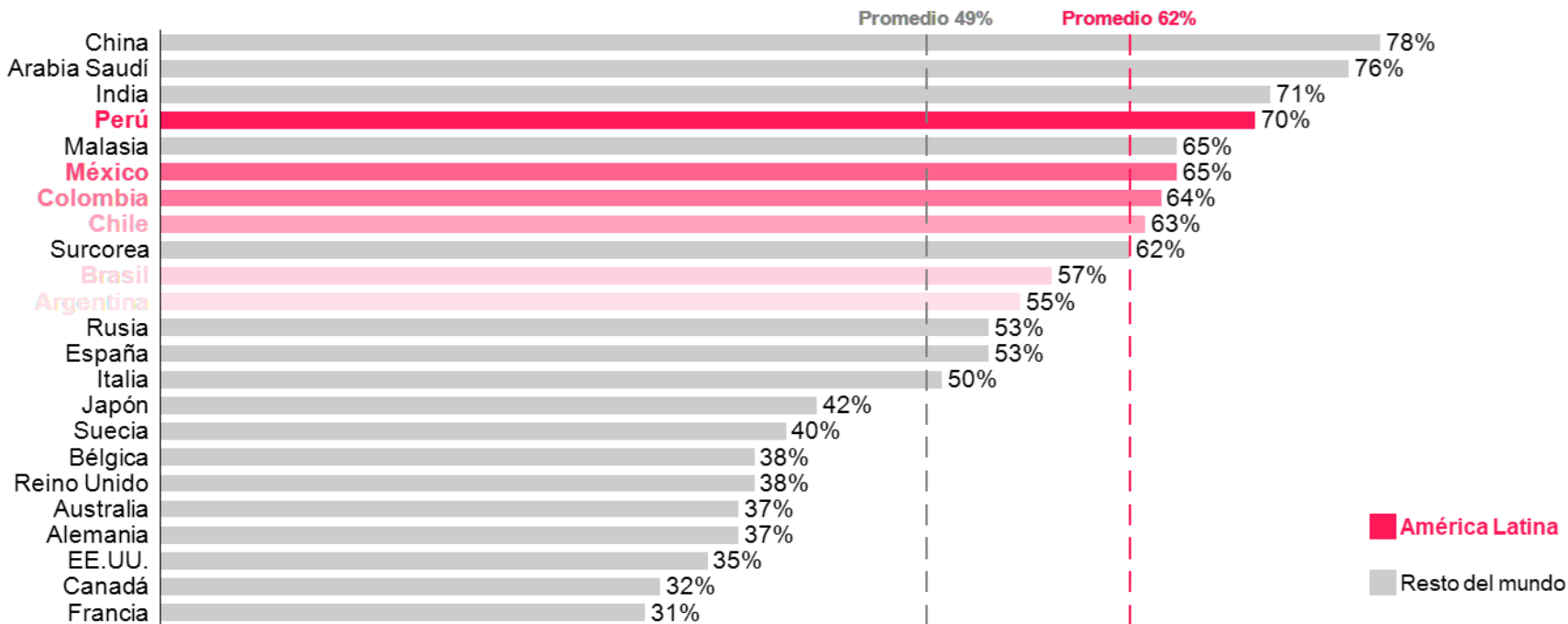
% de ventas de la industria



Los usuarios latinoamericanos están adoptando la IA con mayor entusiasmo que el resto del mundo

Encuestados de acuerdo con: "los productos y servicios que usan IA tienen más beneficios que desventajas"

% de personas que están de acuerdo, por país



**Nada en la vida debe ser temido,
solo debe ser comprendido. Ahora
es el momento de comprender más,
para que podamos temer menos.**

Marie Curie, ganadora de dos Premios Nobel

Surfeando el Tsunami de IA




Gabriel Weintraub, PhD

*The Amman Mineral Professor
of Operations, Information &
Technology en la Universidad de
Stanford*

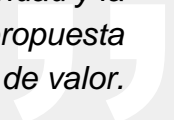
Estamos frente a un tsunami de IA, y América Latina necesita surfearlo. El ritmo al que emergen y evolucionan las tecnologías de IA presenta una oportunidad sin precedentes para la innovación y el crecimiento en la región. En medio de este torbellino tecnológico, no debemos olvidar los principios fundamentales de los negocios: abordar problemas vitales y aliviar los puntos de dolor de los usuarios. En este contexto, tanto las empresas nativas de IA como las que no lo son deben aprovechar la IA como una herramienta para crear valor mediante la optimización de la productividad y la mejora de la propuesta de valor.

La creación de valor es fundamental, al igual que la captura de valor, y la utilización del "stack de IA" puede servir como un marco conceptual útil para identificar oportunidades para capturar valor. En LatAm, desarrollar la parte inferior del stack, la infraestructura y las herramientas, puede ser un desafío. En cambio, la mayoría de las empresas se beneficiarán del cambio hacia la capa de aplicaciones, potencialmente construyendo a partir de modelos fundacionales.

Surfeando el Tsunami de IA



Tanto las empresas nativas de IA como las que no lo son deben aprovechar la IA como una herramienta para crear valor mediante la optimización de la productividad y la mejora de la propuesta de valor.



En este contexto, obtener una ventaja competitiva se puede lograr a través de recopilar datos exclusivos y mantener el control sobre las interacciones de los usuarios. Incluso podría valer la pena considerar ir un paso más allá y desarrollar un modelo fundacional adaptado a contextos únicos, superando el rendimiento de modelos genéricos.

La IA será un habilitador fundamental para aprovechar el potencial de millones de ciudadanos latinoamericanos que actualmente carecen de acceso a servicios de calidad, como educación, salud, banca y logística. Mis dos deseos para esta generación de emprendedores son continuar enfocándose en aplicaciones de alto impacto y positivas para la sociedad, y mantener la ética y los límites en primer plano.

A medida que la IA permite a esta generación experimentar más rápido y a un menor costo, espero con ansias un incremento de startups y desarrollos de IA que apunten a resolver los problemas más difíciles de América Latina. ¡Subamos a esta ola con entusiasmo!

ALLVP

02 Startups.



Startups: principales destakes



Hoy, 71% de las startups usa IA en las operaciones diarias, y el 100% espera usarla en el futuro.



Los principales casos de uso son: creación de contenido (46% de las startups), interacción con usuarios (39%) y personalización a escala (39%).



40% de startups informa estar contratando equipos para supervisar el uso de la IA.

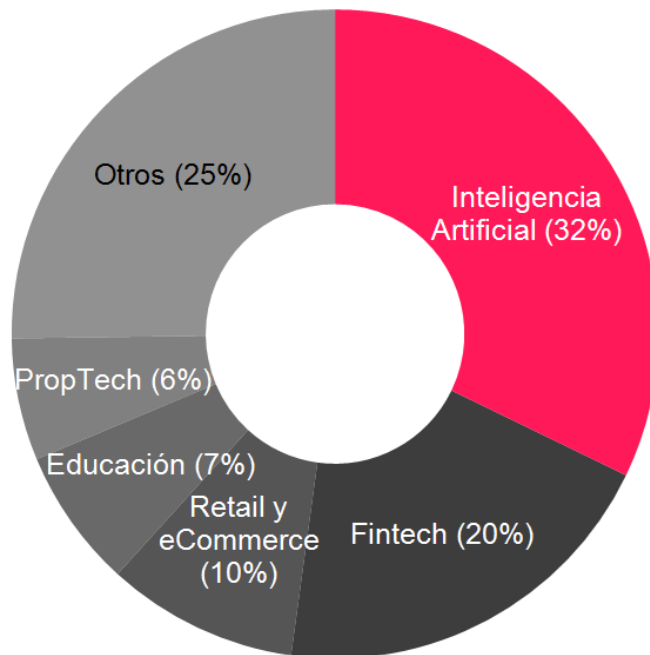


Las principales barreras para implementar IA son la falta de capacidad (mencionada por el 46% de startups) y la falta de talento técnico (38%)

Un tercio de las startups encuestadas está enfocado en IA, indicando el creciente interés entre los emprendedores

¿En qué industria se enfoca su organización?

% de startups



78%

de startups de IA son B2B, destacando la oportunidad que existe en ayudar a otras empresas a adoptar IA

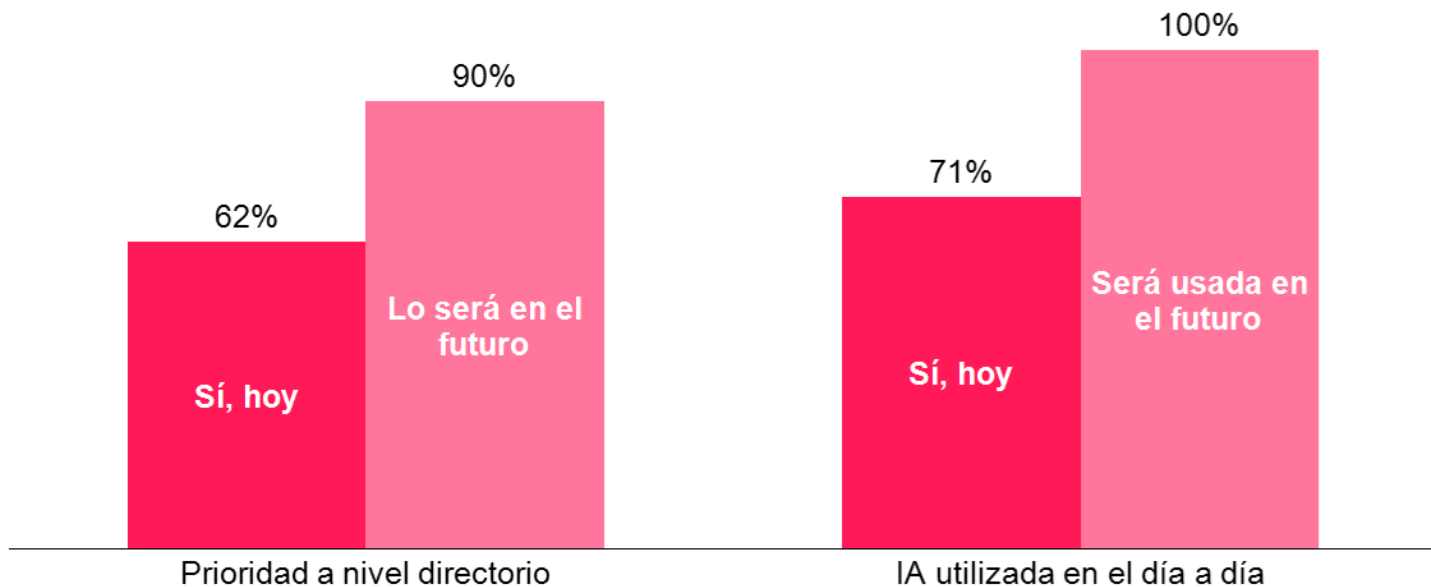
83%

de startups no nativas en IA creen que la IA será importante para su éxito futuro

Si bien la IA es una prioridad actual y se usa a diario, **su relevancia en el futuro seguirá creciendo entre las startups**

¿IA es una prioridad a nivel de directorio en tu startup? ¿Utilizan IA en sus operaciones diarias?

