

ChileConverge encuestó a 200 miembros de su comunidad

Los usos cotidianos de la IA en los negocios

MELISSA FORNO

ChileConverge, corporación que apoya a emprendedores para potenciar sus negocios, entregó los resultados de su última encuesta sobre utilización de herramientas digitales e Inteligencia Artificial (IA), que aplicó a 200 miembros de su comunidad en diversas regiones del país.

Según el sondeo, un 84,85% de quienes respondieron son dueños o socios de sus empresas, lo que entrega una visión sobre cómo están enfrentando la digitalización. Junto con ello, un 61% declaró ser el único trabajador en su negocio, reforzando el rol de las tecnologías para automatizar tareas y optimizar recursos.

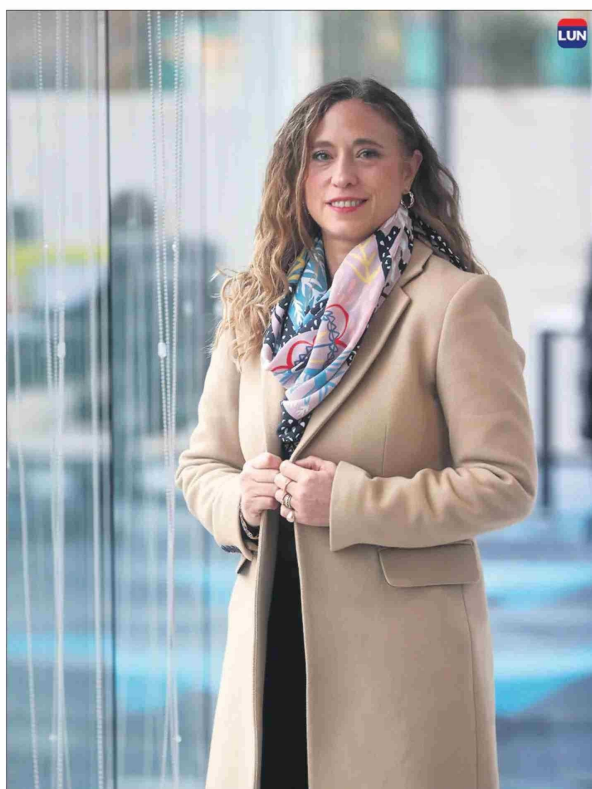
Los datos arrojaron que el 70% ya ha utilizado herramientas de IA como ChatGPT, Gemini o Claude, al menos una vez; un 91% identificó al área de marketing y ventas como la de mayor potencial para aplicarlas, seguido de la atención al cliente (54%) y de la toma de decisiones estratégicas (38%). El 99,5% manifestó tener la voluntad de participar en capacitaciones sobre habilidades digitales e IA, lo que refleja una demanda por formación práctica y aplicada. No obstante, las principales barreras para la implementación son el desconocimiento sobre cómo y por dónde empezar (60,6%) y la falta de presupuesto (45,5%).

Las redes sociales destacaron como las herramientas más ocupadas (84,8%) y solo un pequeño porcentaje ha explorado alternativas más complejas, como las Customer Relationship Management (CRM), denominación que alude a un conjunto de estrategias comerciales y de tecnologías enfocadas en la vinculación con los clientes, o sistemas de análisis de datos.

Según explica María Soledad Correa, directora ejecutiva de ChileConverge, "nosotros somos una plataforma que apoya a las Pymes a nivel nacional, a través de una comunidad colaborativa que les entrega herramientas y programas de capacitación. Por tal motivo, hacemos actividades para potenciarlas, como aquellas vinculadas a la digitalización. Nuestro primer objetivo es enseñarles a cómo usarlas, porque muchas no las conocen".

Agrega que "varios emprendedores trabajan solos y deben todos los días buscar

Un 91% identificó al área de marketing y ventas como la de mayor potencial para aplicarlas.



RUBÉN GARCÍA

María Soledad Correa detalló el esquema colaborativo de ChileConverge.

estrategias para vender más. En este sentido, las redes sociales han sido muy potentes para la difusión, siendo una ayuda relevante la IA. Si bien utilizar GTP, podría decirse que actualmente está de moda, porque salió hace poco, ataca directamente la necesidad de hacer trabajos en menor tiempo o de ejecutar de mejor forma tareas que a un emprendedor le cuestan más, porque no están dentro de sus competencias. Por tal motivo, si se capacitan pueden sacar mayor provecho a este tipo de herramientas, es por ello, que llevamos un tiempo haciendo talleres sobre el tema, además de preparar cursos online que estén siempre disponibles", agrega.

La encuesta abarcó diversos rubros, siendo el comercio (19,2%), la artesanía y cultura (15,2%) y los servicios a empresas (16,7%) los más representados. También, los principales desafíos para estos emprendimientos son aumentar las ventas (79,8%) e innovar con escasos recursos (49,5%), lo que hace todavía más urgente el acceso a herramientas tecnológicas y eficientes.