



INTELIGENCIA • IA

Cuando la IA aprende una industria

La transición desde modelos generales hacia inteligencia especializada y sus implicancias para el mercado inmobiliario.

Cuando la IA aprende una industria

La transición desde modelos generales hacia inteligencia especializada y sus implicancias para el mercado inmobiliario

Centro de Estudios Vector · Research · Informe N°03 · Inteligencia IA · Edición Q3 2026 · Alcance: tesis global sobre IA vertical, adaptada e interpretada para el mercado inmobiliario chileno.

FICHA TÉCNICA

TEMA	IA vertical y mercado inmobiliario
ALCANCE	tesis global adaptada al rubro
FUENTE DE LA TESIS	Bessemer Venture Partners · a16z
FOCO	por qué el valor pasa del modelo al contexto
EDICIÓN	Q3 2026
METODOLOGÍA	adaptación e interpretación Vector

01 RESUMEN EJECUTIVO

Durante dos años, la conversación sobre inteligencia artificial giró en torno a los modelos: cuál razona mejor, cuál escribe mejor, cuál es más rápido. Esa conversación ya está resuelta en lo esencial, y su conclusión es incómoda para quien apostó todo a la herramienta: **la capacidad se está volviendo un commodity**. Cualquiera, hoy, tiene acceso a un modelo capaz. El acceso dejó de ser una ventaja.

Cuando la capacidad se democratiza, el valor no desaparece: se mueve. Y se mueve hacia el único lugar que un modelo general no tiene —el **contexto** de una industria específica—. Es la tesis que hoy ordena la inversión y la construcción de productos de IA en el mundo, y tiene un nombre: **IA vertical**. La distinción es simple: la IA horizontal entrega **capacidad**; la IA vertical entrega **contexto**; el contexto es donde se genera el valor.

La evidencia del cambio es contundente. Bessemer Venture Partners estima que el mercado de la IA vertical será **al menos diez veces** el del software vertical tradicional, porque ya no compite por el presupuesto de tecnología de una empresa —cercano al 1% del PIB—, sino por el del trabajo que esa empresa realiza. Andreessen Horowitz lo resume desde el otro lado: a medida que los modelos se abaratan, el recurso escaso deja de ser el modelo y pasa a ser el **dato y el flujo de trabajo de cada industria**, a los que un modelo general no tiene acceso.

Para el rubro inmobiliario, la lectura es directa. La ventaja no la tendrá quien tenga el mejor modelo —eso lo tienen todos—, sino quien combine ese modelo con lo que ningún modelo general trae de fábrica: los datos del mercado, la normativa chilena, el flujo real de una

operación y el juicio de quien conoce el negocio. La herramienta se reparte para todos; la ventaja, para pocos.

02 HALLAZGOS PRINCIPALES

-
- 01 **La capacidad de la IA se volvió un commodity.** El acceso a un modelo capaz dejó de ser una ventaja: lo tienen todos.
-
- 02 **El valor se movió del modelo al contexto.** La IA horizontal entrega capacidad; la IA vertical entrega contexto; el contexto de una industria es donde se captura el valor.
-
- 03 **El mercado de la IA vertical será $\geq 10\times$ el del software vertical tradicional** (Bessemer), porque compite por el presupuesto del trabajo, no por el de tecnología.
-
- 04 **La barrera ya no es el modelo, es el dato y el flujo de trabajo** de cada industria (a16z): lo que un modelo general no puede ver.
-
- 05 **El rubro inmobiliario es un candidato natural:** está dominado por tareas de lenguaje y datos —análisis, tasación, financiamiento, normativa, documentos— que es justo lo que la IA vertical resuelve.
-
- 06 **La ventaja se desplaza al que combina la herramienta con el contexto del rubro.** No es la IA contra el profesional; es el profesional con contexto contra el que solo tiene la herramienta.
-

