



PERCEPCIONES ACERCA DE  
LA ADOPCIÓN DE  
**INTELIGENCIA  
ARTIFICIAL**  
EN LAS EMPRESAS:  
OPORTUNIDADES Y RIESGOS  
PARA LA REPUTACIÓN



CENTRO  
REPUTACIÓN  
CORPORATIVA

---

## **AUTORES**

**Pablo Halpern**

Director Centro de Reputación Corporativa

**Francesca Damone**

Coordinadora Centro de Reputación Corporativa



# PERCEPCIONES ACERCA DE LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA REPUTACIÓN



## INTRODUCCIÓN

La Inteligencia Artificial se define como “la capacidad de un sistema para interpretar datos externos correctamente, aprender de dichos datos y utilizar esos aprendizajes para lograr objetivos y tareas” (Haenlein & Kaplan, 2019). Esta tecnología se está volviendo más frecuente y las compañías están generando valor significativo por medio de la adopción de la Inteligencia Artificial. Sin embargo, al mismo tiempo, las empresas están expuestas a riesgos que pueden tener consecuencias en la reputación.

El Centro de Reputación Corporativa del ESE Business School de la Universidad de Los Andes realizó una investigación que tuvo por objetivo conocer las percepciones de líderes empresariales respecto de la adopción de la Inteligencia Artificial en las compañías.

En primer lugar, el estudio presenta el nivel de conocimiento y adopción de esta tecnología en las empresas. Además, identifica los motivos de la adopción de la Inteligencia Artificial y las barreras para su aplicación en las compañías.

En segundo lugar, muestra las opiniones de los directores y altos ejecutivos frente a ciertos dilemas de la adopción de la Inteligencia Artificial en las empresas. Como por ejemplo, la capacidad de la inteligencia humana versus la capacidad de la tecnología, las oportunidades versus los riesgos del uso de Inteligencia Artificial en las organizaciones, entre otros.

En tercer lugar, expone las percepciones sobre los beneficios y las amenazas de la Inteligencia Artificial a la reputación corporativa. Finalmente, identifica las mejores estrategias de mitigación de riesgos derivados de la Inteligencia Artificial.



# PERCEPCIONES ACERCA DE LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA REPUTACIÓN



## FICHA TÉCNICA

**Tipo de estudio:** Cuantitativo

**Universo de estudio:** Miembros de directorio, gerentes generales, gerentes de área y jefaturas.

**Tipo de muestreo:** Por conveniencia, a partir de la base de contactos del ESE Business School de la Universidad de los Andes.

**Muestra:** 215 encuestas.

**Técnica de recolección de datos:** Encuestas online autoadministradas

**Período de campo:** Desde el 7 de noviembre al 21 de noviembre del año 2022.



# PERCEPCIONES ACERCA DE LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA REPUTACIÓN



## RESUMEN EJECUTIVO

- La gran mayoría de los líderes empresariales comprende de qué se trata la Inteligencia Artificial.
- Un tercio de los entrevistados indica que adoptó la Inteligencia Artificial en sus compañías.
- Más de la mitad de los directores y altos ejecutivos que utiliza la Inteligencia Artificial en sus empresas lo hace entre uno y tres años.
- Mejorar la experiencia de los clientes y optimizar los procesos operativos son los principales motivos de la adopción de la Inteligencia Artificial en las compañías.
- Dos de cada cinco de los líderes que no utiliza la Inteligencia Artificial manifiesta que tienen pensado utilizarla en el futuro.
- La Inteligencia Artificial no representa una prioridad estratégica para las empresas que no la han implementado.
- Amplia mayoría de los directores y altos ejecutivos respalda la afirmación: “los riesgos del uso de la Inteligencia Artificial en las compañías no son significativos en comparación con sus beneficios”.
- Se cree que el principal aporte de la Inteligencia Artificial a la reputación corporativa es la mejora en la toma de decisiones.
- Más de la mitad de los líderes empresariales piensa que la reputación es la más afectada ante las fallas de la Inteligencia Artificial.



