EL MERCURIO

Fecha: 28/08/2025 Audiencia: 320.543 Sección: ECONOMIA
Vpe: $6.022.374 Tirada: 126.654 Frecuencia: SEMANAL
Vpe pág: $20.570.976 Difusión: 126.654
Vpe portada: $20.570.976 Ocupación: 29,28%

El 42% de los líderes de empresas en Chile aún no han usado inteligencia artificial, pese a que se considera clave

PABLO CORREA

Estudio revela que, aunque el 86% de los líderes de empresas consideran "clave" su rol en la adopción de IA, un 42% del total no han usado herramientas de este tipo y carecen de tiempo para abordar estos temas.

El estudio realizado por la consultora Brinca y el Instituto de Directores retrata la distancia que todavía existe entre el discurso y la práctica en materia digital de los líderes de empresas nacionales. Aunque la mayoría de los encuestados reconoce que la transformación tecnológica es un tema central para la competitividad, la aplicación concreta de estas herramientas es muy limitada.

La encuesta —aplicada a 55 directores, 33 gerentes generales y 18 gerentes de primera línea con reporte directo al directorio, que en conjunto representan a 127 directorios de empresas chilenas— buscó medir el nivel de madurez digital de este tipo de administraciones. El objetivo fue evaluar su grado de desarrollo, la actitud hacia la digitalización y, particularmente, su rol en la adopción de inteligencia artificial (IA).

Las respuestas provinieron de empresas de múltiples sectores, principalmente servicios financieros (16%), tecnología y telecomunicaciones (13%), bienes de consumo y *retail* (12%) y agroindustria (11%), entre otros. El levantamiento del estudio se realizó entre el 24 de junio y el 21 de julio de este año.

Brecha entre el discurso y uso efectivo de IA

Uno de los hallazgos más relevantes se encuentra en la aplicación y regulación de la IA. El 86% de los líderes de empresas encuestados declaran que su rol es clave para impulsar su adopción, pero un 42% de ellos reconoce que no han utilizado esta tecnología en ninguna de sus funciones (ver gráfico). Además, la mayoría declara solo un nivel medio o bajo de familiarización con la IA generativa, lo que mantiene las discusiones estratégicas al margen de los riesgos y oportunidades que plantea.

La falta de marcos regulatorios internos refuerza esta brecha. Solo un 23% de las empresas cuenta con políticas de IA desarrolladas, mientras que un 77% carece de ellas, lo que significa que la adopción tecnológica avanza sin lineamientos claros. Aun así, un 20% de la muestra dice que al menos ya se encuentra conversando activamente sobre cómo integrar estas herramientas dentro de la empresa.

BRECHA
Solo un 23% de las empresas cuenta con políticas de IA desarrolladas.

Estrategia digital como motor de innovación

El problema no se limita a la IA. El estudio revela que apenas un 44% de las empresas chilenas cuenta con una estrategia de transformación digital formalizada, ya sea en ejecución o aplicada. En paralelo, casi un 40% de la muestra admite que influye poco o nada en dicha estrategia. De esta manera, aunque la digitalización se percibe como prioritaria, su gestión se delega en gran medida a la administración, restando al directorio un rol de liderazgo efectivo.

La evidencia indica que contar con una estrategia digital hace una diferencia significativa. Entre las compañías que la han definido, un 83% declara que la innovación en modelos de negocios derivados de la digitalización está muy presente en la agenda. En contraste, solo un 32% de las empresas sin estrategia digital logra el mismo nivel de incorporación de la innovación.

El estudio también identificó las principales barreras que frenan el avance de la transformación digital. El 63% de los líderes de empresas señalaron el bajo conocimiento digital como la traba más crítica, seguida por la falta de tiempo (61%) y de recursos financieros o humanos (37%). Otros factores que aparecen en menor medida son la incertidumbre tecnológica (28%) y el desconocimiento de riesgos (24%).

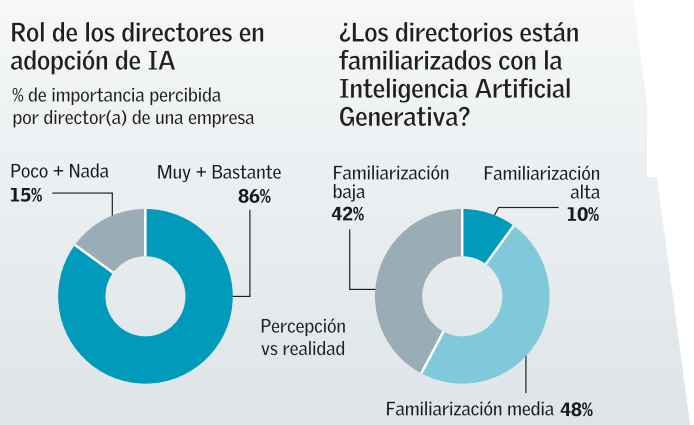
Del discurso a la acción

Los hallazgos generales apuntan a un mismo diagnóstico: los líderes de empresas reconocen su rol en la transformación digital, pero todavía les cuesta liderar la estrategia tecnológica. "Sin estrategia digital, el directorio actúa de forma reactiva y con poco impacto", advierte el informe. En cambio, cuando se cuenta con un plan claro y equipos especializados, el rol de estas instancias se fortalece como motor de innovación.

Las recomendaciones se concentran en pasar del discurso a la acción. El estudio sugiere designar comités específicos que hagan seguimiento y rindan cuentas sobre los avances, invertir en la formación y actualización digital de los directores y asegurar que la transformación digital tenga un espacio sistemático en las sesiones de directorio.

La conclusión es clara: "Cuando el directorio impulsa la innovación y la integración tecnológica, fortalece la resiliencia y competitividad de la empresa en el entorno digital actual y futuro", sostiene el documento.

El 86% de los líderes de empresas considera que su rol es clave para la adopción de IA, pero un 42% no ha usado IA



Fuente Brinca - Instituto de Directores de Chile, 2025. EL MERCURIO