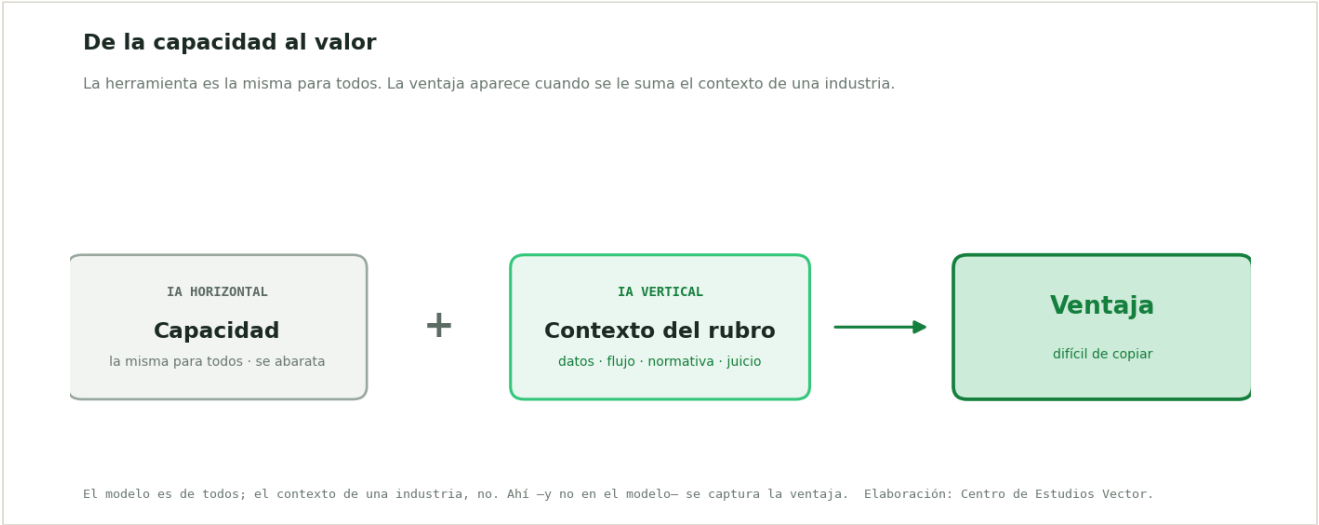
03 DESARROLLO DEL ANÁLISIS

La capacidad se abarata; el contexto, no

Hay un patrón que se repite en cada ola tecnológica: lo que al principio es escaso y caro termina barato y disponible para todos, y el valor se desplaza a la capa siguiente. Con la inteligencia artificial está pasando a una velocidad inédita. Los modelos de frontera —los que hace dos años eran una ventaja en sí mismos— hoy se acceden por una fracción del costo, mejoran mes a mes y se parecen cada vez más entre sí. La capacidad bruta se está nivelando.

Cuando eso ocurre, tener acceso a un buen modelo deja de distinguir a nadie. Andreessen Horowitz lo planteó con precisión a comienzos de 2025: a medida que las capacidades de los modelos base se vuelven un commodity, el recurso escaso se desplaza desde el modelo hacia **los datos y el flujo de trabajo** con que se lo alimenta y se lo pone a operar. Y ahí aparece la asimetría que define todo: un modelo general no tiene acceso permitido a los archivos de una industria, a sus procesos internos, a sus reglas ni a la experiencia de quienes trabajan en ella. La IA vertical sí, porque **está por dentro del flujo de trabajo** de esa industria.