# PERCEPCIONES ACERCA DE LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA REPUTACIÓN



## PRINCIPALES RESULTADOS

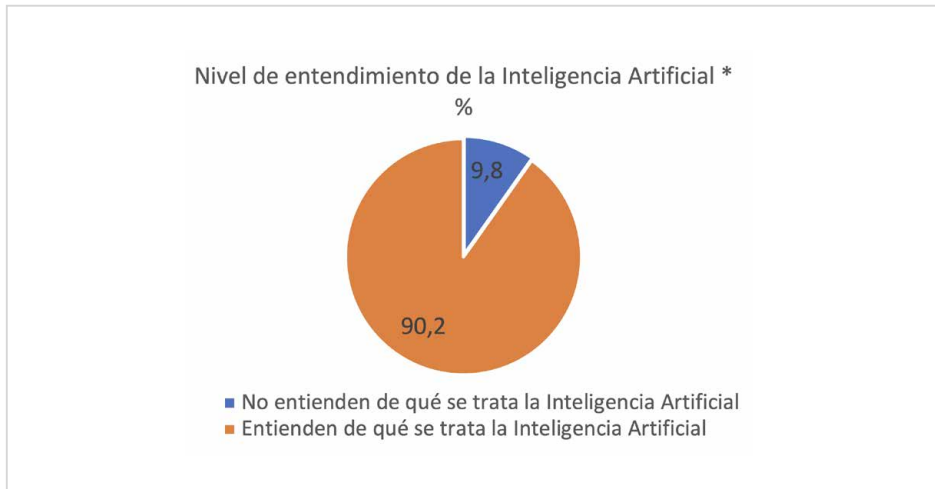
### I. UNA APROXIMACIÓN A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Las principales asociaciones que emergen al hablar de Inteligencia Artificial son: automatización y datos



Base: 215 total entrevistados \*Pregunta abierta que fue codificada

La gran mayoría de los entrevistados señala que en sus empresas conocen de qué se trata la Inteligencia Artificial



Base: 215 total entrevistados

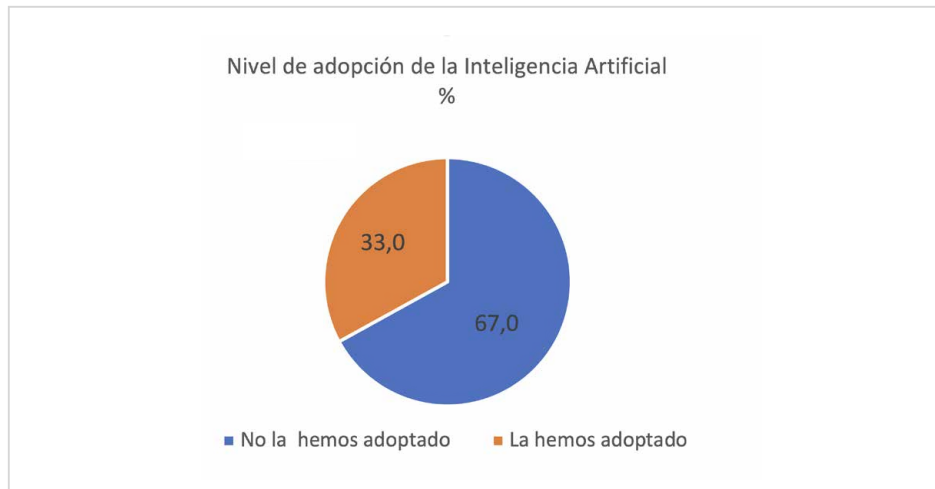
\*Los entrevistados fueron expuestos a una definición de la Inteligencia Artificial.