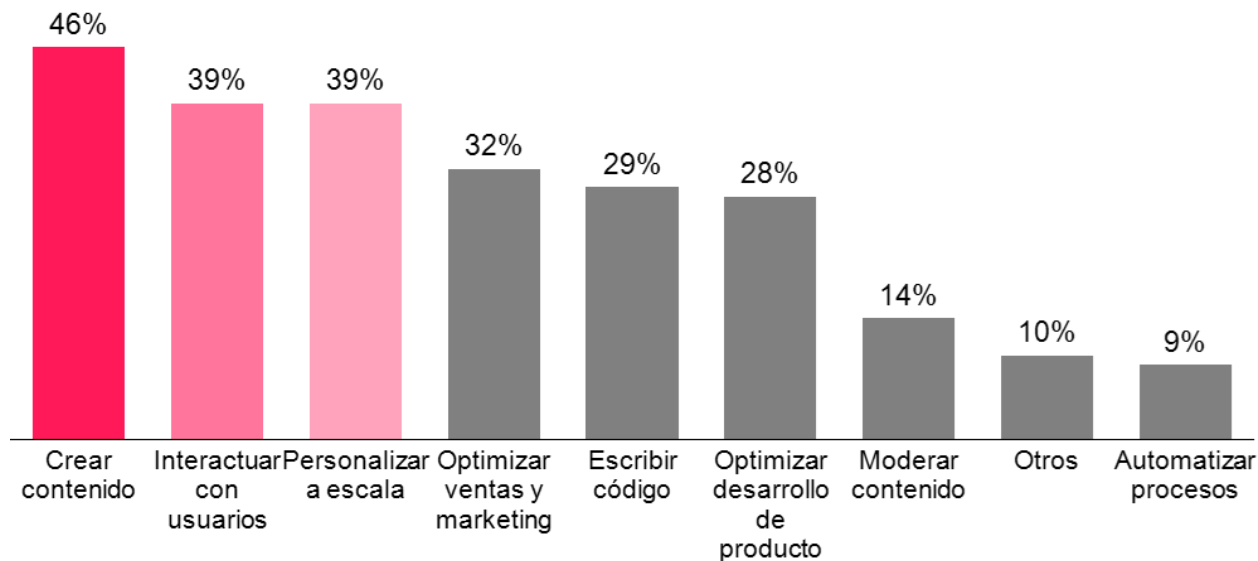
% de startups, hoy versus expectativas en el futuro



Los 3 principales casos de uso de IA son **crear contenido, interactuar con usuarios y personalizar a escala**

Tipos de problemas resueltos usando IA

% de startups



54%

de las startups de IA se enfocan en un problema a la vez, mientras que

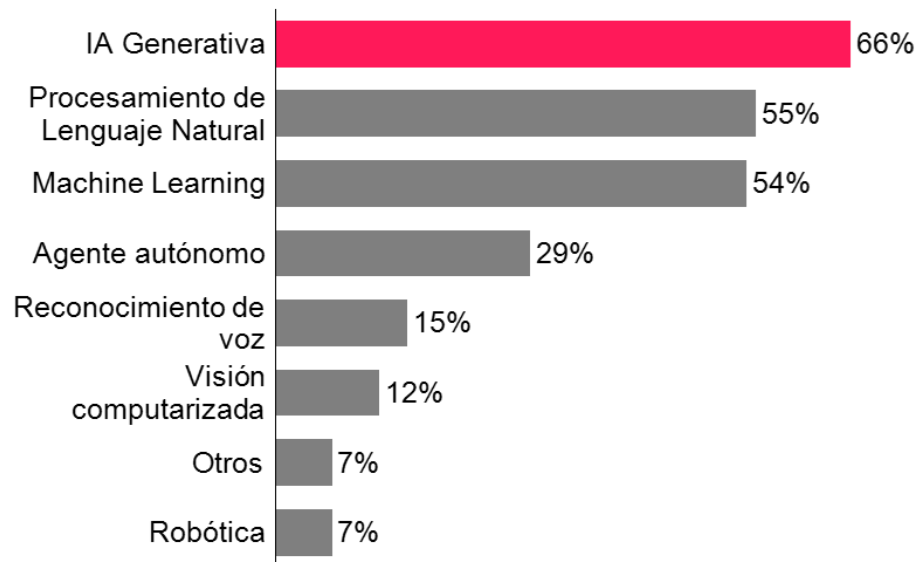
76%

del resto de startups utiliza IA para resolver 2 o más problemas

La IA generativa es la tecnología de IA más adoptada por startups, con modelos dominantes en lenguaje e imagen

Tipo de IA utilizada

% de startups



Modelos de IA generativa más populares

Modelos de lenguaje



GPT-2/-3/-4

92% de penetración¹

8 veces mayor que el siguiente modelo

Modelos de imagen



Midjourney

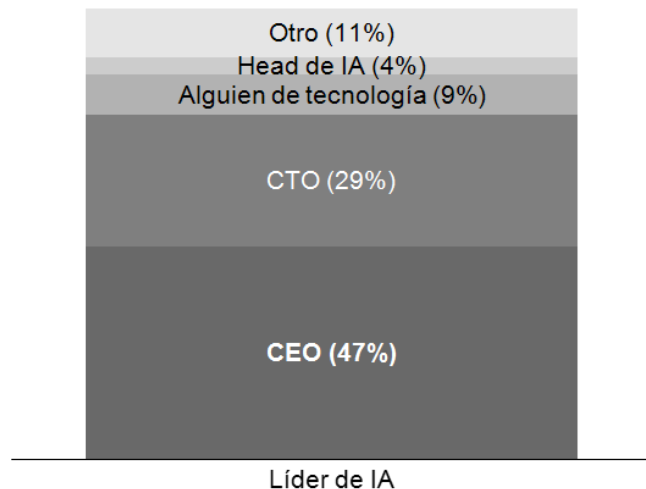
33% de penetración¹

2 veces mayor que el siguiente modelo

En el 76% de startups, el CEO o CTO lideran la estrategia de IA, mientras que el 40% reporta contratar para supervisar la IA

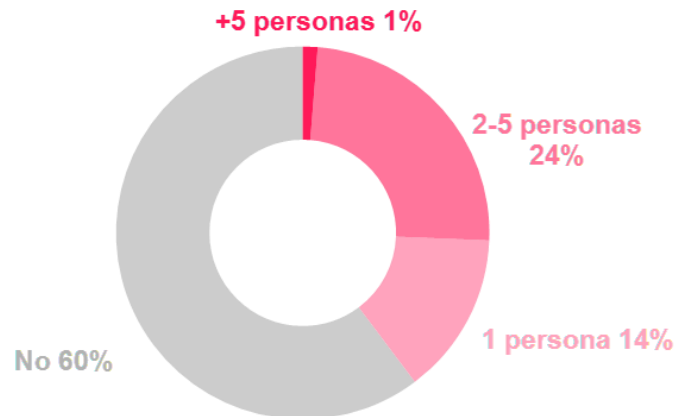
¿Quién lidera el uso de la IA dentro de su organización?

% de startups



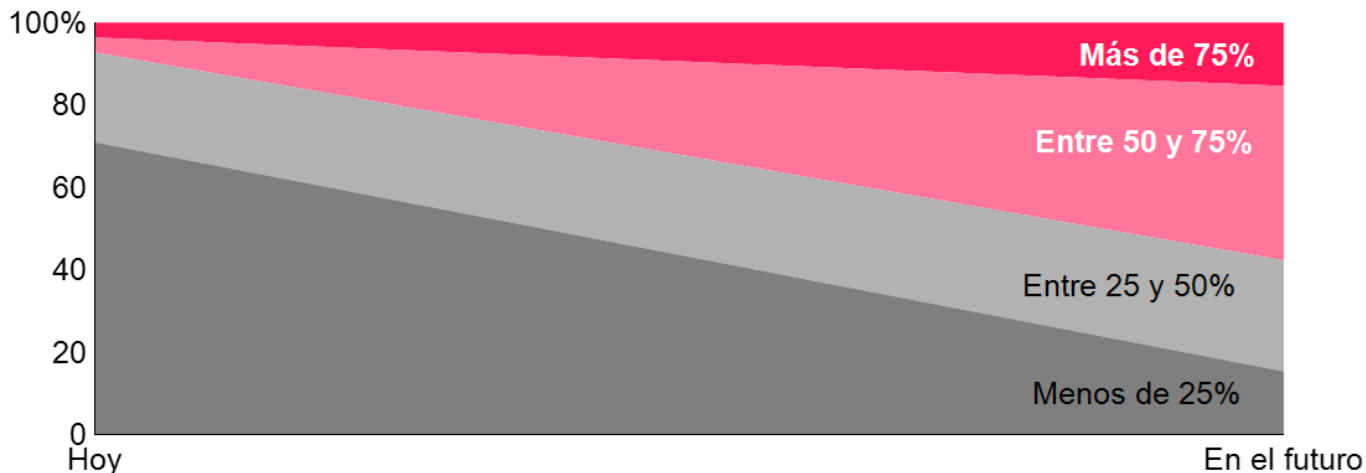
¿Está contratando un equipo para supervisar el uso de IA?

% de startups



El 58% de las startups esperan que la mayoría de sus procesos estén integrados con IA en el futuro

¿En qué % de los procesos de su startup está integrada la IA hoy? ¿Cómo cambiará en el futuro?
% de startups



58%

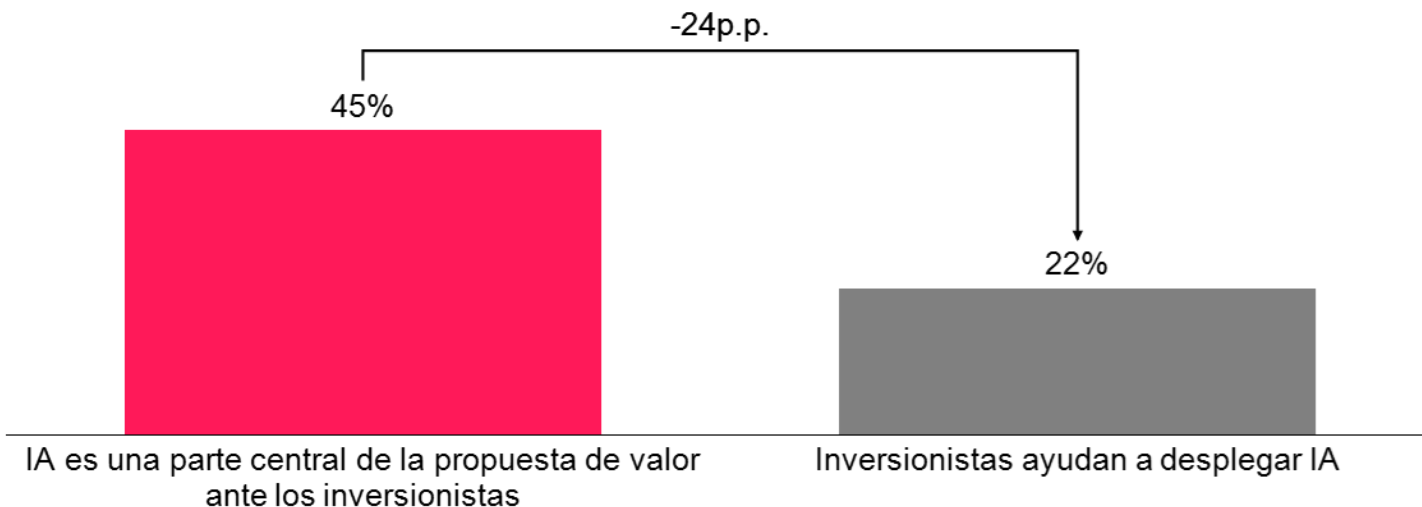
de startups
espera que la
mayoría de
procesos esté
integrados con IA,
frente al 7% hoy

Mientras que 45% de startups considera IA esencial al presentar, solo el **22% recibe ayuda de sus inversores para implementar IA**

¿Es la IA una parte central de su propuesta de valor cuando se dirige a inversores potenciales?