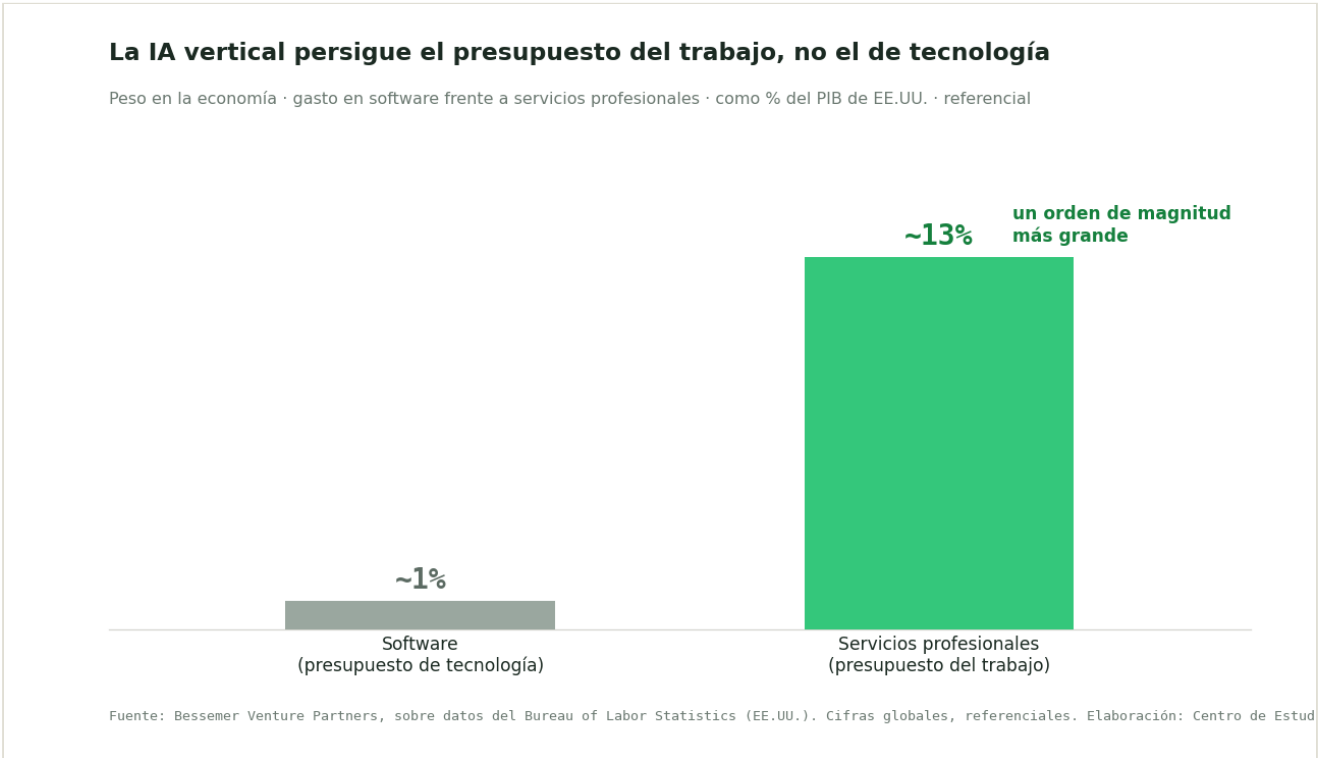
Esa es la línea que separa capacidad de ventaja. La capacidad la entrega el modelo, y es la misma para todos. La ventaja la entrega el contexto —los datos propios de un rubro, su forma de operar, su marco regulatorio, el juicio de quien lo conoce—, y ese contexto no viene en ningún modelo de fábrica.



De la capacidad al valor · dónde se captura la ventaja en la IA vertical

Dónde está el valor: el presupuesto que la IA vertical alcanza

El tamaño del cambio se entiende mirando qué presupuesto persigue cada tipo de software.



El valor que la IA vertical alcanza · presupuesto de tecnología vs de trabajo

El software tradicional compite por el presupuesto de tecnología de una empresa, que equivale aproximadamente al 1% del PIB. La IA vertical compite por algo mucho más grande: el presupuesto del **trabajo** —los servicios profesionales dominados por tareas repetitivas de lenguaje y datos—, que ronda el 13% del PIB según cifras que Bessemer cita del Bureau of

Labor Statistics de Estados Unidos. Es un orden de magnitud de diferencia, y explica por qué Bessemer estima que **el mercado de la IA vertical será al menos diez veces el del software vertical tradicional**.

No es una proyección en el vacío. Las empresas de IA vertical más maduras ya crecen a ritmos que el software tradicional no alcanzó: del orden de 400% anual, con márgenes sanos, y capturando en poco tiempo una fracción alta del valor de contrato de los sistemas establecidos. En industrias tan distintas como la legal, la salud o la auditoría, aparecieron actores que automatizan el trabajo de lenguaje intensivo —resúmenes, notas clínicas, revisión de documentos— que antes consumía las horas más caras de esos rubros. La IA vertical no está persiguiendo el presupuesto de software; está persiguiendo el del trabajo.

La barrera está en el contexto, no en el modelo

Toda tecnología nueva enfrenta la misma pregunta: qué impide que cualquiera la copie. Con las aplicaciones de IA, la crítica frecuente es que muchas son solo una "cáscara" sobre un modelo de terceros —fáciles de replicar, sin ventaja real—. La crítica es válida para algunas, y falsa para las que construyen una barrera de verdad.

