

15 consejos de especialistas para integrar la IA en los negocios



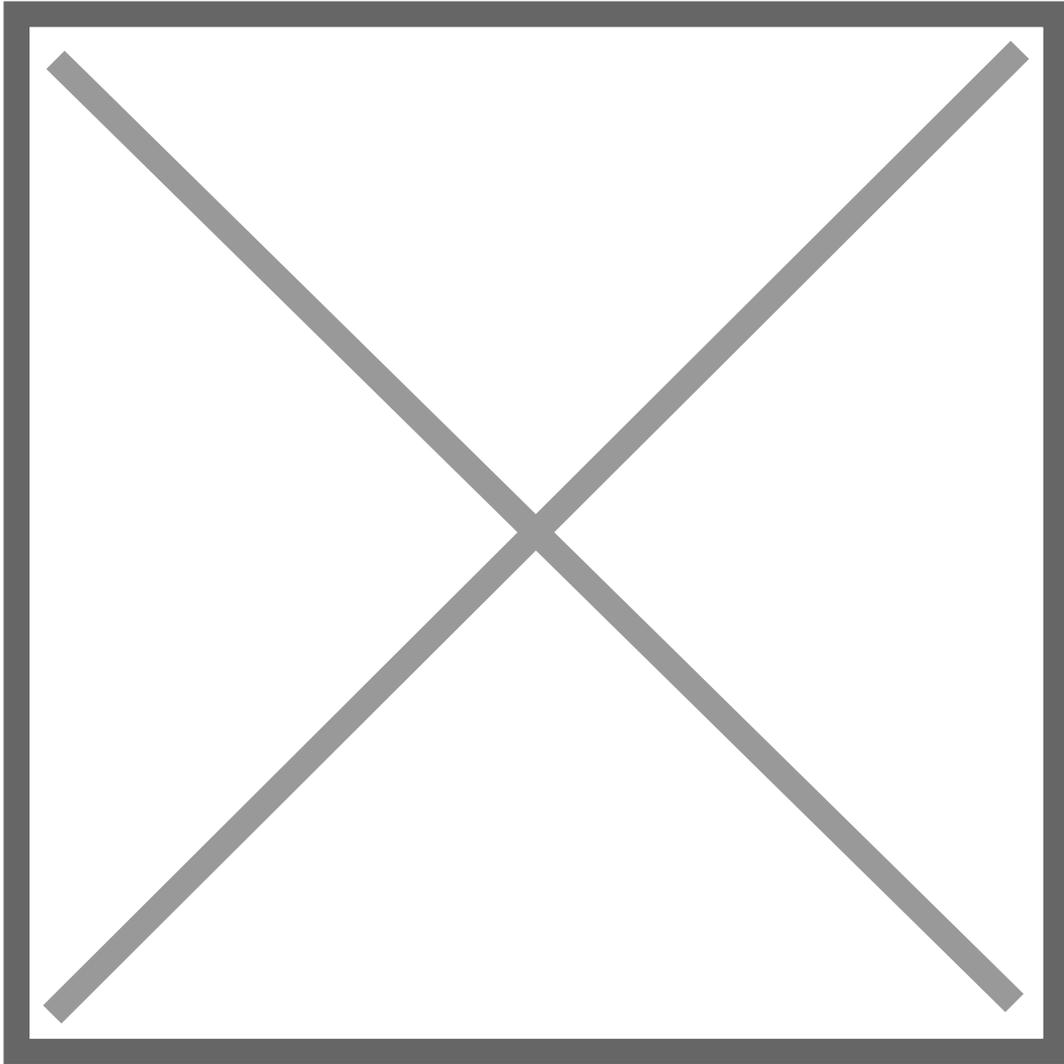
En el marco de **incMTY Festival**, conferencistas coincidieron en que la **inteligencia artificial (IA)** se ha consolidado como un **pilar estratégico** en la **nueva era de los negocios**.

El consultor **Horacio Marchand** explicó que la IA ya debe fungir como **base para la estrategia de cualquier negocio**.

*“La IA puede y debe ser vista desde la estrategia empresarial como una herramienta que nos ayudará a **definir prioridades y secuencias que marquen la diferencia** para impulsar a las organizaciones a crecer y a fortalecer su posición en el mercado”,* dijo.

