

de la estrategia del negocio y sin una bajada clara desde la alta dirección y el directorio. Se prueban herramientas, pero no se redefine dónde crear valor ni cómo transformar realmente la organización.

El segundo gran error es creer que el cambio tecnológico avanza solo. No basta con incorporar herramientas si las personas no son capacitadas ni acompañadas en su adopción. La transformación exige impulsar con la misma fuerza la tecnología, el aprendizaje y la gestión del cambio. Hay que tener claro que la IA más que un cambio tecnológico, es una transformación organizacional.

En Chile, esta debería ser una señal de alerta. La IA no es una moda ni un proyecto aislado: es una nueva forma de generar valor, competir y trabajar. Quienes la integren a su estrategia, a su operación y al desarrollo de talento serán quienes capturen las oportunidades que marcarán el futuro.

*Carolina Pérez Echeverría
CEO Foresight Consulting*

Reactivar el mercado inmobiliario

Señor Director:

Las medidas anunciadas por el Gobierno para reactivar el mercado inmobiliario representan un paso en la dirección correcta, pero resultan claramente insuficientes para generar un cambio estructural profundo en el sector. Si bien la exención transitoria del IVA a la venta de viviendas nuevas y los ajustes normativos pueden contribuir a reducir precios y ayudar a movilizar parte del stock acumulado, su impacto será limitado y no necesariamente se trasladará de manera completa al comprador final.

El principal obstáculo que enfrenta hoy el sector no radica únicamente en la oferta, sino en una demanda debilitada por el alto costo del financiamiento, las restricciones crediticias persistentes y la incertidumbre económica que desincentiva las decisiones de compra. Una porción relevante del mercado, especialmente los segmentos medios, queda fuera del alcance de los instrumentos de apoyo actuales, lo que reduce la efectividad de las iniciativas focalizadas

Ganadores y perdedores con la IA

Señor Director:

La carrera por capturar valor con la inteligencia artificial ya comenzó, y la brecha entre las empresas que avanzan y las que quedan atrás sigue creciendo. El último estudio de PwC muestra que el 20% de las compañías concentra el 74% del valor económico generado por la IA.

¿Por qué ocurre esto? Porque muchas organizaciones siguen abordando la IA como pilotos aislados, desconectados