Esa barrera, hoy, no está en el modelo —que es de todos— sino en tres cosas que sí son escasas: **datos propios** de la industria, **profundidad de integración** con sus sistemas y flujos, y **conocimiento del sector** para saber qué automatizar y qué no. Un actor que entiende los matices de un rubro y está integrado a sus procesos entrega una experiencia que un modelo general no puede replicar, porque el modelo general no ve lo que ese actor ve.

Lo que ya enseñó el software vertical

Esta película ya se vio una vez, y conviene mirarla porque termina explicando el presente. Cuando el software en la nube se masificó, hace poco más de una década, apareció primero la herramienta horizontal: sistemas genéricos que servían a cualquier empresa —un CRM para todos, una planilla para todos, un sistema de gestión para todos—. Salesforce es el caso mayor de esa ola horizontal, y funcionó. Pero enseguida ocurrió algo que pocos anticiparon: por encima de esos sistemas genéricos se construyó una generación de software hecho para una sola industria, y esa generación capturó un valor enorme.

Se lo llamó **software vertical**, y sus casos son hoy manuales de estrategia. Veeva construyó un negocio de decenas de miles de millones de dólares haciendo software para la industria farmacéutica —no un CRM cualquiera, sino uno que entendía sus reglas regulatorias, sus ciclos y su lenguaje—. Toast hizo lo mismo con los restaurantes; Procore, con la construcción; ServiceTitan, con los oficios y servicios a domicilio. Ninguno inventó el software: tomaron una capacidad que ya existía y le sumaron el contexto de una industria. Ese fue el truco completo, y valió cientos de miles de millones de dólares en valor de mercado combinado.

La lección es exactamente la que ordena este informe: la herramienta genérica se reparte para todos, pero el valor se queda con quien la especializa. Y no es teoría lejana para el rubro inmobiliario, porque el rubro tuvo sus propios ganadores verticales, y vale la pena mirarlos de cerca. **CoStar** levantó un negocio dominante en Estados Unidos con una sola idea: ser dueño de la data del mercado inmobiliario comercial. Durante años consolidó información de arriendos, ventas y propiedades que nadie más tenía junta, y esa base —difícil y cara de replicar— se volvió su barrera; hoy es la referencia obligada del rubro comercial. **Procore** tomó el otro extremo, el de la construcción: en vez de vender un gestor de proyectos genérico, construyó uno que

entiende cómo se coordina de verdad una obra —planos, subcontratistas, avances, incidencias— y puso en una sola plataforma a mandantes, constructoras y especialistas, quedándose con el flujo completo del proyecto. **AppFolio** hizo lo propio con la administración de propiedades: automatizó el trabajo repetitivo del administrador —cobro de arriendos, mantención, comunicación con arrendatarios, contabilidad— para un oficio que las suites genéricas nunca atendieron bien. En los tres casos la ventaja no fue el software en sí, sino el contexto de la industria incrustado en él: sus datos, su flujo, sus reglas.

La diferencia entre aquella ola y la actual es el tamaño del premio. El software vertical persiguió el presupuesto de software de cada industria; la IA vertical persigue el del trabajo, que —como se vio— es un orden de magnitud mayor. Y la barrera evoluciona con ella: donde el software vertical se defendía con la integración al flujo y la acumulación de datos, la IA vertical suma una capa más, la de interpretar ese contexto y operar sobre él. El patrón se repite; lo que cambia es cuánto está en juego —y esta vez el rubro inmobiliario no tiene por qué mirarlo desde la vereda.

Qué es IA vertical en el rubro inmobiliario

Toda esta tesis se escribió mirando la industria legal, la salud, las finanzas. La pregunta que este informe agrega es la que a esas fuentes no les toca responder: **qué significa para el rubro inmobiliario chileno.**

El punto de partida es favorable, aunque no lo parezca. El trabajo inmobiliario está dominado por exactamente el tipo de tarea que la IA vertical resuelve mejor: lenguaje y datos. Analizar un mercado, tasar una propiedad, estructurar un financiamiento, leer una normativa comunal, comparar alternativas de inversión, preparar y revisar documentos, dar seguimiento a un cliente. Son horas caras, repetitivas y basadas en información —el terreno donde la IA vertical ya demostró, en otras industrias, que puede cambiar la economía de un negocio.