# PERCEPCIONES ACERCA DE LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA REPUTACIÓN

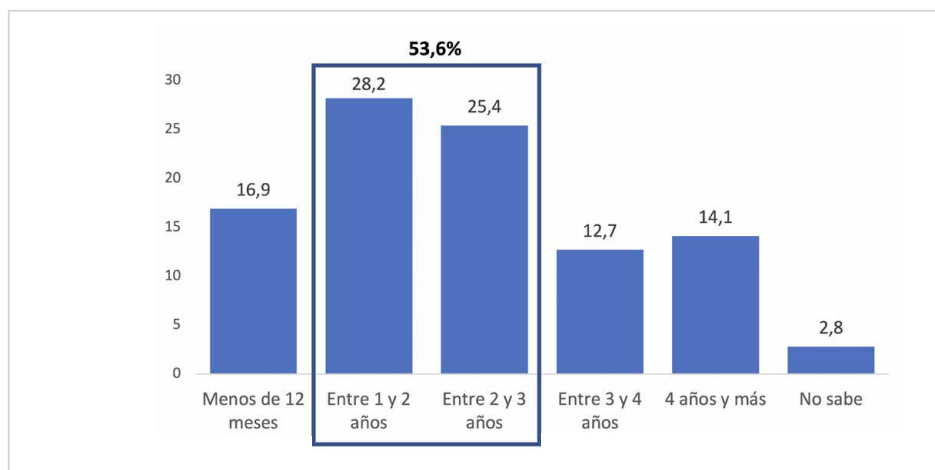


## Un tercio de los líderes empresariales indica que adoptaron la Inteligencia Artificial en sus compañías



Base: 215 total entrevistados

## Más de la mitad de los entrevistados que utiliza la Inteligencia Artificial lo hace entre uno y tres años



Base: 71 entrevistados de empresas que utilizan la Inteligencia Artificial



# PERCEPCIONES ACERCA DE LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA REPUTACIÓN

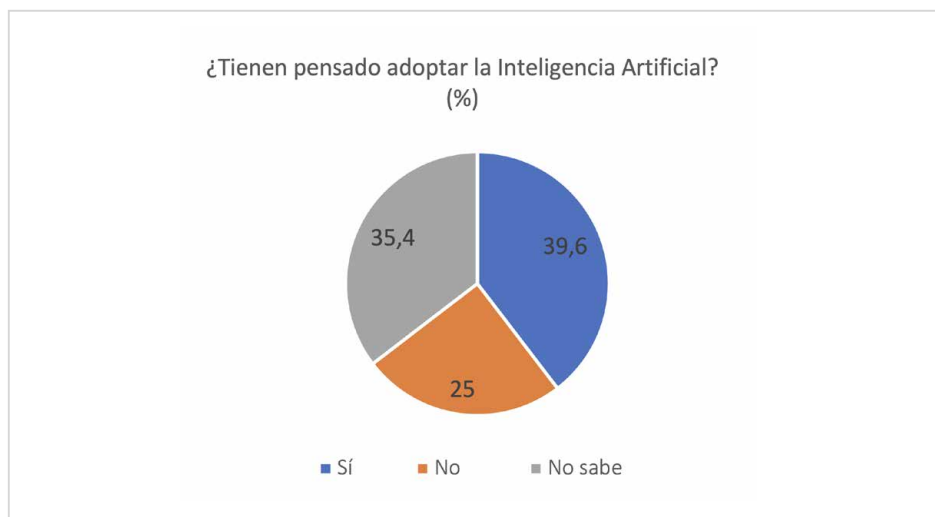


## “Mejorar la experiencia de los clientes” y “optimizar los procesos operativos” son las principales razones de adopción de la Inteligencia Artificial en las compañías



Base: 71 entrevistados de empresas que utilizan la Inteligencia Artificial

## Dos de cada cinco entrevistados que no utiliza la Inteligencia Artificial manifiesta que tienen pensando hacerlo en el futuro