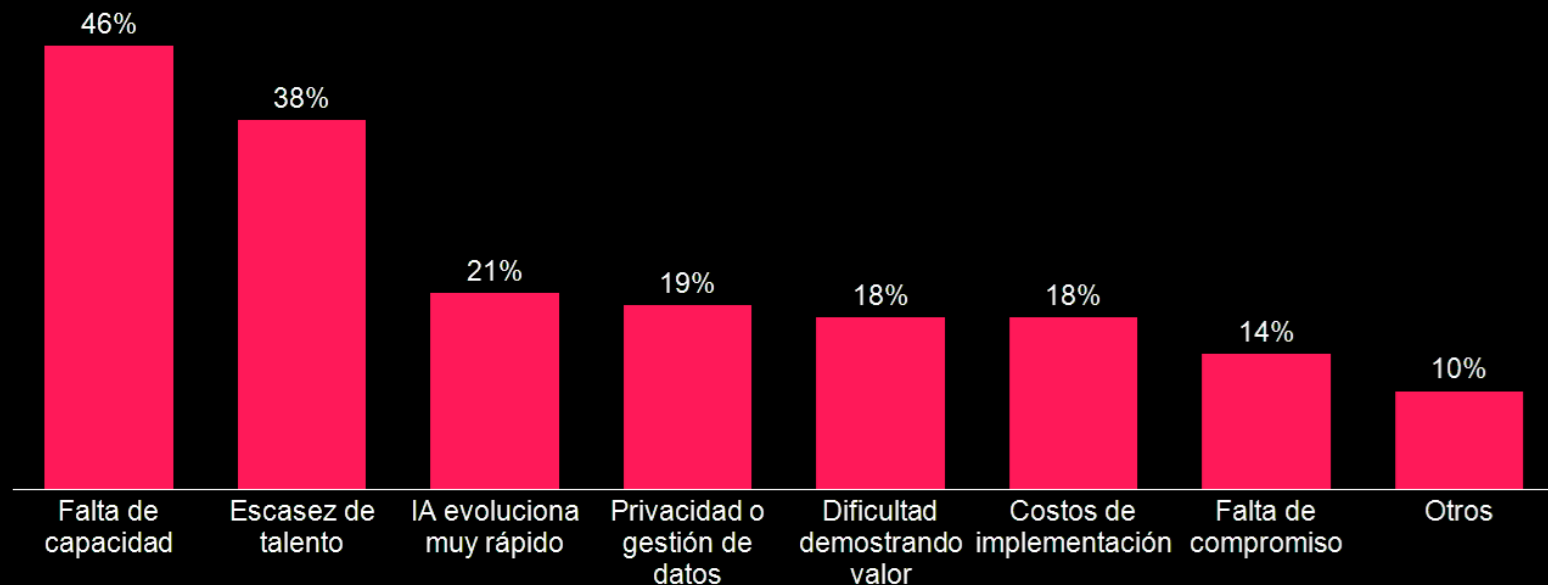
¿Sus inversores lo están ayudando a implementar IA dentro de la organización?

% de startups



Las startups frecuentemente mencionan **la falta de capacidad y talento técnico como cuellos de botella para implementar IA**

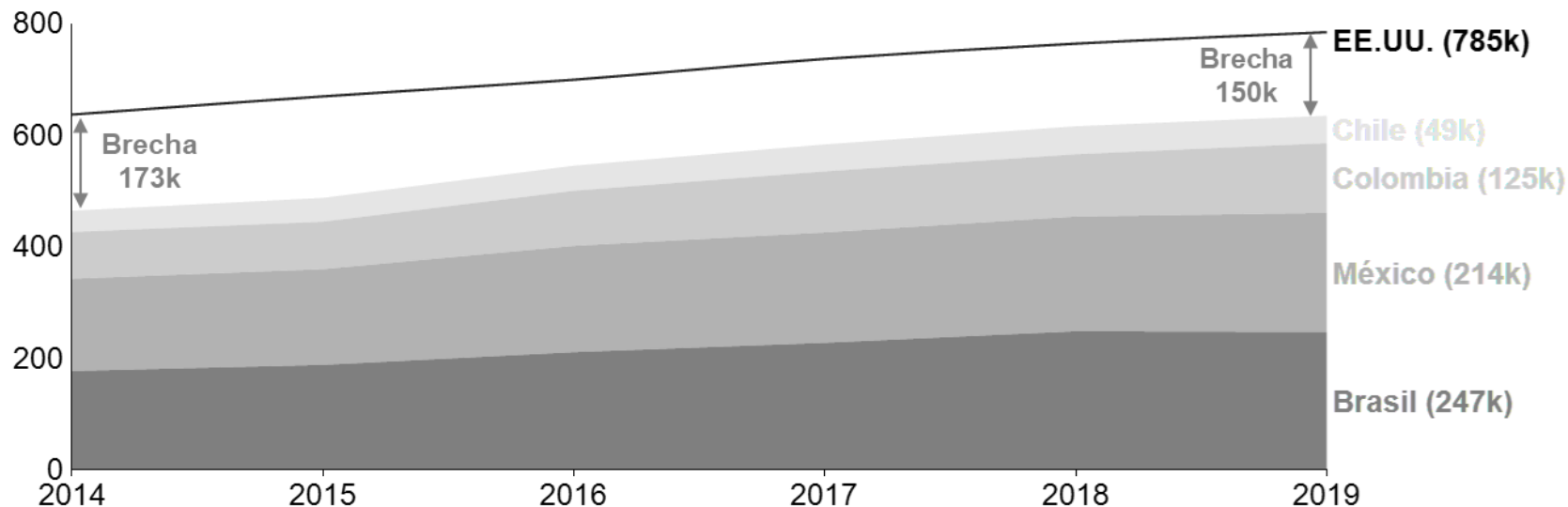
¿Cuáles son los tres cuellos de botella más grandes para implementar IA en su organización?
% de startups



Sin embargo, el número de **graduados en STEM¹** en **América Latina continúa acortando su brecha con los EE. UU.**

Graduados en campos STEM en países seleccionados de América Latina y Estados Unidos

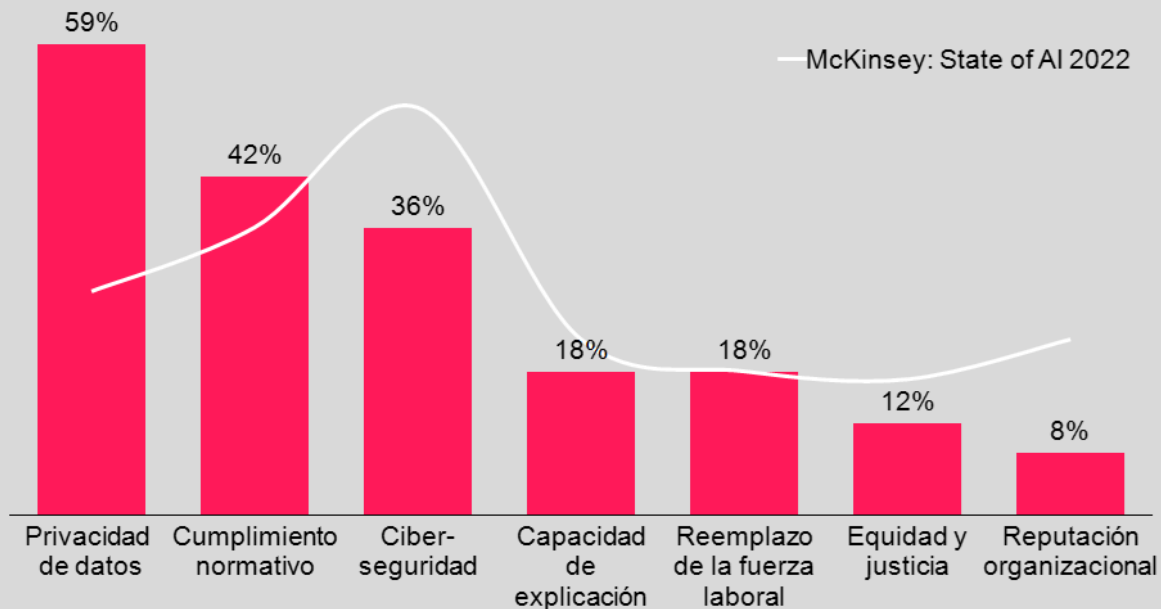
Miles de graduados



Privacidad de datos, cumplimiento normativo y ciberseguridad son los riesgos más mencionados por startups

¿Cuáles son los tres mayores riesgos de implementar IA?

% de startups



2x

más menciones a privacidad de datos, a pesar de que no es un cuello de botella en la implementación

65 %

menos menciones a los riesgos para la reputación de la organización, lo que resalta la apertura a experimentar

**Las personas que están lo
suficientemente locas como para
pensar que pueden cambiar el
mundo son las que lo hacen.**

Steve Jobs, cofundador de Apple

A detailed illustration of a futuristic space station or habitat, primarily orange in color, situated on a barren, rocky planet. The station has a complex structure with multiple cylindrical modules, ladders, and a large horizontal tank. Three astronauts in red and white suits are visible: two in the foreground on the left, and one further back on the right. The landscape is covered in reddish-brown sand and scattered dark rocks. In the background, there are large, craggy rock formations. The sky is a deep teal color, filled with stars and two large, spherical celestial bodies, one of which has prominent horizontal bands. The overall scene conveys a sense of advanced space exploration and habitation.

Continente de asteroides: IA en América Latina

Continente de asteroides: IA en América Latina



Jimena Pardo
Managing Partner, ALLVP

Todas las startups, en todas partes, necesitan IA.

Apenas he tenido la oportunidad de entender la IA y los LLM. Todo lo que sé es que están a punto de cambiar las startups y su desarrollo para siempre.

La IA generativa le demostró a la persona promedio no solo el poder de la IA en el día a día, sino también la revolución tecnológica fundamental escondida detrás de puertas cerradas, que surgió cuando finalmente tuvimos la capacidad de procesar miles de millones de parámetros.

En consecuencia, una tecnología que se conocía principalmente para predicciones cada vez más precisas comenzó a extraer información de contenido no estructurado y generar resultados personalizados. Si bien eso es impresionante, plantea la pregunta: ¿qué puedo hacer con ella?