Pero acá aparece la distinción central del informe. Un modelo general —el mismo que usa cualquiera— puede redactar un correo o resumir un texto, y eso ya ayuda. Lo que no puede es lo que hace la diferencia: no conoce el precio por m² de una comuna ni su plazo de venta, no sabe leer un plan regulador, no entiende cómo se estructura un dividendo en Chile, no distingue una tasación defendible de una optimista, no está integrado al flujo con que un broker o una inmobiliaria realmente operan. Todo eso es **contexto**, y el contexto no viene en el modelo.

La IA vertical inmobiliaria es, precisamente, esa capa de contexto puesta sobre la capacidad general: los datos del mercado, la geografía, la normativa, las métricas y el flujo de trabajo del rubro, conectados de modo que el modelo deje de ser un asistente genérico y pase a ser una herramienta que entiende el negocio. La ventaja no está en el modelo que hay debajo —ese se abarata para todos—, sino en la profundidad y la calidad de esa capa.

Qué significa que la IA "aprenda" el rubro

Conviene precisar la idea, porque se presta a confusión. Cuando se dice que la IA "aprende" una industria no se habla de que el modelo, por sí solo, se vuelva más inteligente. El modelo general ya es capaz; lo que le falta no es capacidad, es exposición al mundo concreto de un oficio. Aprender un rubro, en este sentido, es adquirir su contexto: los datos que describen su realidad, las reglas que lo gobiernan, el vocabulario con que se habla, los pasos por los que efectivamente pasa una operación y la experiencia acumulada de quienes lo trabajan. Ese aprendizaje no vive dentro del modelo —vive en la capa que se construye a su alrededor y que lo conecta con la industria.

Es la diferencia entre alguien brillante que recién llega a un rubro y alguien igual de brillante que lleva veinte años en él. La capacidad bruta puede ser la misma; lo que separa a uno de otro es el contexto acumulado. La IA vertical es el segundo caso: la misma capacidad general, pero puesta a operar dentro de una industria que ya "conoce" porque se la enseñó con datos, flujo y reglas propias. Para el mundo inmobiliario, ese conocimiento es tan específico como saber que dos departamentos idénticos valen distinto según la manzana, o que un plazo de venta que se alarga anticipa un ajuste de precio antes que cualquier promedio.

Dónde entra primero: el corazón y los bordes del oficio

No todo el trabajo inmobiliario se transforma al mismo ritmo, y conviene distinguir dónde entra la IA vertical primero. Hay **flujos centrales** —el corazón del oficio: el análisis de una inversión, la lectura de un mercado, la tasación, la estructuración de un financiamiento— donde la decisión pesa, el juicio manda y la adopción es más cuidadosa. Y hay **flujos de apoyo** —los bordes: la gestión documental, el marketing de una propiedad, el seguimiento administrativo, la preparación de reportes— que son necesarios pero accesorios, y donde la automatización suele entrar antes porque casi nadie defiende con celo el trabajo que preferiría no hacer.

La regla que ordena esa decisión es una sola, y vale para el corazón y para los bordes: **que una tarea se pueda automatizar no significa que se deba**. En un rubro donde una firma compromete montos altos y decisiones que dependen de matices, saber qué delegar a la herramienta y qué reservar al juicio es, en sí mismo, parte del contexto que distingue a quien conoce el negocio.

La ventaja se desplaza

La consecuencia estratégica es la misma que ya ordenó cada ola anterior de tecnología, solo que más rápida. La herramienta se democratiza; la ventaja se mueve hacia quien la combina con algo que no se democratiza. En la IA de esta década, ese algo es el contexto de una industria.

Para el mercado inmobiliario esto reordena la pregunta correcta. No es "¿qué modelo de IA uso?" —la respuesta da lo mismo, porque son parecidos y están disponibles—. Es "¿qué contexto propio le sumo?": qué datos, qué conocimiento del rubro, qué integración con mi operación. El profesional o la empresa que responda bien esa pregunta operará con una ventaja difícil de copiar. El que se quede en la herramienta desnuda competirá con todos los demás que también la tienen. Dicho de otro modo, y sin dramatismo: la IA no reemplaza la lectura del mercado; la amplifica en manos de quien ya sabe leerlo.

04 LO QUE VIENE

La tesis no se queda quieta. Los frentes que van a definir cómo se juega esto en el rubro inmobiliario:

La ventaja se consolidará donde estén los datos propios. A medida que el modelo se abarata, el diferencial migra al dato del rubro: transacciones, precios, comportamiento de mercado, historia de proyectos. Quien acumule y ordene ese contexto tendrá una ventaja difícil de copiar; quien dependa solo del modelo general, no.