Base: 144 entrevistados de empresas que NO utilizan la Inteligencia Artificial

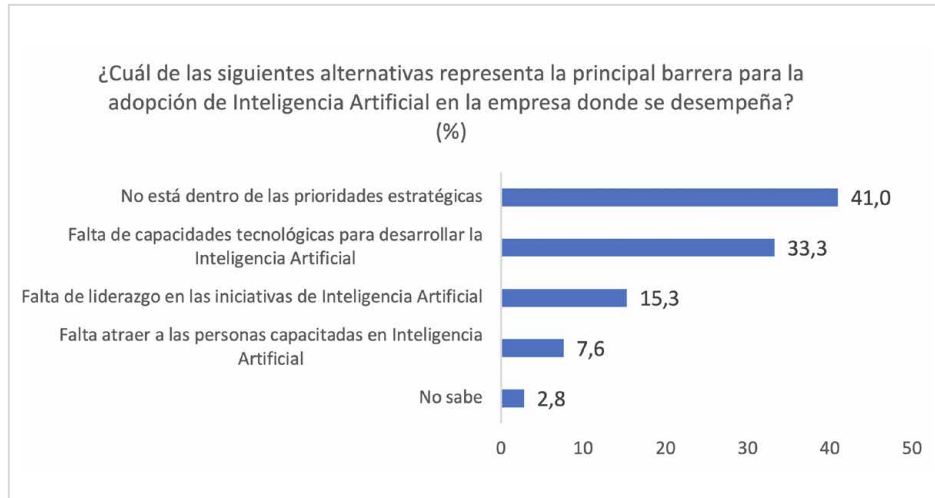




# PERCEPCIONES ACERCA DE LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA REPUTACIÓN



## La Inteligencia Artificial no es una prioridad estratégica para las compañías que no la han adoptado

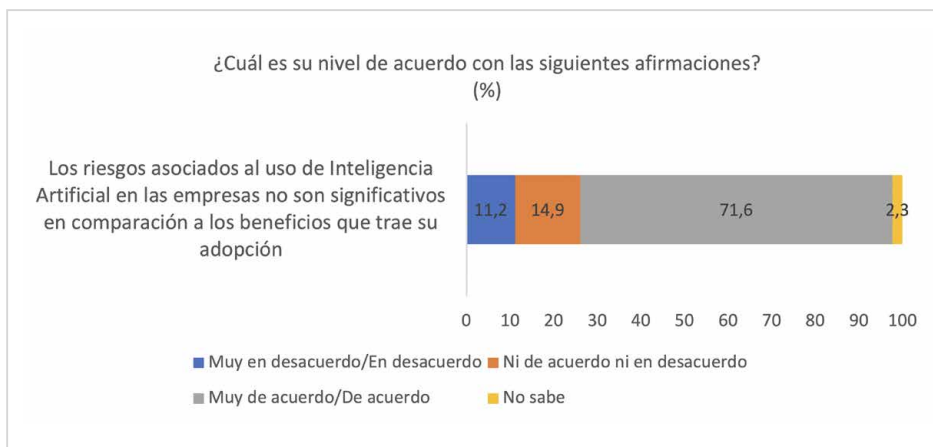


Base: 144 entrevistados de empresas que NO utilizan la Inteligencia Artificial



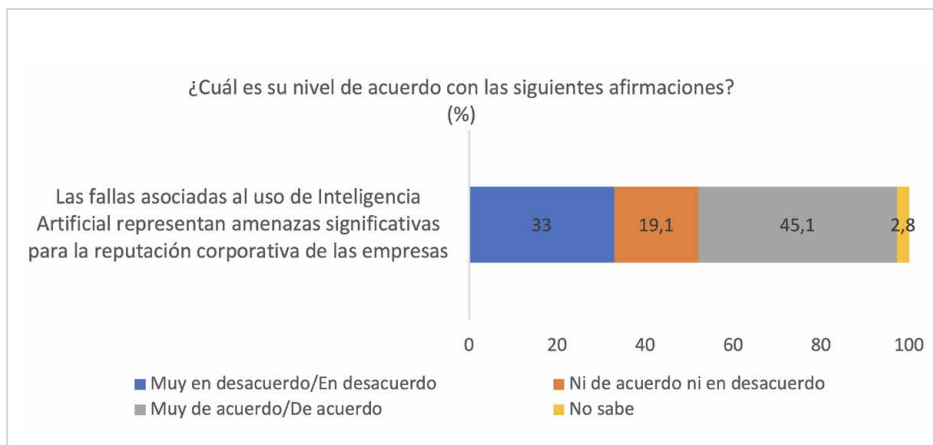
**II. IMPRESIONES SOBRE LOS DILEMAS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL**

**Amplia mayoría de los directivos respalda la afirmación: “los riesgos del uso de la Inteligencia Artificial en las empresas no son significativos en comparación con sus beneficios”**



Base: 215 Total entrevistados

**Casi la mitad de los entrevistados está a favor que la inteligencia humana posee habilidades que difícilmente serán igualadas por la Inteligencia**