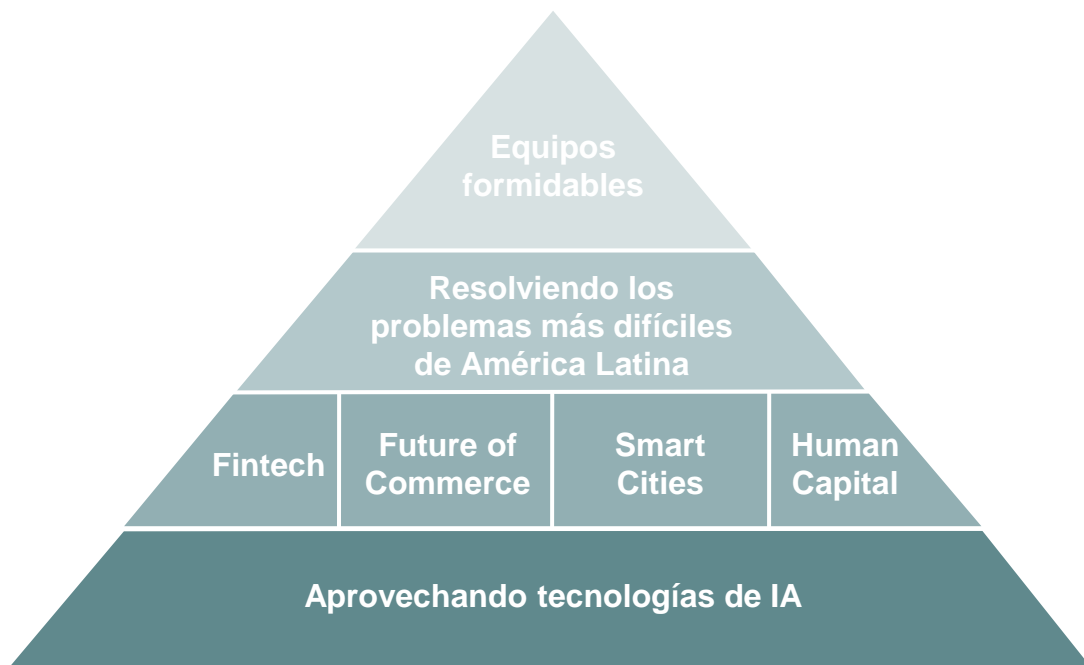
Hay dos resultados significativos que toda startup debería aprovechar hoy; primero, la optimización de sus procesos para una mayor eficiencia, y segundo, el empoderamiento de su propuesta de valor para ofrecer soluciones superiores para sus usuarios

Por suerte, estamos en primera fila y con algo más que palomitas de maíz para presenciar estos cambios.

All in AI Tesis de inversión



Nuestro nuevo fondo de \$ 150 millones se dedicará a financiar nuevas empresas latinoamericanas de IA y habilitadas por IA que resuelvan los problemas más difíciles en América Latina. Buscamos respaldar a los mineros que buscan asteroides.



A medida que desplegamos nuestro fondo IV, hemos actualizado nuestra tesis de inversión para reflejar nuestra apuesta por la IA. Abarcamos los mismos sectores desde 2012: Fintech, Future of Commerce, Human Capital y Smart Cities. Seguimos apostando por fundadores formidables que resuelvan los problemas más difíciles de América Latina, como se describe en el siguiente marco de inversión.

Continente de asteroides: IA en América Latina



Para aquellas que no son nativas de IA, el tiempo corre. Es hora de aprovechar sus ventajas competitivas únicas y mejorar sus propuestas de valor.



Para aquellas que no son nativas de IA, el tiempo corre. Es hora de aprovechar sus ventajas competitivas únicas y mejorar sus propuestas de valor. Hemos observado que la mayoría de nuestros fundadores técnicos decidieron rápidamente potenciar sus servicios existentes.

Las nuevas edtechs, los chatbots de salud mental y las nuevas empresas de SaaS empresarial no tendrán estas fortalezas; por ejemplo, plataformas, UX atractivo, datos históricos o contratos comerciales disponibles para desplegar su tecnología.

Históricamente, tenemos más de unos pocos precedentes sobre cómo las nuevas tecnologías pueden dar algunos pasos en falso, pero ninguno de ellos es tan poderoso como la promesa de lo que puede llegar a ser la IA. En consecuencia, debemos construir sobre estos modelos revolucionarios de manera responsable y comprender el riesgo crítico involucrado de manera holística.

Nosotros, ALLVP, necesitamos cambiar o volvernos irrelevantes. Federico y yo hemos decidido apostar todo por la IA. Nuestro nuevo fondo de \$ 150 millones se dedicará a financiar nuevas empresas latinoamericanas de IA y habilitadas por IA que resuelvan los problemas más difíciles en América Latina. Buscamos respaldar a los mineros que buscan asteroides.



ALLVP

Caso de estudio

PROSPERiA democratiza la detección temprana de enfermedades crónicas a través de la IA.

El sistema de salud latinoamericano enfrenta desafíos debido a la población envejeciendo, más propensa a enfermedades, y a la escasez de médicos.

- La población +65 años se duplicará en 2050 (17.5% del total vs. 8% hoy)
- El 30% de la población carece de acceso a la atención médica. Una gran limitante es la proporción insuficiente de médicos por paciente.

PROSPERiA previene la ceguera a través de un proceso de 4 pasos

1. Cuestionario impulsado por IA que identifica pacientes de alto riesgo
2. Detección de defectos visuales mediante pruebas de agudeza visual y una cámara de fondo de ojo
3. Imágenes son analizadas por una IA que identifica daños relacionados con enfermedades crónicas
4. Los casos con sospecha de patologías oculares son derivados a clínicas oftalmológicas cercanas

Con esta solución, PROSPERiA pretende aumentar la cobertura y atender la escasez de oftalmólogos, dejándolos enfocarse en el tratamiento.

Caso de estudio

Fintual lanza modelo conversacional para simplificar las decisiones de inversión.

Fintual proporciona fondos mutuos propios a través de una solución automatizada. Las inversiones en América Latina tienen un importante potencial de crecimiento, dada la baja educación financiera y los altos costos asociados con educación y personalización de servicios.

Fintual aprovecha la IA generativa para crear un asistente de WhatsApp que responda las dudas sobre inversiones de usuarios. Así, Fintual educará a clientes actuales y potenciales, ofreciendo un servicio personalizado.



Caso de estudio

Yana perfecciona los LLM a través de datos propietarios, incrementando el uso con respuestas más humanas.

Yana brinda apoyo emocional a millones de hispanohablantes a través de un chatbot impulsado por IA. Yana tiene como objetivo hacer que las interacciones sean más conversacionales, con respuestas confiables y empáticas cuando sea apropiado.

Yana está lanzando un modelo multi-clase que identificará los mensajes que necesitan respuestas más humanas y aprovechará ChatGPT para proporcionar conversaciones de más fluidas.

Yana está posicionada para aprovechar modelos fundacionales porque

1. Con +2B de mensajes y +12M de cuentas únicas, Yana tiene datos y conocimientos específico que ningún competidor puede igualar
2. Interacciones frecuentes permiten un ciclo de retroalimentación continuo

Caso de estudio

Slang aprovecha la IA para escalar su contenido proceso de creación de forma rápida y eficiente.

Slang ayuda a los usuarios a aprender inglés para entornos de negocio específicos. Históricamente, la creación de contenido en EdTech ha sido costosa por la necesidad de contenido personalizado con alta calidad, actualizado continuamente para satisfacer necesidades específicas.

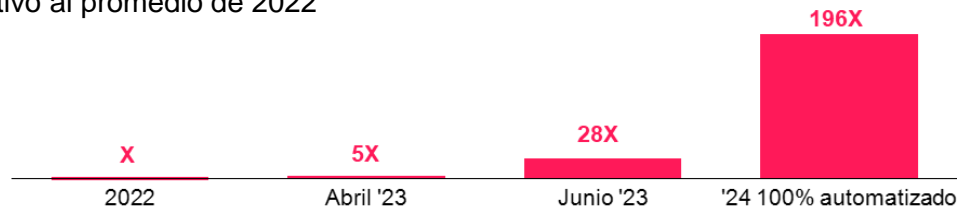
La IA generativa proporcionó a Slang tres capacidades que permiten la personalización, reducen los esfuerzos de I+D y revisión

1. Producir contenido preciso, incluso sobre temas complejos
2. Producir contenido lingüísticamente correcto
3. Tomar la perspectiva de una persona en situaciones reales

Así, Slang escala eficientemente su proceso de creación de contenido.

Párrafos por 100 horas de trabajo

Relativo al promedio de 2022



ALLVP

03 Corporativos.



Corporativos: principales destakes



Hoy, 54% de los corporativos considera IA una prioridad a nivel de directorio, y el 80% espera que sea una prioridad en el futuro.



Los principales casos de uso de corporativos son interactuar con usuarios (74%) y optimizar ventas y marketing (47%).



53 % de corporativos reportan contratar equipos para supervisar el uso de la IA, y el 22 % informan que contratan equipos de 6 o más personas.

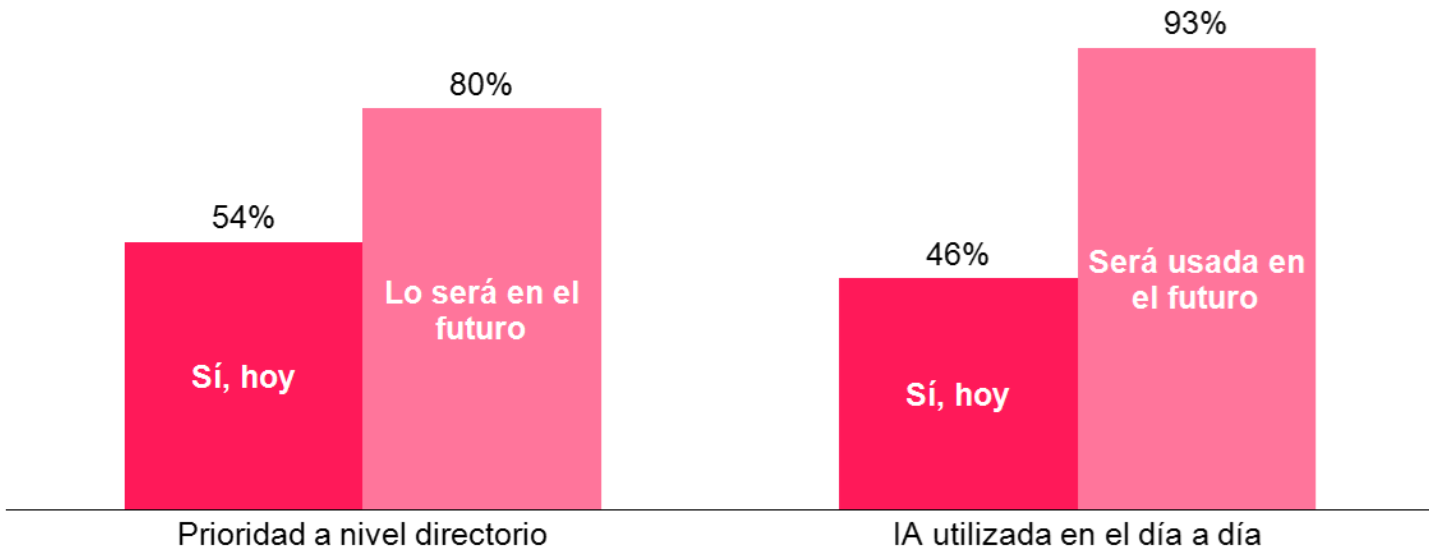


Los corporativos están más entusiasmados con el potencial de la IA para mejorar su eficiencia (74%) y habilitar soluciones personalizadas (45%).

IA es una prioridad ejecutiva, aunque la implementación no coincide; **corporativos esperan ponerse al día en el futuro**

¿Es IA una prioridad a nivel de directorio en su empresa? ¿Utiliza IA en sus operaciones diarias?