Los flujos de apoyo se automatizarán primero. Marketing, gestión documental, seguimiento y back-office —lo accesorio— caerá antes que el análisis y la decisión, que son el corazón del oficio y donde el juicio humano sigue mandando.

La brecha entre preparados y no preparados se abrirá. Como en toda adopción desapareja, la distancia entre una operación que suma contexto a la IA y una que no lo hace se va a ensanchar, y a volverse más costosa de cruzar.

El juicio y la regulación seguirán siendo el límite. En un rubro con montos altos, marco legal exigente y decisiones que dependen de matices, decidir qué se delega a la herramienta y qué se reserva a la persona seguirá siendo la variable que la máquina no reemplaza — y, con la Ley N°21.719 de protección de datos vigente desde diciembre de 2026, ese límite pasa a tener también un contorno legal.

05 CONCLUSIONES

La conversación sobre inteligencia artificial cambió de eje sin que muchos lo notaran. Dejó de tratarse del modelo y pasó a tratarse del contexto. La capacidad —razonar, escribir, analizar— se volvió abundante y barata, y por eso mismo dejó de ser una ventaja. El valor se desplazó a la capa que ningún modelo general posee: los datos, el flujo y el conocimiento de una industria específica. Eso es la IA vertical, y la evidencia de que ahí está el valor es contundente —un mercado que se estima diez veces mayor que el del software tradicional, porque persigue el presupuesto del trabajo y no el de la tecnología.

Para el rubro inmobiliario, la implicancia es concreta y algo urgente. Es una industria hecha de tareas de lenguaje y datos, es decir, un terreno fértil para la IA vertical. Pero el beneficio no llega por tener la herramienta —eso lo tendrán todos— sino por construir sobre ella la capa de contexto: los datos del mercado chileno, la normativa, las métricas del rubro y el flujo real de una operación. Ahí, y no en el modelo, está la ventaja.

La lectura de fondo es la misma que Vector sostiene para todo el trabajo del rubro: la IA no reemplaza el conocimiento del mercado, lo amplifica. El profesional inmobiliario no será desplazado por la inteligencia artificial; será desplazado, si acaso, por otro profesional que la haya combinado con el contexto de su industria antes que él. La herramienta ya está sobre la mesa, y es la misma para todos. La ventaja está en lo que cada uno le sume encima —y esa ventana, como toda ventana de anticipación, está abierta hoy.

06 METODOLOGÍA

Este informe adapta e interpreta una tesis global sobre IA vertical y la conecta con la realidad de la industria inmobiliaria chilena. Las cifras y marcos de referencia provienen de las fuentes citadas —análisis de Bessemer Venture Partners y de Andreessen Horowitz— y son globales y referenciales; no constituyen mediciones propias del mercado chileno. La capa de interpretación y de aplicación al rubro inmobiliario local es análisis propio del Centro de Estudios Vector. Los diagramas y gráficos son de elaboración propia sobre datos públicos. Edición Q3 2026.

07 FUENTES

- Bessemer Venture Partners, The future of AI is vertical y State of the Cloud / State of AI (Atlas, 2024-2025): tesis de IA vertical, tamaño de mercado y dinámica de negocio.
- Andreessen Horowitz (a16z), análisis sobre IA vertical y la barrera de datos (enero 2025): commoditización del modelo y valor del dato y el flujo de trabajo de cada industria.
- Interpretación y aplicación al mercado inmobiliario chileno: Centro de Estudios Vector.

Análisis de industria con fines informativos. No constituye asesoría tecnológica, legal ni de inversión. Las cifras globales citadas son referenciales y provienen de las fuentes indicadas. Edición Q3 2026.

NOTA DE CIERRE

El Centro de Estudios Vector publica investigación abierta sobre la industria inmobiliaria y la inteligencia artificial que la está reordenando. Compartimos estos análisis con un solo propósito: elevar la profundidad con que se lee, se analiza y se decide en el rubro. Entender antes — cuando la ventaja todavía está disponible— es la parte del trabajo que ninguna herramienta hace por uno.



José Ignacio Guzmán

FUNDADOR · VECTOR

Centro de Estudios Vector · Research



 @vectorinmobiliario

 Vector Inmobiliario

www.vectorinmobiliario.cl