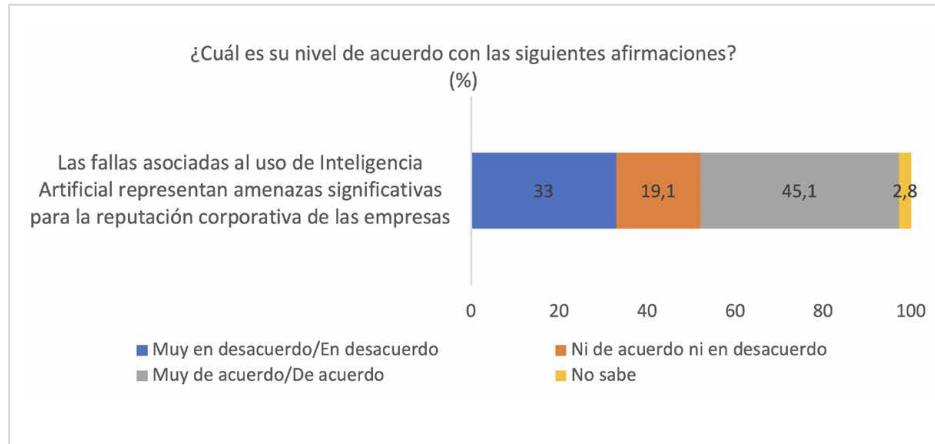
Base: 215 Total entrevistados



# PERCEPCIONES ACERCA DE LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA REPUTACIÓN

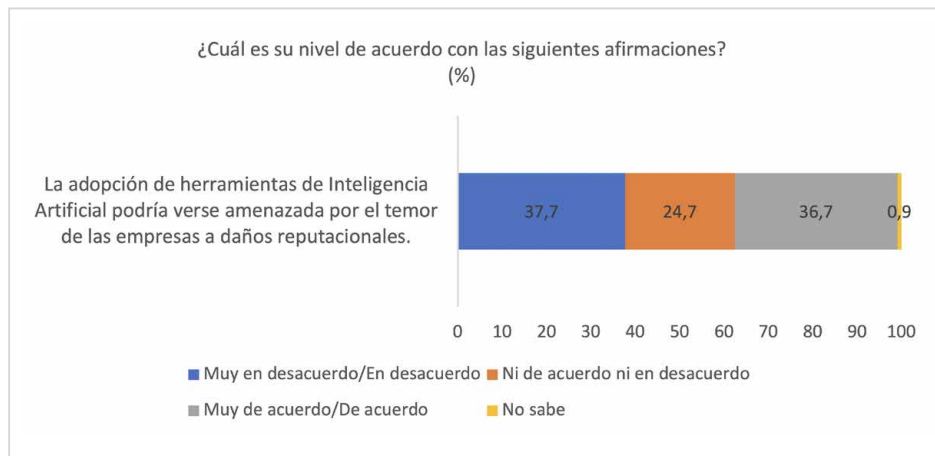


## La frase: “Las fallas de la Inteligencia Artificial representan amenazas significativas para la reputación corporativa” es respaldada por casi la mitad de los entrevistados



Base: 215 Total entrevistados

## No existe acuerdo entre los líderes empresariales respecto de la afirmación: “La adopción de Inteligencia Artificial en las empresas podría estar amenazada por el temor a daños reputacionales”



Base: 215 Total entrevistados



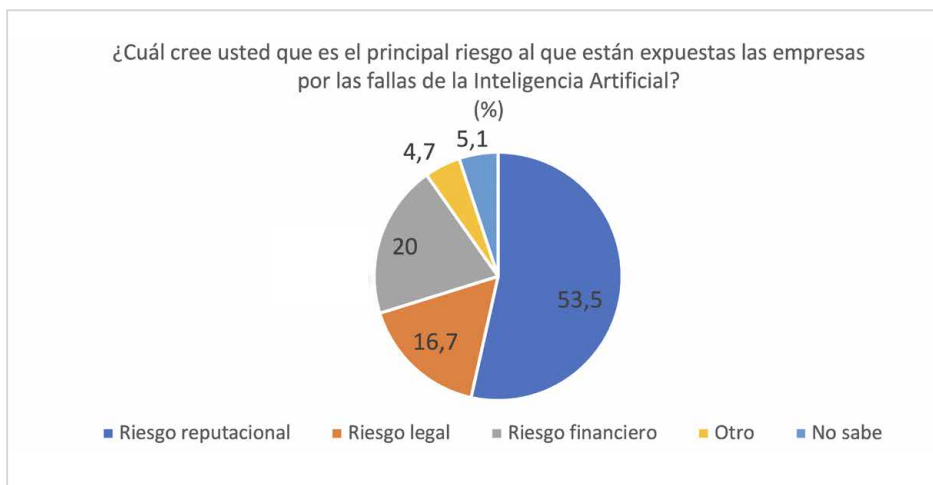
### III. INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y REPUTACIÓN CORPORATIVA