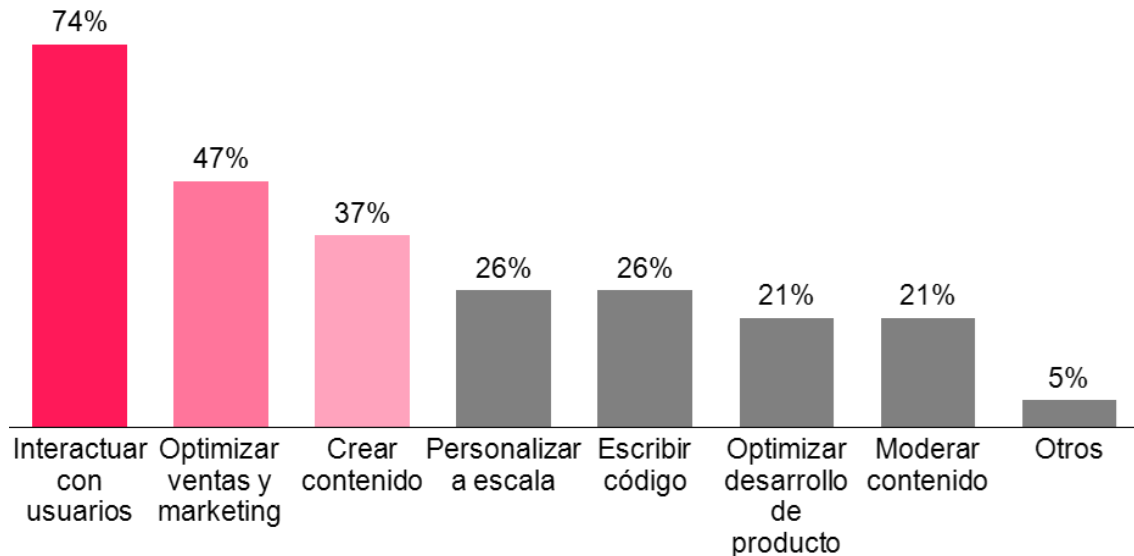
% de corporativos, hoy versus expectativas en el futuro



Para corporativos, el caso de uso principal es interactuar con usuarios, aunque están explorando aplicaciones adicionales

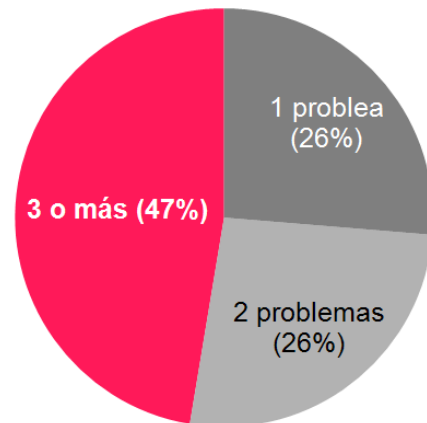
Tipos de problemas resueltos con IA

% de corporativos



de problemas resueltos usando IA

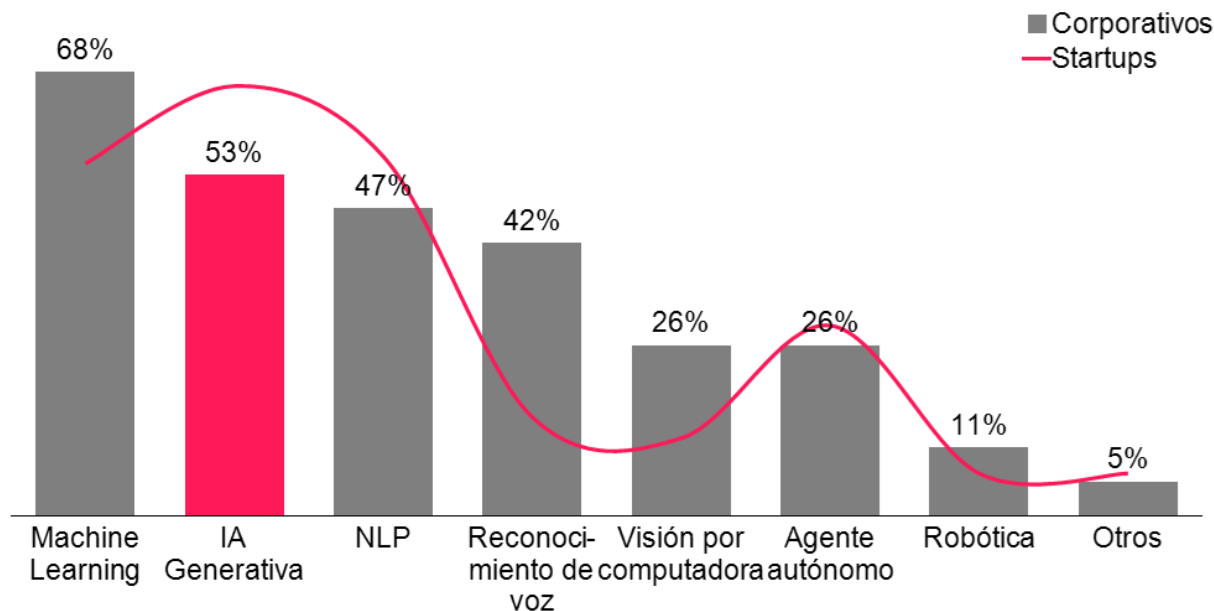
% de corporativos



Entre corporativos, **Machine Learning es la tecnología de IA más adoptada**, seguida de cerca por la IA generativa

Tipo de IA utilizada

% de corporativos



2.8x

mayor adopción de reconocimiento de voz versus startups

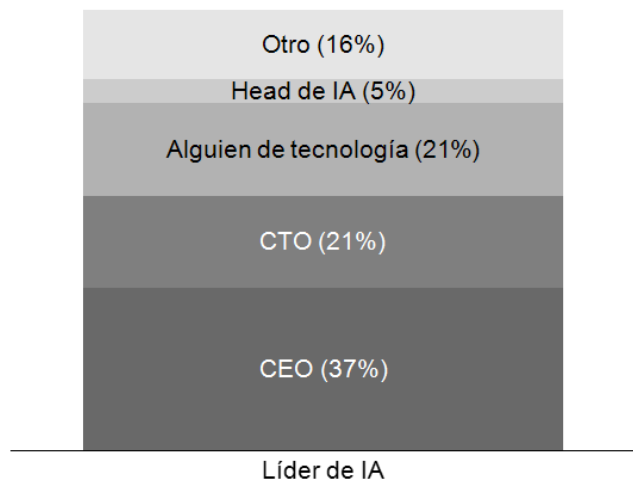
2.2 veces

mayor adopción de la visión computarizada versus startups

En 58% de corporativos, un **ejecutivo C-level** lidera la estrategia de IA, mientras que **53%** está contratando equipos de IA

¿Quién lidera el uso de la IA dentro de su organización?

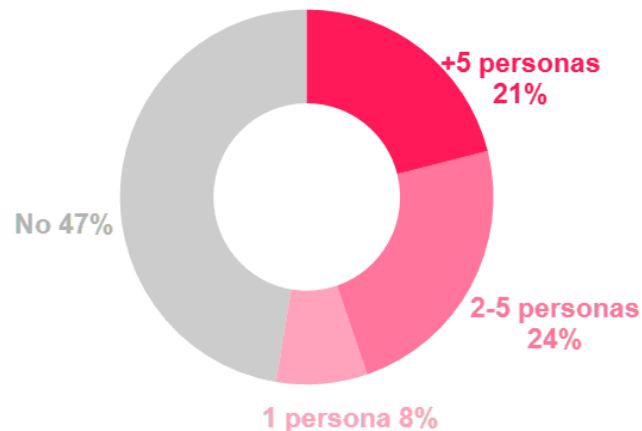
% de corporativos



58%
de liderazgo
C-level,
frente a 76%
en startups

¿Está contratando para supervisar el uso de IA en la organización?

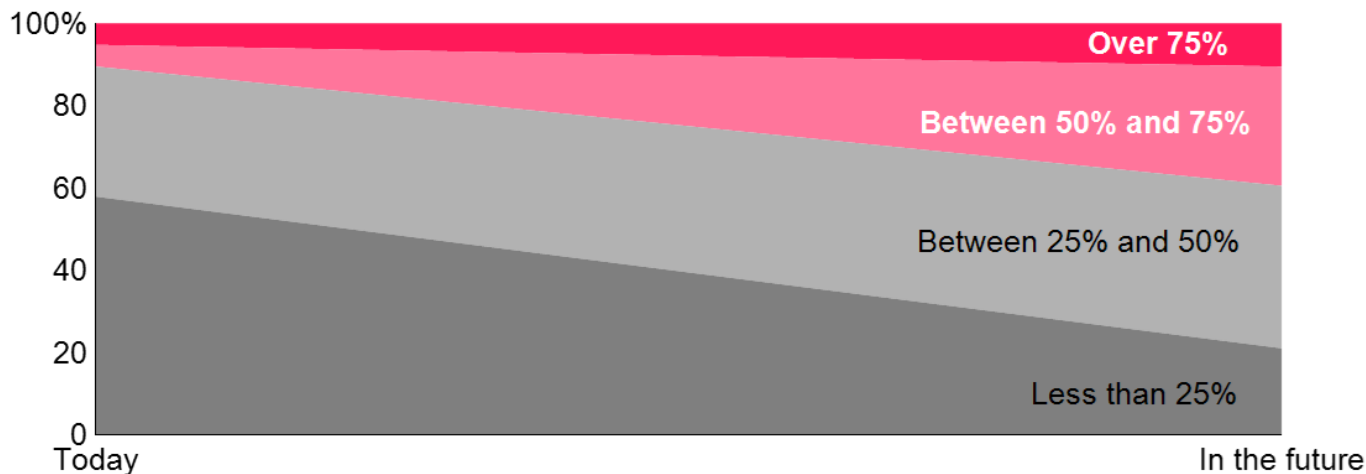
% de corporativos



Corporativos aumentando la contratación indica un impulso para ponerse al día con las startups

Corporativos **esperan una integración significativamente mayor de IA**, pero aún por debajo del nivel de las startups

¿En qué % de procesos de su empresa está integrada la IA hoy? ¿Cómo cambiará en el futuro?
% de corporativos

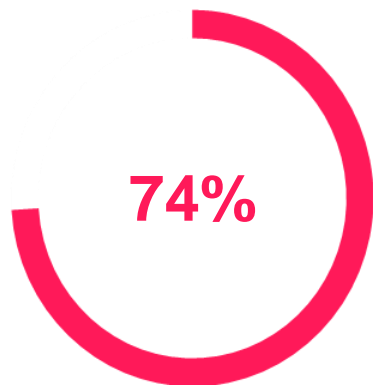


39%
de corporativos
espera que la
mayoría de sus
procesos esté
integrado con IA,
vs. 58% para
startups

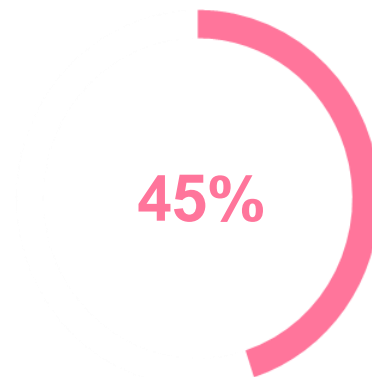
Los corporativos están **más entusiasmadas con el potencial de IA para mejorar su eficiencia y habilitar la personalización**

¿Qué es lo que más le entusiasma del impacto de la IA en su negocio?