Identificando su funcionalidad desde el análisis y categorización de datos hasta su potencial como un asistente capaz de tomar decisiones de manera autónoma, los especialistas señalaron que la **integración de la IA en el esquema organizacional debe ser imperativa**.

CONECTA compiló las principales **tendencias, consejos y retos** en torno a la incorporación de la IA en las empresas que se expusieron durante este los tres días de este evento.



Horacio Marchand durante su ponencia en incMTY Festival.

1. La IA se debe integrar desde una problemática común

De acuerdo con **Marchand**, para que una estrategia de implementación de IA tenga un impacto real en una organización, su **implementación debe partir de una problemática común**.

Kurt Yanez, Business Development Leader de IA y Ciencia de Datos en México para Dell, indicó que en lugar de **adoptar IA simplemente por ‘tendencia’**, las empresas deben identificar desafíos específicos donde la **IA ofrezca soluciones concretas y medibles**.

*“Es esencial que **se comience desde el problema, no la solución** (...) idealmente, se parte de un error común y específico, esto implica determinar el área de impacto, medirla.”*, explicó Yanez.

Con este enfoque, la **adopción de IA se vuelve más orgánica y alineada** con las necesidades del negocio y lo que pretende lograr, algo que es esencial no sólo en la implementación sino en la **innovación con IA**.

*“Integrar la IA desde una problemática común requiere esfuerzos horizontales e integrales, más que verticales y aislados (...) la **IA debe estar enfocada a reforzar una estrategia bien articulada, desplegada y mercado-céntrica**”*, determinó Marchand.

2. Las personas en el centro y como parte del proceso

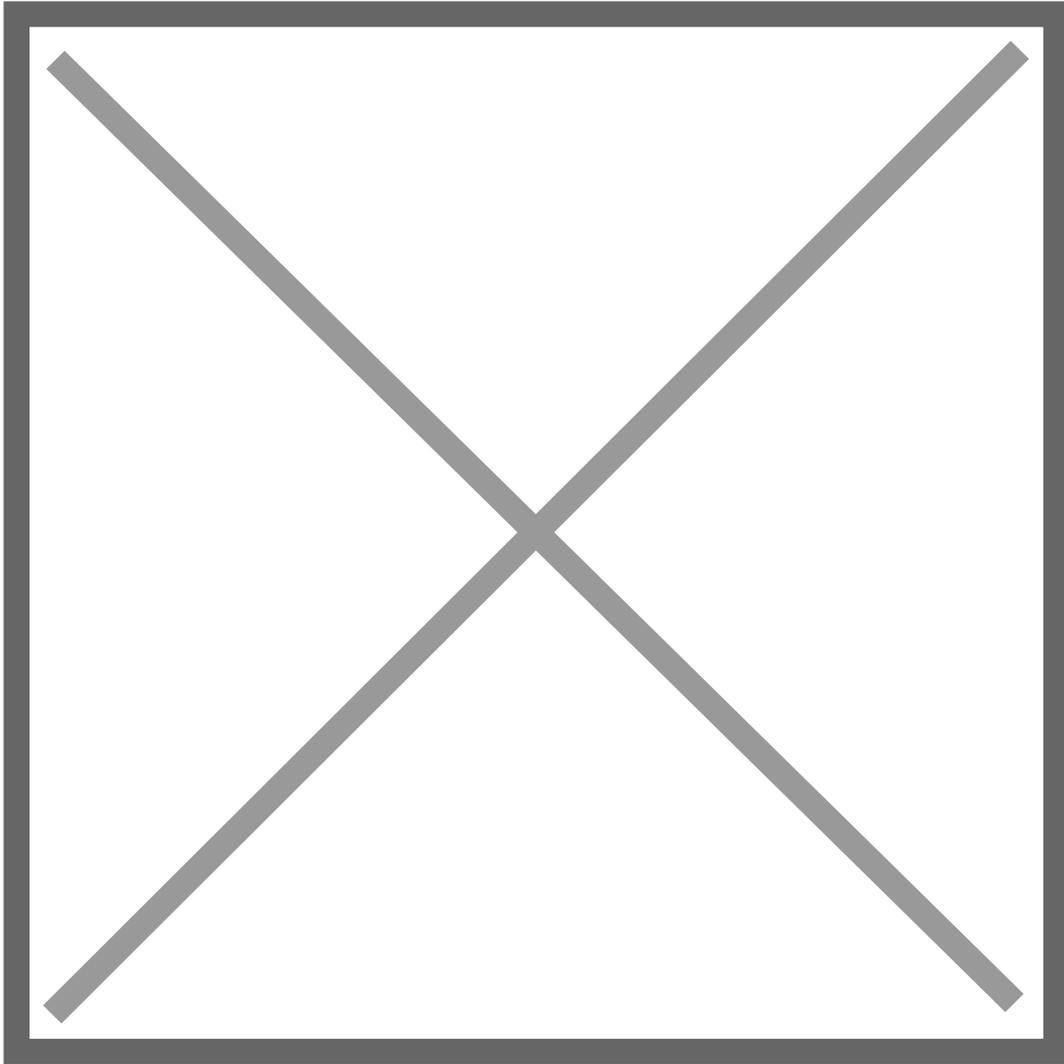
Yanez destacó a su vez, que la **IA no reemplaza la creatividad, el criterio ni el talento humano**; por el contrario, debe **complementarlos** para mejorar la toma de decisiones y optimizar procesos.

