

Uso de la IA en los emprendedores chilenos aumentó 25% en tres meses



Un reciente estudio desarrollado por G100 y Criteria, reveló que el uso de esta tecnología se da principalmente en la creación de contenido para redes sociales, redactar textos, diseñar imágenes o videos y para buscar ideas de nuevos productos y servicios.

Por: Daniel Fajardo

Según la última medición del estudio "Radar Emprendedor", elaborado por G100 junto a Criteria, el uso de inteligencia artificial (IA) subió un 25% en sólo tres meses, en un 25%, al comparar los resultados de junio y septiembre de 2025. Además, un 60% de los 280 emprendedores encuestados, declaró utilizarla en su negocio.

Y a pesar que 52% de los consultados afirma estar funcionando con dificultades y evalúa negativamente la situación económica del país para emprender; un 81% dice que la IA le ayuda al crecimiento. "Es ese espíritu –curioso, inquieto y creativo– el que impulsa a los emprendedores a abrir nuevos caminos. Hoy, incorporar herramientas y tecnologías es clave", afirma Gloria Tironi, presidenta de G100.

Aunque seis de cada diez emprendedores ya usa IA, la forma en que se aplica sigue concentrada en tareas generativas (ejemplo: ChatGPT). Los usos más frecuentes son creación y mejora de contenido para redes sociales (76%), redacción de textos comerciales y correos (66%), diseño de imágenes y videos (60%) y búsqueda de ideas para nuevos productos y servicios (55%).

En cambio, el uso en analítica, planificación o automatización interna es bastante menor: sólo un 43% declara usar IA para analizar datos o tendencias de mercado, un 35% para planificar tareas internas, un 22% para atención al cliente y un 12% para optimizar precios o inventarios.

Entre quienes crecieron el último año, un 67% asegura haber utilizado IA para análisis de datos, casi el doble que el promedio general. Esta diferencia no prueba causalidad, pero si

sugiere que la captura de valor estaría ocurriendo en el plano más estratégico y menos visible. "Para 2026, el desafío estará en cómo ampliamos el espectro de conocimiento, para que los emprendedores descubran nuevas herramientas y den un salto más allá de lo comunicacional", agrega Tironi.

Otro elemento relevante es la expansión territorial del fenómeno. En la zona sur, el uso de IA pasó de 44% a 65% en tres meses, mientras que en la zona central el salto fue de 59% a 68%. En el norte, la variación fue marginal, de 46% a 47%.

El estudio de G100 y Criteria, también detecta mayor adopción de IA en mujeres y en el tramo etario de 40 a 49 años, lo que tensiona el estereotipo de que las tecnologías emergentes quedan circunscritas a perfiles jóvenes, digitales o con capital tecnológico previo. En paralelo, la percepción de utilidad sube: seis de cada diez emprendedores consideran que la IA sería útil para su negocio, incluso quienes no la han usado aún.

La brecha mayor no está en la valoración sino en la aplicación, ya que la IA es la herramienta digital con mayor diferencia entre quienes la consideran útil y quienes efectivamente la utilizan, lo que sugiere espacio para capacitación, acompañamiento y alfabetización práctica.

El panorama del ecosistema

El "Radar emprendedor" toca otras aristas con respecto al mundo de las startups. Del total de emprendedores encuestados, el 93% mantiene un emprendimiento activo y para el 54% constituye su principal fuente de ingresos. Por otro lado, la "identidad emprendedora"

también aparece marcada por atributos personales: perseverancia (81%), creatividad (76%), pasión (73%) y resiliencia (59%) son los rasgos más mencionados en la muestra.

En otro aspecto del informe, las motivaciones más frecuentes también tienen un carácter vocacional, donde la autonomía y la flexibilidad aparecen como la principal razón para emprender, seguidas por la idea de "seguir una pasión".

La medición también releva tensiones en el ecosistema de apoyo. Para los emprendedores, los principales actores que deberían ayudar el desarrollo del emprendimiento son el Estado, las autoridades locales y el sistema financiero. Sin embargo, los que realmente aparecen apoyando –según los datos del informe– son las comunidades, asociaciones y ONGs.

En materia de financiamiento, el 41% de los encuestados ha recibido apoyo económico alguna vez, pero sólo un 27% en la Región Metropolitana, y el grueso proviene de Sercotec y Fosis, más que de entidades privadas o bancarias.

Otro de los hallazgos que cruza la medición es la internacionalización. Si bien sólo una minoría vende fuera del país, un 68% declara querer internacionalizarse, con niveles de interés transversales por tipo de emprendimiento, género, región y tamaño. Las necesidades para hacerlo están claras: financiamiento (56%), capacitación (52%) y redes internacionales (42%). Más que un objetivo consolidado, la internacionalización aparece como un vector aspiracional que aún no logra convertirse en práctica extendida dentro del ecosistema.

IA EN REGIONES

Otro de los hallazgos relevantes del estudio es que el uso de inteligencia artificial aumentó significativamente en los negocios ubicados en la zona sur del país, pasando de un 44% a un 65% entre junio y septiembre de 2025, lo que da cuenta de una expansión territorial en la adopción de estas tecnologías. En la zona centro, en tanto, el crecimiento fue del 59% al 68%. En contraste, la zona norte mostró una variación poco significativa, pasando de un 46% a un 47% en tres meses.