**Se cree que la principal contribución de la Inteligencia Artificial para la reputación corporativa es la mejora en la toma de decisiones**



Base: 215 Total entrevistados

**Más de la mitad de los directores y altos ejecutivos opina que la reputación es la más afectada ante los errores de la Inteligencia Artificial**



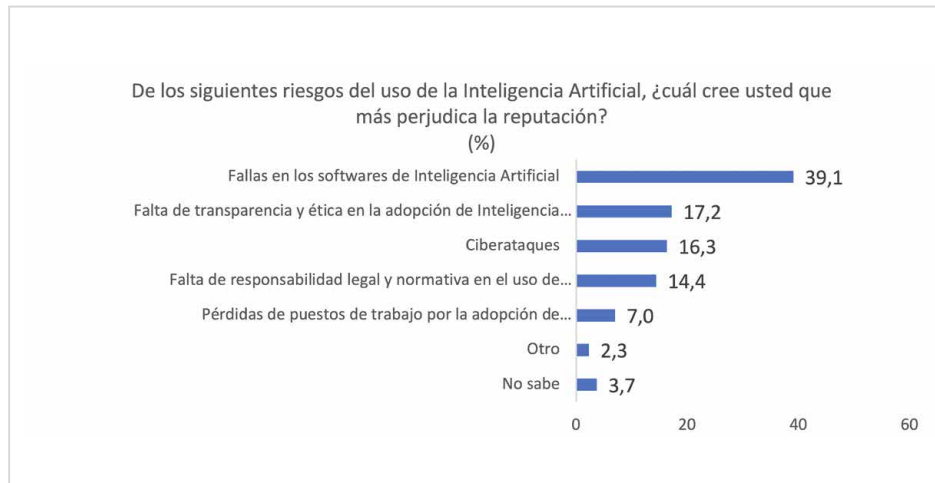
Base: 215 Total entrevistados



# PERCEPCIONES ACERCA DE LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA REPUTACIÓN

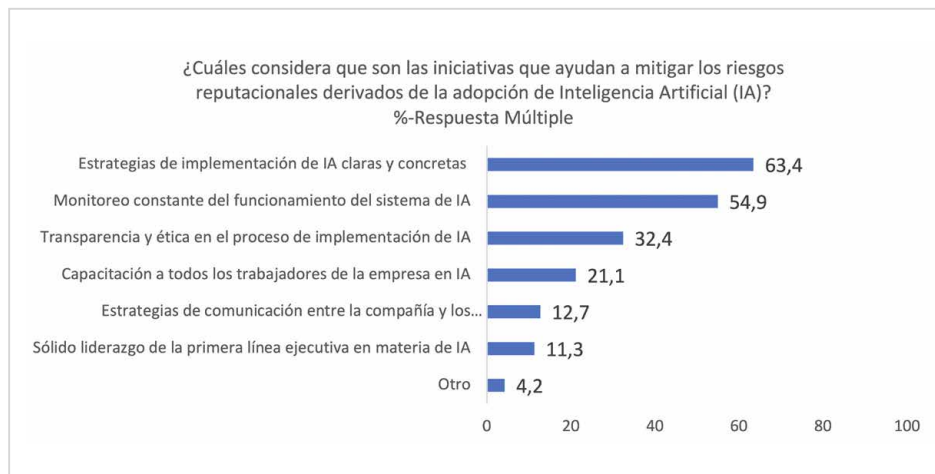


## Dos de cada cinco entrevistados señala que las fallas en los softwares de Inteligencia Artificial es el riesgo que más afecta la reputación



Base: 215 Total entrevistados

## Estrategias de implementación concretas y monitoreo constante de la IA son las mejores iniciativas para resguardar la reputación



Base: 71 entrevistados de empresas que utilizan la Inteligencia Artificial



# PERCEPCIONES ACERCA DE LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA REPUTACIÓN



## CONCLUSIONES

### 1 Se reconoce el valor de la Inteligencia Artificial pero con una adopción a pequeña escala

La Inteligencia Artificial es una tecnología que es ampliamente comprendida en las compañías. Sin embargo, solo una parte de los entrevistados declara haberla implementado en sus empresas. La mayoría señala que la implementaron en los últimos tres años y entre las razones para su adopción destacan la mejora en la experiencia de los clientes y la optimización de procesos operativos de las compañías. Los líderes empresariales de compañías que no utilizan la Inteligencia Artificial señalan que tienen pensado implementarla en el futuro.