Similarmente, **José Menéndez**, directivo de *Groq*, explicó que la clave está en diseñar estrategias de IA donde los **colaboradores sean parte del desarrollo y la implementación**, destacando la importancia de mantener al *“human in the loop”*.

*“Involucrar a las personas en la **integración de IA genera un sentido de pertenencia y reduce la resistencia** al cambio (...) de una manera las estamos empoderando y eso genera más cercanía a que si se ve cómo algo ajeno a ellos”*, indicó Yanez.

*“Hay que recordar que al final del día **lo que vendes no es la herramienta, lo que vendes es el trabajo**, la especialización de las personas (...) esto es lo que hacen los emprendedores”*, indicó Menéndez.

Por su parte, **Carlos Zenteno**, directivo de Telcel, destacó que un error común en muchas empresas es **imponer soluciones tecnológicas sin considerar la capacitación y adaptación** de los equipos, lo que puede llevar a una curva de aprendizaje desmotivante.



Especialistas señalaron que debe ser imperativo para las empresas la integración de la inteligencia artificial.

3. Estrategia de IA debe surgir desde la ventaja competitiva

De acuerdo con Marchand, para que una **estrategia de IA pueda ser innovadora y exitosa**, esta debe **surgir y reforzar la ventaja competitiva distintiva** de la empresa (tiempo de procesamiento de órdenes, satisfacción, variedad, entre otras).

Según el EXATEC, **no se trata de aplicar la IA de forma genérica**, sino de identificar cómo esta tecnología puede potenciar aquello que hace única a la organización, desde **mejoras en la rapidez de procesamiento de órdenes** hasta la **personalización** de productos.

El consultor **Andrea Iora** concordó en que las **empresas que han sabido integrar IA con base en su ventaja** son las que a su vez se han logrado diferenciar en su mercado sin necesidad de competir en precios, esto incluye un **mayor enfoque en el cliente**.

*“El diferenciador de la **estrategia de IA también incluye cuánto poder se le da al cliente (...)** puede ser con más acceso a la información, mayor personalización a cambio de datos, costos de cambio más bajos (...)*”, expresó el italiano.

