

Las alertas que levantaron dos académicos de la UAI por la adopción de IA en microemprendedores

Icare y la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI) publicaron un nuevo "Doble Click Económico".

POR CATALINA VERGARA

La inteligencia artificial (IA) avanza a paso veloz y cada vez es una herramienta más usada por las personas, lo cual significa un desafío para las empresas en el sentido de implementarla en su día a día.

Pero este desafío se hace aún mayor en el caso de los microemprendimientos. Esto es lo que buscaron analizar los académicos de la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI), Viviana Fernández y Sebastián Uriarte, en una nueva edición del "Doble Click Económico", que dicha facultad realiza en conjunto con el Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas (icare).

Los profesores llevaron a cabo una encuesta a 400 emprendedores entre junio y agosto de



2025, que reveló que alrededor de un tercio de las empresas utiliza estas herramientas muy infrecuentemente o nunca.

En la frecuencia de uso de varias veces en un mes o en una semana, se utiliza IA más intensivamente para analizar datos o métricas.

Otro de los resultados es que las empresas

más grandes están más de acuerdo con que la IA tiene un precio razonable o que ofrece una buena relación precio/calidad. Ello se refleja en que utilizan la inteligencia artificial con una mayor frecuencia que las empresas pequeñas.

A su vez, los empresarios motivados por la oportunidad de negocios utilizan,

en promedio, esta herramienta con mayor frecuencia que aquellos motivados por la necesidad económica.

El sondeo también hace diferencias por grupo etario. Los menores de 45 años presentan niveles de uso y expectativas de esfuerzo considerablemente más altos que los grupos de mayor edad. Mientras que en el grupo de menores de 45 años, el 51% de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con que la IA puede destruir empleos, versus un 60% en el caso de los mayores de 45 años.

Asimismo, entre las mujeres existe mayor preocupación en tal sentido (58%) que entre los hombres (49%).

"La principal lección de este análisis es que la brecha de adopción de IA es socioeconómica, generacional y estructural", aseguran los autores.

Es por esto que para Fernández y Uriarte las políticas de digitalización deben ser dirigidas específicamente a los segmentos rezagados: microempresas informales, emprendedores mayores de 45 años y aquellos de menores niveles educativos.