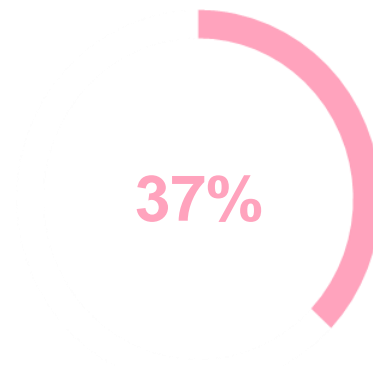
% de corporativos que selecciona una opción como primera o segunda



Ser más productivo y eficiente



Ofrecer servicios más personalizados

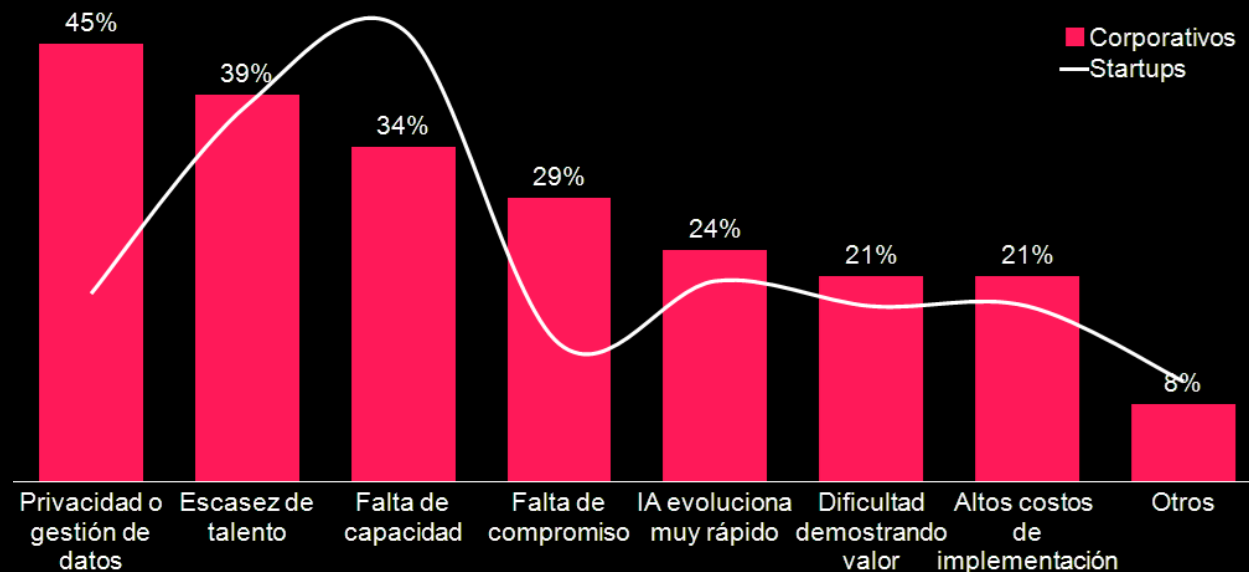


Tomar mejores decisiones

Los mayores desafíos para implementar IA en corporativos son **la gestión de datos y la escasez de talento técnico**

¿Cuáles son los 3 cuellos de botella más grandes para implementar IA en su empresa?

% de corporativos



2.3x

más menciones a la privacidad o gestión de datos

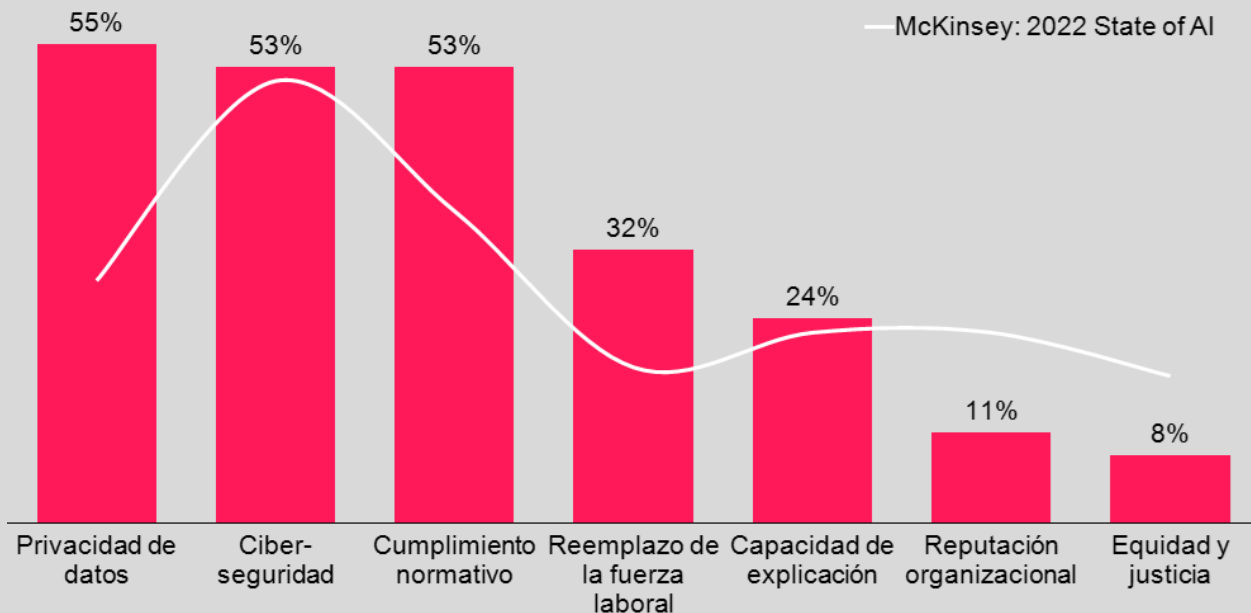
2.1 veces

más menciones a la falta de compromiso, destacando barreras culturales y de alineación

Privacidad de datos, ciberseguridad y cumplimiento normativo son los riesgos más mencionados por los corporativos

¿Cuáles son los tres mayores riesgos de implementar IA?

% de corporativos



1.5-2.2x

más menciones de
privacidad de datos,
cumplimiento normativo y
desplazamiento de la fuerza
laboral

“**La única forma de encontrarle
sentido al cambio es sumergirse
en él, moverse con él y unirse al
baile.**

Alan Watts, autor inglés”

Fundamentos para implementar un estrategia de IA



Julián López-Portillo
Co-fundador y CEO, Senzai

La llegada de la IA ha creado oportunidades sin precedentes para las empresas. La automatización robótica de procesos y los LLM han eliminado por completo o reducido significativamente la necesidad de que los humanos participen en múltiples tareas. Los algoritmos de ML están convirtiendo datos propietarios en una ventaja competitiva en todas partes, desde ventas y marketing hasta optimización de la cadena de suministro. La pregunta ya no es si la IA puede ayudar, sino descubrir cómo implementarla.

Con la tasa actual de cambio en la IA, este desafío se complica aún más, por lo que es más importante que nunca que las empresas se centren en los cimientos del stack de IA, donde los problemas de implementación se pueden abordar con mayor facilidad.

La primera área son los datos. Las empresas deben asegurarse de que los datos que recopilan, estructurados o no estructurados, se limpien y estén disponibles donde sea necesario. Además, la gestión de datos será vital para mantener la PII y los datos confidenciales seguros, especialmente cuando se integre con proveedores o modelos fundacionales.

Fundamentos para implementar un estrategia de IA

Los algoritmos de ML están convirtiendo conjuntos de datos propietarios en una ventaja competitiva. La pregunta ya no es si la IA puede ayudar, sino descubrir cómo implementarla.

La segunda área es la medición. El impacto de cualquier implementación de IA debe medirse claramente; esto incluye no solo métricas de valor, sino también otras métricas operativas y ESG.

La tercera es la experimentación. Las empresas necesitan aprender a experimentar para mantenerse a la vanguardia. Crear una cultura de experimentación conduce a una mentalidad más emprendedora al impulsar decisiones basadas en datos. También ayuda a evitar el bloqueo de proveedores, lo que libera a la empresa para probar nuevas tecnologías continuamente.

Las empresas latinoamericanas deben centrarse en estas tres áreas desatendidas si van a estar preparadas para aprovechar al máximo el próximo “tsunami” de IA. Si no lo hacen, se enfrentan a la perspectiva de que los competidores los superen o a otra ola de decepción sobre lo que la IA puede ofrecer.

Desbloqueando la creatividad: el poder transformador de la IA en la creación de contenido



Damian Fraser
Socio, Miranda Partners

No hay duda de que la IA ha surgido como una fuerza transformadora en varias industrias, y la creación de contenido no es una excepción. El impacto en la eficiencia y rapidez de los procesos de creación de contenido es solo un pequeño atisbo de su enorme potencial en diferentes campos. Independientemente de la industria, las herramientas de IA pueden escribir sobre absolutamente cualquier tema, desde finanzas hasta salud, ciencia y deportes; sus capacidades abarcan un mundo de posibilidades.

Con su capacidad para analizar grandes cantidades de datos, generar conocimientos e imitar los procesos cognitivos humanos, la IA ha revolucionado la forma en que se genera, selecciona y distribuye el contenido. Mirando hacia el futuro, varios estudios predicen que hasta el 90% del contenido de Internet se producirá con IA, incluidos no solo texto sino también videos, imágenes y archivos de audio.

Sin embargo, mientras algunos ven con preocupación este tipo de herramientas, nosotros las vemos con gran entusiasmo. Creemos que estamos presenciando un cambio de paradigma que tendrá un impacto significativo en generaciones futuras. Si queremos seguir siendo competitivos, es importante familiarizarse con estas herramientas y participar en la conversación. A medida que desaparezcan las tareas mundanas, se crearán nuevos empleos e industrias.

Desbloqueando la creatividad: el poder transformador de la IA en la creación de contenido

Si queremos seguir siendo competitivos, es importante familiarizarse con estas herramientas y participar en la conversación. A medida que desaparezcan las tareas mundanas, se crearán nuevos empleos e industrias.

En el caso de la generación de contenido, creemos que la IA desbloqueará la creatividad humana como nunca antes, en lugar de reemplazar a los creadores de contenido, mediante la automatización de varios aspectos del proceso creativo, como la generación de ideas y la creación de borradores. Esto permitirá a los creadores de contenido explorar nuevos formatos, incluida la hiperpersonalización, lo que en última instancia mejorará la experiencia del usuario.

También cambiará fundamentalmente la forma en que el mundo percibe el contenido, ya que se convierte en una herramienta más barata y eficiente para llegar al público objetivo. Ahora más que nunca, es esencial estar abierto a nuevas perspectivas y oportunidades, aprender y dominar el uso de estas nuevas herramientas, que pueden ponernos un paso adelante. Gracias a la rápida proliferación de nuevas herramientas basadas en IA, este es solo el comienzo de una nueva y emocionante era.

Caso de estudio

Senzai ayuda a corporativos a cambiar el comportamiento del consumidor a través de IA.