4. Cambiar la mentalidad sobre el rol de la IA

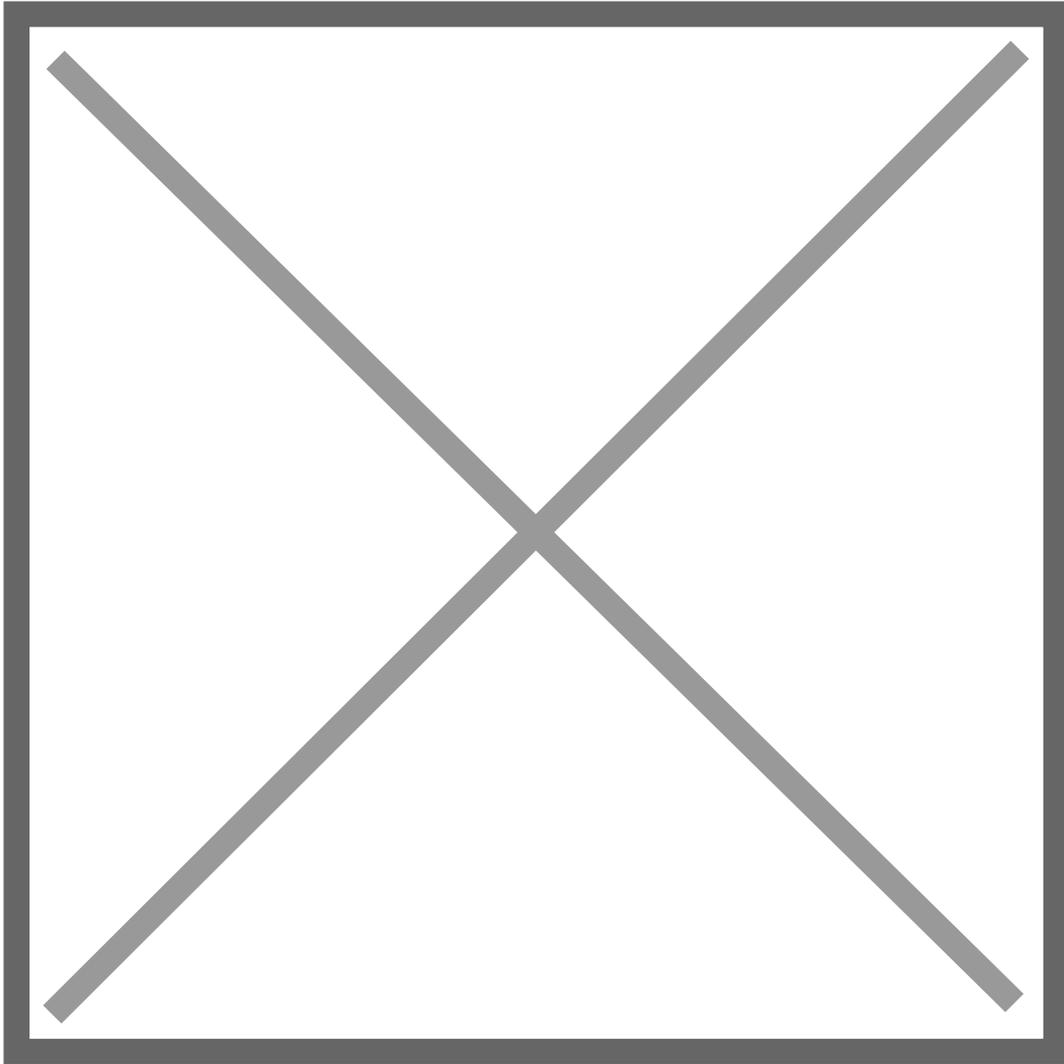
Adicionalmente, Iora explicó que para lograr una integración efectiva de la IA, las empresas deben **cambiar su mentalidad sobre el papel que juega esta tecnología**, debiéndose entender como un habilitador estratégico y no un auxiliar.

En lugar de preguntarse **cómo encajar la IA en los procesos existentes**, las empresas deben replantear sus estrategias con base en el **tipo de IA al que se tiene acceso** (predictiva vs generativa) y el **alcance** (interno vs externo).

Siendo así, el panelista explicó cuatro cuadrantes, de acuerdo con estos dos elementos, que determinan el **tipo de implementación de IA**:

- El **'Tell Me'** que es la IA predictiva para funciones internas, que puede ser utilizada para generar insights y predicciones
- El **'Tell My Customer'** que es la IA predictiva para funciones externas (clientes), que puede ser utilizada para modelos conversacionales de atención al cliente
- El **'Do For Me'** que es la IA generativa para funciones internas, que puede ser utilizada para procesos de automatizaciones y simulaciones
- El **'Do For My Customer'** que es la IA generativa para funciones externas, que puede ser utilizada para crear nuevos productos y servicios

Este último involucra a su vez **anticiparse a las tendencias** y diseñar estrategias que aprovechen las capacidades de la inteligencia artificial para **generar nuevas oportunidades de negocio**.



Especialistas consideraron que la IA ya debe fungir como base para la estrategia de cualquier negocio.

5. Estrategia de integración de IA debe ser híbrida

Kurt Yanez, directivo de Dell, alentó a la **comunidad empresarial a integrar soluciones de IA** con una perspectiva híbrida que combine **criterios comerciales** (costos, utilidad, etc.) con **innovación tecnológica**.

