ADai Newsletter #3
Edición Octubre | 2026

Achicar la idea no es hacer menos: es elegir qué queda afuera

SABER MÁS



RECONOCIMIENTOS ADGROUP · CULTURA DE INNOVACIÓN



José Tomás Ovalle
Jefe de Business Intelligence y Proyectos Comerciales

PÍLDORAS INTELIGENTES

Achicar la idea no es hacer menos: es elegir qué queda afuera

Entre el cierre de postulación y la entrega del demo hay nueve semanas exactas, y casi ninguna idea entra entera. Cómo dejar una pieza chica que ya le sirva a alguien, y cuatro señales de que la idea todavía está grande.

ADAI NEWS

CHILE **CODELCO**

Codelco incorporó IA en abastecimiento, asuntos legales, sustentabilidad y gestión documental, alcanzando a 5.500 trabajadores. La iniciativa incluye 600 "Impulsores Digitales" que promueven buenas prácticas y una adopción segura y transversal, en un modelo similar a ADai.

Fuente: Codelco, 24 de septiembre de 2026

MUNDO **NVIDIA**

NVIDIA acordó comprar Hugging Face por US$12.930 millones, acercándose a millones de desarrolladores y ampliando su presencia desde la infraestructura al software de IA. La operación busca controlar más etapas de creación y despliegue de modelos y aún requiere aprobación regulatoria.

Fuente: NVIDIA, 3 de septiembre de 2026

COLUMNA DE OPINIÓN



Mauricio Navarrete · CEO ADCLEAN

El enemigo no es la IA. Somos nosotros

En Stanford, el profesor Jonathan Levav partió su clase con un dato incómodo: el 95% de los pilotos de IA en empresas fracasa. Casi ninguno por la tecnología. Fracasan por nosotros.

Y antes de que alguien se ría del vecino de escritorio, el primero en resistirse fui yo. Volví de California con 40 ideas y una convicción ingenua: bastaba con mostrarles la herramienta. El comité de gerentes de AD Group aplaudió, dijo "excelente" y volvió a sus planillas de siempre. No fue mala voluntad. Fue resistencia. Nuestro cerebro lleva unos 50.000 años sin actualizaciones; la tecnología se renueva cada seis meses.

Esa diferencia de versiones tiene consecuencias, y podemos entenderlas en cuatro puntos.

Primero: la caja negra. Nos cuesta confiar en lo que no entendemos. Lo curioso es que tampoco comprendemos cómo decide un médico, un perito o un gerente; solo creemos que sí. Netflix encontró una forma sencilla de acercar sus recomendaciones: no dice "te recomendamos esto", explica "porque viste Daredevil". Esa razón convierte algo que parece magia en una sugerencia

comprensible. Toda IA que usemos debería mostrar por qué propone una respuesta y no otra.

Segundo: no perdonamos sus errores. Si el GPS te manda por una ruta equivocada una vez, vuelves a la de siempre. A una persona que se pierde varias veces, probablemente le das otra oportunidad. A eso se le llama aversión al algoritmo: juzgamos con más dureza a la máquina. Pero no necesitamos obedecerla a ciegas. En los experimentos de Dietvorst, cuando las personas podían ajustar el resultado, el uso del modelo subió del 47% al 71%. No pedimos fe; queremos poder intervenir.

Tercero: la identidad. Nadie quiere que un robot le haga un tatuaje, aunque muchos aceptarían que un láser robótico se lo quite. Crear algo puede ser parte de quiénes somos; eliminarlo parece un trámite. Con la cocina ocurre algo parecido: "una máquina cocina por ti" suena a reemplazo; "tú cocinas con la ayuda del equipo" suena a colaboración. La IA no viene a formular, vender ni decidir por nosotros. Debe ayudarnos a hacer mejor aquello que ya sabemos hacer bien.

Cuarto: el criterio humano. Aceptamos que un algoritmo decida qué publicidad vemos, pero nos incomoda que resuelva si una persona recibe un remedio. Cuando hay un juicio moral o alguien puede salir herido, un humano debe estar al frente.

También importa que sea fácil empezar. Si una herramienta exige tres claves, dos capacitaciones y un mes de carga de datos antes de servir, probablemente no se use. La gente recicla cuando el tacho está cerca, no al otro lado del patio. El buen diseño acerca la ayuda al trabajo cotidiano.

El desafío de esta semana no es "implementar IA". Es elegir una tarea aburrida, de esas que no nos definen, y probarla con IA antes del viernes. Corremos a aprender, no a implementar. Si falla, me avisan. Si funciona, lo contamos: nada convence más que ver al de al lado salir temprano.

APRENDE. **DESCUBRE.** **APLICA.** **INNOVA.**

ADAI CHALLENGE

ENTREGA DE DEMO
30 OCT