



AXA, BBVA, Carrefour y Cinfa lanzan con la Universidad de Navarra su nuevo programa de innovación para startups

- Arranca la primera edición de SofIA, un programa de aceleración empresarial promovido por el Instituto de Ciencia de Datos e Inteligencia Artificial de la Universidad de Navarra que pone en contacto startups con empresas innovadoras

Madrid, 31 mayo 2022. El Instituto de Ciencia de Datos e Inteligencia Artificial (DATAI) de la Universidad de Navarra ha presentado hoy SofIA, un programa de aceleración de empresas que busca startups capaces de desarrollar soluciones tecnológicas para empresas innovadoras de sectores como el financiero, el farmacéutico, los seguros y la distribución.

AXA Seguros, BBVA AI Factory, Carrefour y Laboratorios Cinfa son las compañías que participan en esta primera edición del programa y han planteado sus retos en la aplicación de la inteligencia artificial: la prevención de los siniestros, el empoderamiento del cliente en la gestión de sus finanzas, la mejora de la experiencia de compra o la producción eficiente.

Las startups interesadas pueden enviar sus propuestas a la Universidad de Navarra hasta finales de junio desde la web unav.edu/sofia. El día 27 de ese mismo mes se celebrará un *pitch* para seleccionar la más competitiva en cada uno de los retos. A partir de entonces, dispondrán de los seis meses siguientes para aportar una solución, en los que contarán con el acompañamiento de la Universidad de Navarra, que facilitará la gestión y formación adecuadas de la mano de Innovation Factory, la unidad de emprendimiento e innovación del centro académico. Accenture, Amazon Web Services y Tableau aportarán las herramientas de trabajo necesarias.

Iván Cordón, de la Universidad de Navarra, ha destacado que “vivimos un momento histórico en el que la inteligencia artificial transformará las empresas y la sociedad. Aquellas empresas que no utilicen los datos como un activo estratégico desaparecerán. SofIA busca convertirse en un foro de referencia donde las startups y las empresas puedan trabajar en soluciones disruptivas basadas en datos”

En SofIA se buscan startups capaces de extraer conocimiento de los datos para desarrollar soluciones a medida y de fácil aplicación en el mercado. Para Francisco Maturana, CEO de BBVA AI Factory, “participar en este programa es una buena oportunidad para conocer start-ups que nos aporten su visión sobre cómo mejorar la personalización de la experiencia del cliente con los servicios de banca”. El reto de la entidad financiera es dotar a sus clientes de las herramientas necesarias para la autogestión de sus finanzas. Para ello, “utilizamos modelos de IA para proponer acciones personalizadas que mejoren su salud financiera”, ha destacado Jesús Renero, responsable de la disciplina de ciencia de datos en la compañía, durante su intervención.

En el ámbito de seguros para empresas, en concreto para industrias; se requiere utilizar datos existentes en la red para identificar diferentes patrones que permitan el desarrollo de un modelo de inteligencia artificial para identificar la causa de un siniestro de daño por incendio en el ámbito de empresas, así como el impacto del mismo. Nieves Malagón, directora de AXA Opensurance, considera que “la innovación en AXA nos ha de ayudar a proteger a las personas, a lo que es importante para ellas y, desde luego, hacerlo de una manera sostenible. Los datos nos pueden ayudar para construir soluciones eficientes y escalables. Ahora bien, lo importante no es el dato en sí, sino cómo lo usamos de forma inteligente e integramos en cada interacción con el cliente para que tenga realmente un poder transformador”.

Para el sector de la distribución y el gran consumo, la voz del consumidor tiene una gran importancia en el proceso de mejora e innovación: comentarios en caja, información del contact center, sugerencias en la web, textos, imágenes, audios...



Universidad
de Navarra



Resulta necesario procesar estos datos para extraer valor de las diferentes fuentes de información disponibles en Carrefour. Según su director de Data, David Villarino, “En Carrefour trabajamos para mejorar el proceso de compra del cliente a través de la personalización de las comunicaciones y de la capacidad de escucha. La voz del consumidor tiene una gran importancia en nuestros procesos de mejora e innovación, por lo que afrontamos con ilusión el proyecto que compartimos con la Universidad de Navarra. Estamos convencidos de que el trabajo de la start-up que se embarque en nuestro reto nos ayudará de forma decisiva a mejorar la experiencia de nuestros clientes, un objetivo que para nosotros es lo más importante”.

La eficiencia productiva en el ámbito de la salud ocupa también un espacio relevante en SoflA. Laboratorios Cinfa busca acompañar su producción a las necesidades de los pacientes para que todas las personas, especialmente las que padecen enfermedades graves o crónicas, tengan siempre acceso a sus medicamentos. Julio Sánchez, responsable de Innovación de Laboratorios Cinfa, considera que “en el contexto global actual y, especialmente, en el sector de la salud, es más necesario que nunca contar con una herramienta de predicción de la demanda con la que ajustar los planes de producción a las circunstancias que puedan darse en el mercado y asegurar así la disponibilidad de nuestros medicamentos para los pacientes”.

DATAI es el centro de investigación, innovación y formación en datos e inteligencia artificial de la Universidad de Navarra, que promueve un trabajo colaborativo e interdisciplinar para la transferencia del conocimiento científico en forma de soluciones que la sociedad necesita, transformando la cadena de valor de las empresas para ser más competitivas.