Yanez enfatizó la importancia de **considerar factores como costos, utilidad y eficiencia operativa**, al mismo tiempo que se fomenta la exploración de nuevas **soluciones disruptivas** que den paso a una adopción sostenible.

Este enfoque también implica la **integración de IA en múltiples niveles de la organización**, combinando cuestiones como la creación de modelos automatizados y con la supervisión y el criterio humano.

Además, una estrategia híbrida facilita una **adopción progresiva y adaptativa**, permitiendo a las empresas evaluar el impacto de la IA en diferentes áreas (con KPIs medibles) esto **reduce riesgos y maximiza la efectividad con oportunidad de ajustes**.

“*Es mejor ser torpe en el proceso (...) primero concéntrense en el qué y luego el cómo*”, dijo Marchand.

6. Potencia la IA conociendo fortalezas de tu negocio

Marchand recalcó que la IA por sí sola no es una solución mágica; pues su verdadero potencial se desbloquea cuando se aplica con **un profundo conocimiento del mercado y sus fortalezas de la empresa.**

Antes de invertir en IA, ponentes como Benavides sugirieron que las organizaciones deben analizar en qué **áreas puede aportar un valor diferencial** y cómo puede alinearse con su estrategia comercial.

Marchand explicó que, en el sector *retail*, algunas empresas han podido utilizar la IA para mejorar la experiencia del cliente a través de **recomendaciones personalizadas** y optimización del inventario.

Sin embargo, en otras industrias, como la manufacturera, la IA puede ser más útil en cuestiones de optimización de la cadena de suministro, haciendo que *'pros'* como la **personalización sean contraproducentes debido a la naturaleza del sector.**

7. La prioridad debe priorizar la relevancia y eficiencia

En la adopción de inteligencia artificial, la **prioridad no debe ser simplemente innovar por innovar**, sino garantizar que la tecnología aporte relevancia y eficiencia a la empresa, dijo Yanez durante uno de los talleres.

*“Muchas organizaciones cometen el **error de implementar soluciones de IA sin un propósito claro (...)** si una solución no mejora la experiencia, optimiza costos o incrementa la productividad, entonces su utilidad es cuestionable”.*

“La IA no solo debe ser innovadora, sino también funcional y rentable”, agregó.

De acuerdo con Marchand, más allá de tratar de ser diferente, el **enfoque debe estar en ser relevante**, explicando que esta debe surgir del propio mercado en el que **una empresa se posiciona como líder.**

“La IA no solo debe ser innovadora, sino también funcional y rentable”,- Kurt Yanez

8. Futuro de la IA empresarial está en los "Agentics"

Por su parte, tanto **Menéndez** y **Zenteno** remarcaron a su vez cómo el siguiente paso evolutivo de la IA trasciende a la rama generativa y **se enfoca en los llamados “Agentics”.**

Estos sistemas de IA autónomos, explicó Zenteno, son capaces de tomar decisiones y ejecutar acciones con un alto grado de independencia, por lo que el panelista prevé su funcionalidad **más allá del análisis de datos o la automatización de tareas.**

*“El **potencial de los Agentics** está en que pueden **tomar decisiones de manera autónoma** (...) estos agentes tienen capacidades analíticas a la par de poder llevar a cabo un proceso de hiperautomatización e hiperpersonalización”, aclaró.*

Por ejemplo, se espera que estos podrían **gestionar inventarios y fijar precios** dinámicamente según la demanda; optimizar rutas de entrega; **mejorar tiempos de servicio**; así como, **coordinar y gestionar actividades y calendarios**.

9. Entender que la IA no es omnipotente y su evolución no es infinita

A pesar de los avances en IA, Menéndez explicó que es **fundamental comprender que esta tecnología tiene límites** y no es una **solución para todos los problemas**, explicando cómo se suelen sobrestimar sus capacidades.

*“Hay que recordar también que la IA depende de los **datos con los que se entrena** y está sujeta a **errores e imprecisiones**”, expresó.*

Además, Yanez recordó que la **evolución de la IA no es infinita ni lineal** y, aunque ha habido progresos notables en aprendizaje automático y procesamiento del lenguaje natural, cada avance requiere inversiones en datos y entrenamiento.