### 2 Se perciben beneficios por sobre los riesgos en el uso de Inteligencia Artificial en las compañías

Entre los dilemas planteados respecto de la Inteligencia Artificial, la afirmación que concita mayor acuerdo entre los entrevistados es aquella que señala que los riesgos de la adopción de Inteligencia Artificial no son significativos respecto a los beneficios que conlleva su uso en las compañías. Además, se respalda que la Inteligencia humana abarca habilidades que difícilmente sean equiparadas por los sistemas de Inteligencia Artificial. Al profundizar en la reputación corporativa, están a favor de que las fallas en los sistemas de Inteligencia Artificial representan amenazas significativas para la reputación de las compañías. Sin embargo, hay opiniones divididas sobre si la adopción de la Inteligencia Artificial en las empresas podría verse frenada por el temor a daños reputacionales.

### 3 Cuando falla la Inteligencia Artificial la reputación es la más perjudicada

Los líderes empresariales reconocen que la principal contribución de la Inteligencia Artificial para la reputación corporativa es la mejora en la toma de decisiones de las compañías. Sin embargo, frente a los problemas que puedan surgir derivados de su uso, las empresas quedan expuestas principalmente a riesgos reputacionales frente a otros riesgos (Legal, financiero, etc). Se considera que las fallas que pueden presentar los softwares de Inteligencia Artificial son las que más afectan a la reputación de una compañía.

Entre las mejores iniciativas para mitigar los riesgos reputacionales derivados de la adopción de la Inteligencia Artificial, se identifican: estrategias concretas de implementación y monitoreo constante de los sistemas de Inteligencia Artificial.



# PERCEPCIONES ACERCA DE LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA REPUTACIÓN



## RECOMENDACIONES PARA LAS COMPAÑÍAS

- Determinar si cuentan con las capacidades tecnológicas para implementar la IA.
- Comunicar el objetivo principal de la adopción de la IA a la organización.
- Capacitar a los colaboradores de las áreas involucradas en la IA.
- Delimitar las expectativas sobre los resultados de la adopción de la IA.
- Reconocer los límites éticos del uso de la IA.
- Identificar exhaustivamente los potenciales riesgos de la adopción de la IA
- Determinar la capacidad de respuesta empresarial para gestionar los riesgos identificados.
- Monitorear sistemáticamente el funcionamiento de los sistemas de IA.
- Para mitigar los efectos negativos sobre la reputación se recomienda que las organizaciones, primero, identifiquen el origen del problema de la IA, segundo, entiendan desde dónde proviene el cuestionamiento que hacen los grupos de interés y, tercero, desarrollen una estrategia de respuesta según el origen de la controversia ocasionada por la IA.
- Por ejemplo, ante el mal funcionamiento de un software de la IA las respuestas empresariales deberían asociarse con la mejora de la capacidad tecnológica de esa compañía. En cambio, si se cuestiona la falta de ética en la adopción de la IA, las reacciones deberían orientarse a visibilizar los principios que rigen a esa organización.



# PERCEPCIONES ACERCA DE LA ADOPCIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS: OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LA REPUTACIÓN



## BIBLIOGRAFÍA

- Cheatham, B., Javanmardian, K. & Samandari (2019). Confronting de risk of artificial intelligence. Mckinsey. En <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/confronting-the-risks-of-artificial-intelligence>
- Haenlein, M., Kaplan, A. Tan, C. & Zhang P. (2019) Artificial intelligence (AI) and management analytics, Journal of Management Analytics, 6:4, 341-343, DOI: 10.1080/23270012.2019.1699876.
- Holweg, M., Younger, R. & Wen ,Y. (2019). The reputational risks of AI. California Management Review. Publicado en Berkley Haas School of Business Universidad de California, Berkeley





Universidad de los Andes

CENTRO  
**REPUTACIÓN  
CORPORATIVA**

## **INFORMACIÓN CORPORATIVA**

**ESE Business School Chile**  
**Universidad de los Andes**

Avenida La Plaza 1905, San Carlos de Apoquindo

Las Condes - Santiago de Chile

[www.esec.cl/crc](http://www.esec.cl/crc)

226181561 - 226181534

[reputacioncorporativa.esec@uandes.cl](mailto:reputacioncorporativa.esec@uandes.cl)