Después de trabajar con corporativos de todo el mundo, los fundadores de Senzai alcanzaron las mismas conclusiones que el estudio... **así que decidieron resolver los problemas.**

01 Comenzar con los datos

Senzai construyó su propia plataforma de datos. Es agnóstica a la plataforma y con un solo click se puede operar

02 Hacerlo simple

Hacen que crear una campaña sea tan fácil como escribir en ChatGPT. Solo es necesario decir qué se quiere lograr, y la plataforma crea la campaña por ti

03 Medir el valor

Medir está en el centro del negocio de Senzai. Solo cobran un porcentaje del valor incremental, así que la prueba está en la facturación

Caso de estudio

Coca-Cola FEMSA digitaliza más +1M tiendas en LatAm a través del comercio conversacional.

Coca-Cola FEMSA atiende a más de dos millones de tiendas de barrio en Latinoamérica, pero su modelo de ventas enfrentaba desafíos para sostener el crecimiento. La empresa necesitaba ampliar su alcance y agilizar el proceso de toma de pedidos, manteniendo al mismo tiempo un contacto personal con los dueños de las tiendas.

Coca-Cola FEMSA decidió que la mejor manera de lograr su objetivo era a través del comercio conversacional en Whatsapp. Se asoció con Yalo para implementar una solución que permitió

+1M
tiendas
digitalizadas

80%
tasa de conversión
de pedidos pedidos
a través de
Whatsapp

7-9 minutos
Reducción del
tiempo promedio de
visita, con
vendedores
enfocados en
asesoramiento

Caso de estudio

Intercorp se asocia con Wharton para implementar los últimos avances en Inteligencia Artificial.



Intercorp es una de las corporaciones más grandes de Perú, con +99k empleados trabajando en 40 empresas de retail, servicios financieros, salud y educación. Sus ingresos de \$9B equivalen al 4% del PBI de Perú.

El 16 de junio, anunció una alianza con Wharton AI & Analytics for Business, un centro de investigación académica en Upenn enfocado en usos innovadores de IA y análisis de datos para entornos corporativos.

Como parte del proceso, cinco equipos de investigación participarán en los proyectos para un periodo entre 9 y 12 meses

“La alianza con Wharton AIAB amplía nuestra capacidad para anticipar y satisfacer las necesidades de los clientes, mejorando sus experiencias en todas las interacciones”

Iván Herrero, Director de Datos de Intercorp

Caso de estudio

OpenAI anunció una alianza de servicios con Bain & Company para ayudar a las empresas a implementar soluciones de IA.



OpenAI se asoció con Bain & Company, una firma global de consultoría, para llevar soluciones de IA a empresas de todo el mundo. La asociación tiene como objetivo combinar las herramientas de OpenAI con la experiencia estratégica y las capacidades de implementación de Bain.

Ya se han anunciado dos proyectos.



Campaña “Crea Magia Real”

Clientes enviaron obras de arte digitales a través de una plataforma que combinaba las capacidades de GPT-4 y DALL-E.



Carrefour

Hopla: chatbot con ChatGPT

Usuarios solicitan ayuda a través del chat y el carrito de compras se llena según su presupuesto, restricciones o ideas de menú.

ALLVP

04 Capital de riesgo.



Capital de riesgo: principales destaques



50% de fondos considera importante que las startups utilicen IA.



26% los fondos reporta tener un experto en IA en su equipo.



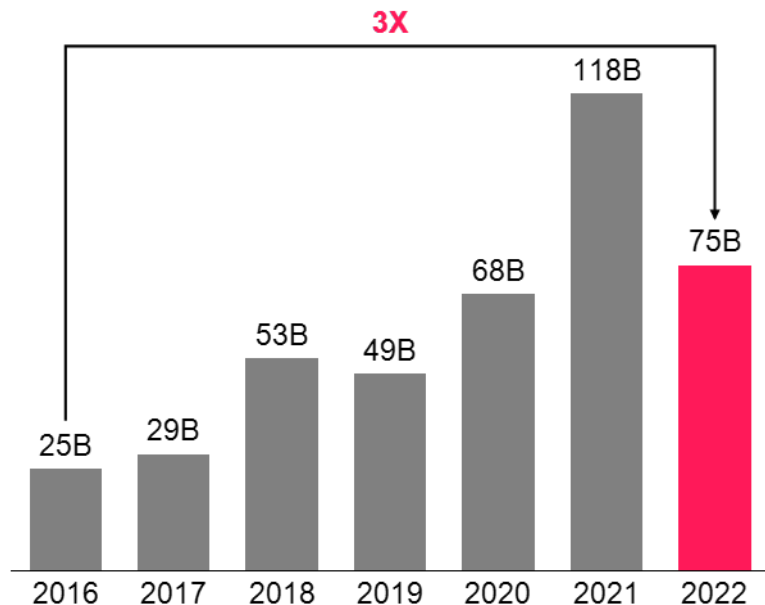
35% de fondos está ayudando activamente a empresas de su portafolio a implementar IA.



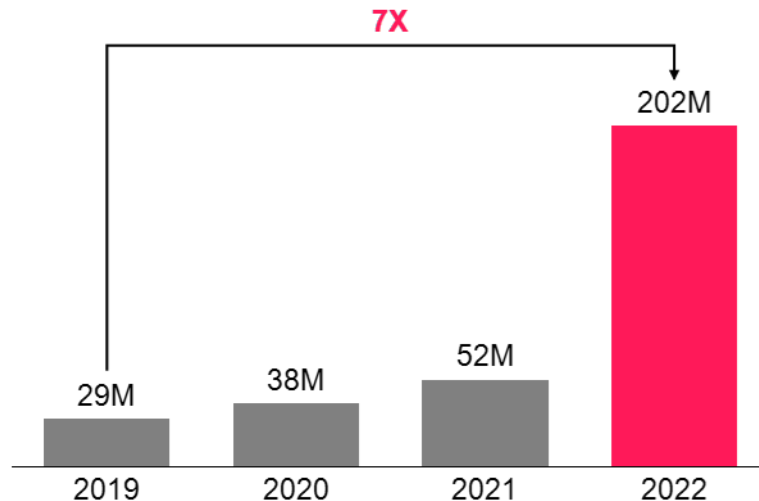
32% de fondos utiliza IA para buscar oportunidades de inversión y el 38% para analizarlas.

La inversión privada en startups de IA se ha disparado tanto a nivel mundial como en América Latina

Capital invertido en startups de IA, global
US\$B



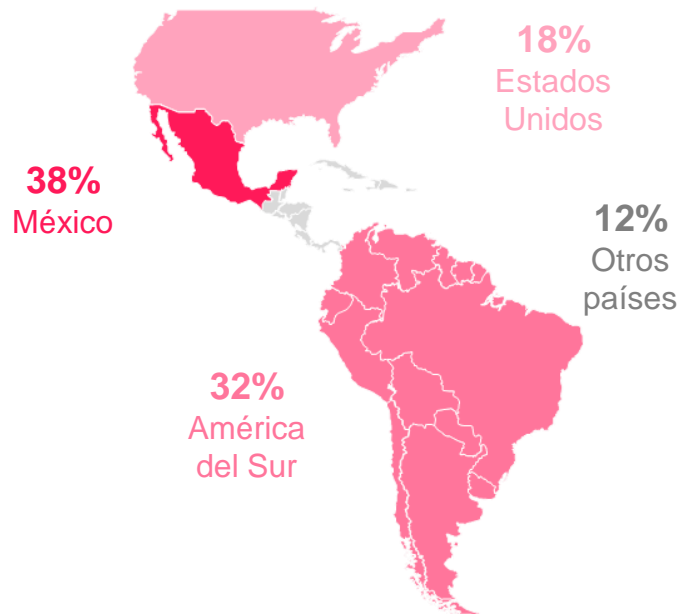
Capital invertido en startups de IA, LatAm
US\$M



La muestra encuestada está **liderada por fondos mexicanos y sudamericanos que** invierten activamente en América Latina

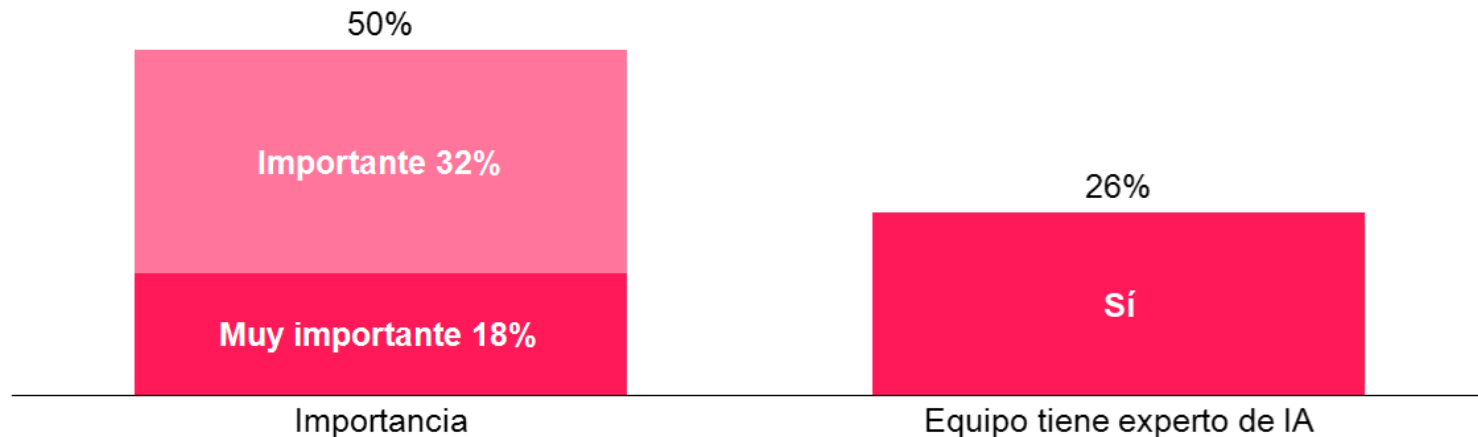
¿Dónde se basa su fondo de capital de riesgo?

% de fondos



50% de fondos considera importante que las startups utilicen IA y el 26 % tiene expertos en IA en el equipo

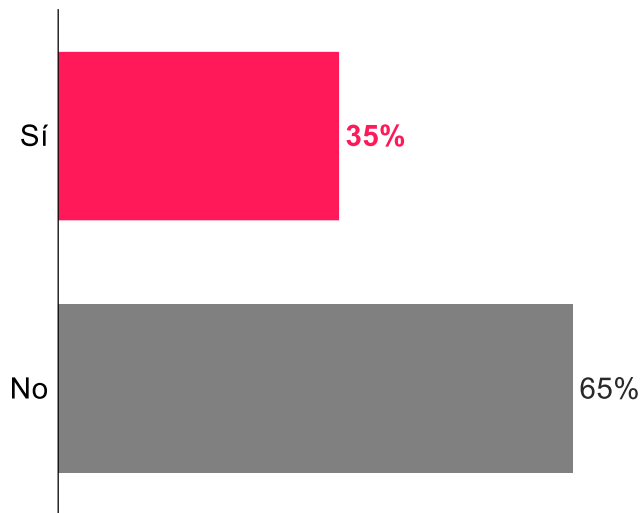
¿Qué tan importante es que una startup esté usando IA? ¿Tiene algún experto en IA en su fondo?
% de fondos



Aunque el 35% de fondos está **ayudando a su portafolio a implementar IA**, existe espacio para aumentar la adopción

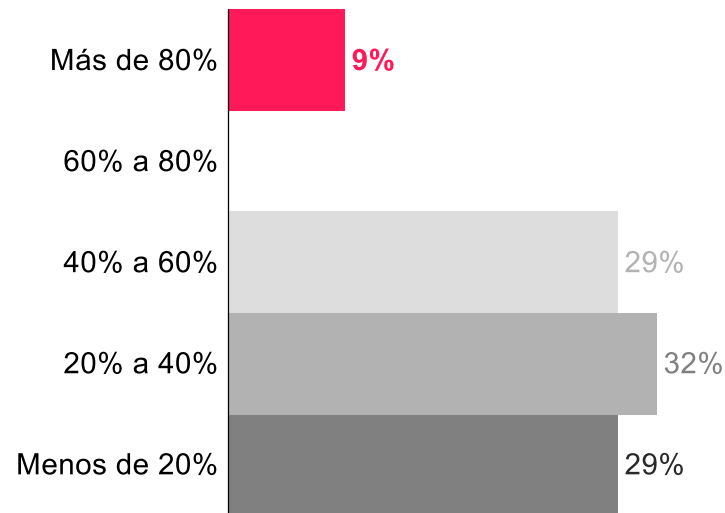
¿Está ayudando activamente a empresas de su portafolio a implementar IA?

% fondos



¿Qué porcentaje de su portafolio está implementando activamente la IA?

% fondos



Fondos están comenzando a explorar **el potencial de IA en la búsqueda y el análisis de oportunidades de inversión**



Búsqueda

32%

de los fondos utiliza IA



Análisis

38%

de los fondos utiliza IA

Si le ofrecen un asiento en un cohete espacial, ¡no pregunte qué asiento! Solo sube.

Sheryl Sandberg, directora de operaciones de Meta

Paradigmas en evolución: el rol de la IA en el capital de riesgo latinoamericano



Carlos Ramos de la Vega
Director de Capital de Riesgo, LAVCA

Los inversionistas y operadores latinoamericanos están bien posicionados para aprovechar la nueva ola del impulso de la IA en lo que representa una oportunidad regional todavía sin explotar con implicaciones globales.

La región registró una inversión de \$202M en 49 empresas de IA/ML en 2022, en comparación con \$52M en 33 empresas en 2021, un aumento interanual de 4 veces. Sin embargo, aunque existe un claro apetito creciente por parte de los inversionistas, las inversiones a gran escala siguen siendo relativamente limitadas.

Semantix, un proveedor de datos brasileño, recaudó \$100M en 2022, lo que sigue siendo el mayor monto desde 2019. En América Latina de habla hispana, la oportunidad es igualmente significativa y el mercado aún es incipiente. Desde 2019 hasta el primer trimestre de 2023, las 20 principales inversiones fuera de Brasil ascendieron a \$75M, y solo dos empresas recaudaron cifras de dos dígitos: Zippedi, una plataforma chilena de gestión de ventas e inventario, y Emi Labs, una startup argentina de automatización de contratación de empleados de primera línea.

Paradigmas en evolución: el rol de la IA en el capital de riesgo latinoamericano

El alcance de la innovación también planteará nuevas preguntas para los inversores, ya que reconocen que el impacto de la IA generativa probablemente se extenderá más allá de su mandato de inversión y también desafiará sus propias estructuras de financiación.

Los actores de la región reconocen que la IA no debe tratarse como una nueva categoría de inversión independiente, ni debe concebirse como la panacea empresarial. Los inversores están enfatizando la importancia de construir negocios duraderos en torno a modelos o conjuntos de datos propietarios que puedan proporcionar defensibilidad y un “moat” sostenible, sin depender únicamente de estrategias basadas en aplicaciones y APIs de código abierto.

Al mismo tiempo, los administradores de fondos son conscientes de la renovada importancia de la privacidad de los datos y la protección de la propiedad intelectual entre los temas decisivos para que la tecnología se adopte ampliamente en América Latina. Abordar ambos será crucial para generar una confianza duradera con los consumidores finales y garantizar el uso ético de cualquier producto habilitado para IA, particularmente con la creciente sofisticación de la IA generativa.

El alcance de la innovación también planteará nuevas preguntas para los inversores, ya que reconocen que el impacto de la IA generativa probablemente se extenderá más allá de su mandato de inversión y también desafiará sus propias estructuras de financiación. Las herramientas más nuevas permitirán a los fundadores ser mucho más eficientes en el uso de los recursos, exigiendo los enfoques actuales de *benchmarks* de inversión, de construcción de portafolios y de expectativas de rendimiento.

Caso de estudio

EQT Ventures creó Motherbrain, un asistente de inversión basado en datos.

EQT Ventures es un fondo sueco, agnóstico a sector y etapa, con más de €1.2B en activos bajo gestión. En 2017, desarrolló Motherbrain, una herramienta para buscar oportunidades de inversión impulsada por IA, que desde entonces se ha convertido en un copiloto de inversión.

Motherbrain busca aumentar las capacidades humanas en cada etapa:

1. Búsqueda: monitorea señales, como indicadores de crecimiento y proxies de tracción, para identificar anticipadamente gemas ocultas
2. Análisis: integra datos fragmentados sobre una empresa o industria de fuentes externas e internas, aprovechando la red completa del fondo
3. Creación de valor: ayuda a encontrar talento, objetivos de compra, benchmarks y datos de competidores para el portafolio

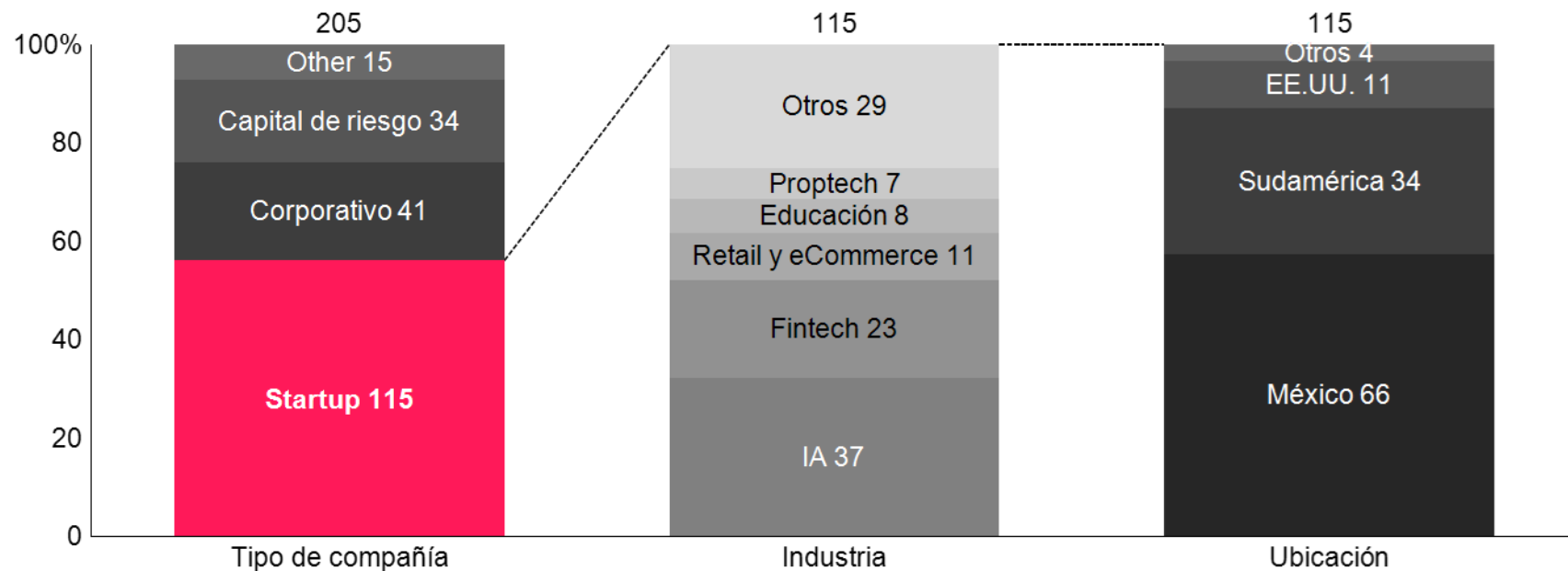
ALLVP



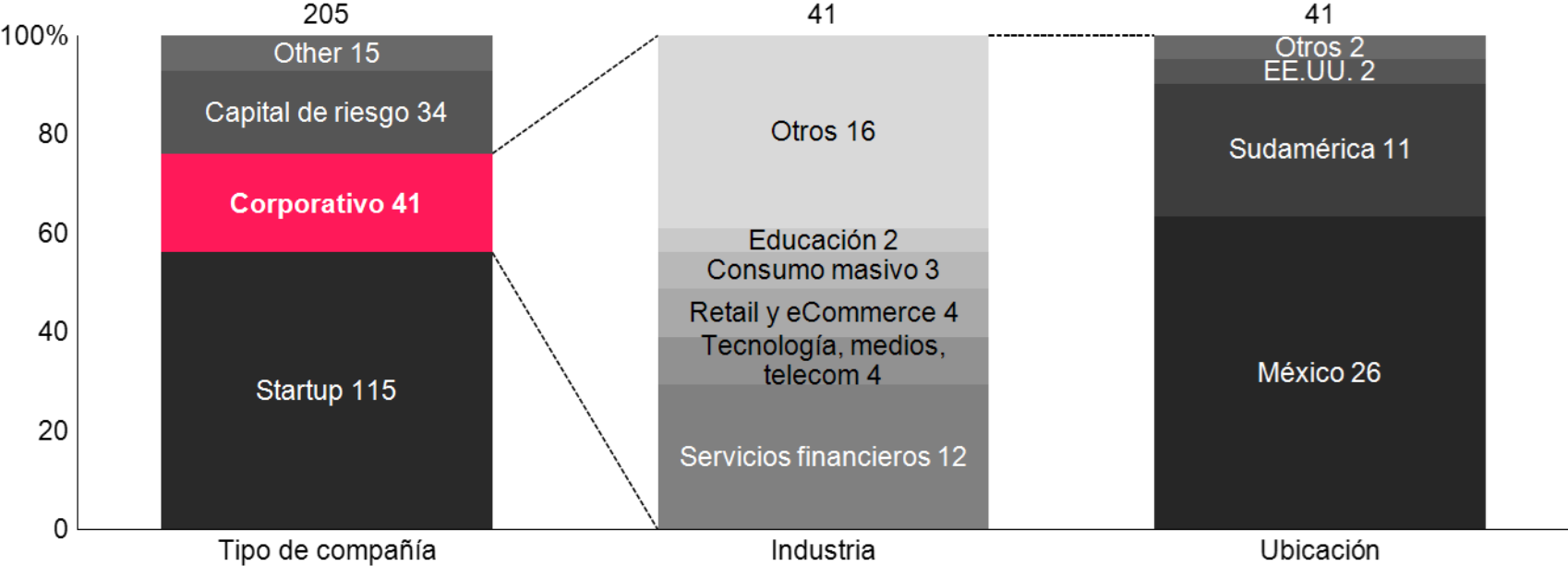
ALLVP Research Report

Apéndice

Demografía | **Startups**



Demografía | Corporativos



Demografía | **Capital de riesgo**