*“A medida que las empresas adoptan IA, deben ser **conscientes de sus limitaciones** (...) Es crucial que las organizaciones tengan un **enfoque realista sobre la IA** como una herramienta poderosa, pero no infalible”.*

La clave está en aprovechar sus fortalezas sin perder de vista la necesidad de supervisión y regulación, entendiendo la **necesidad de equilibrar la automatización con la intervención humana**, agregó Benavides.

“Es crucial que las organizaciones tengan un enfoque realista sobre la IA como una herramienta poderosa, pero no infalible”.- Kurt Yanez

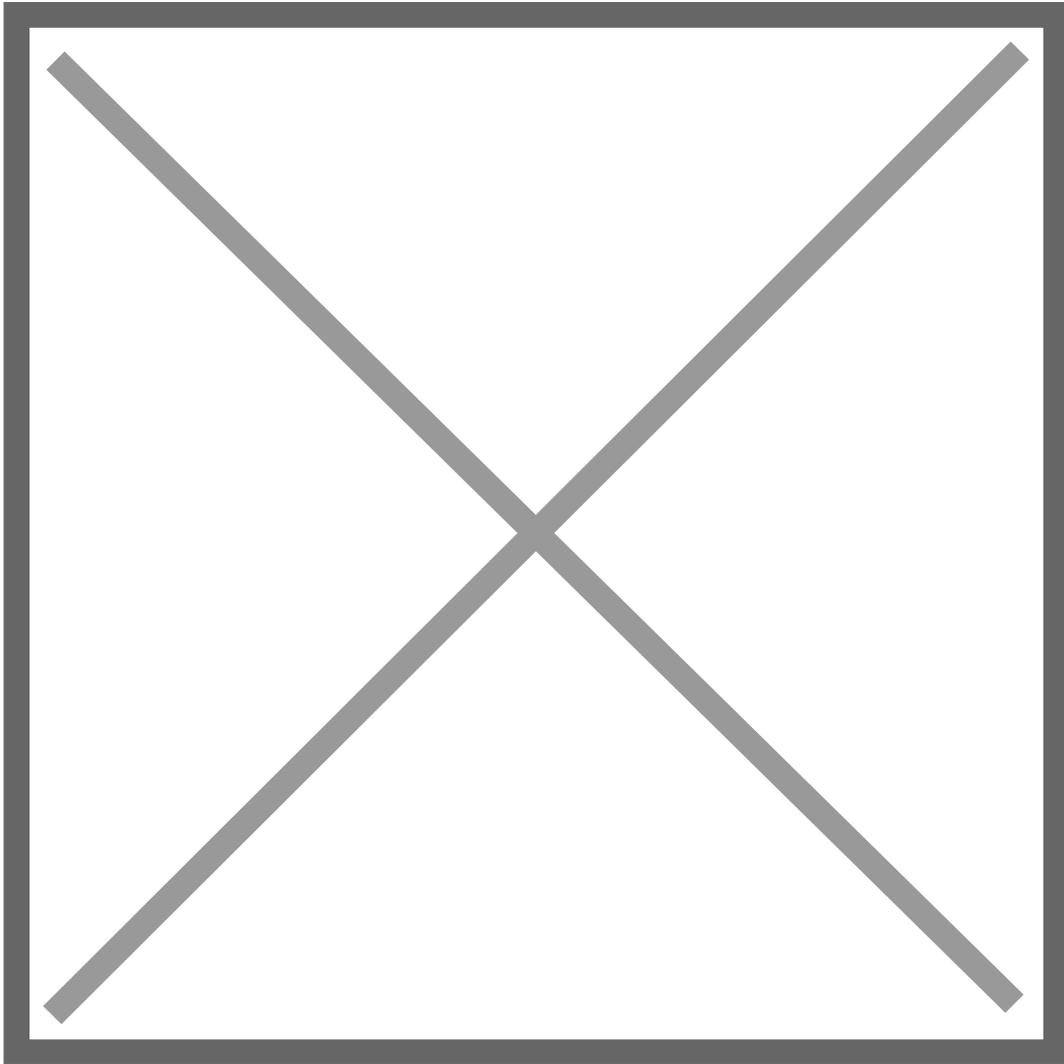
10. Panorama global no es limitante para innovar con IA

Sean Randolph, director senior en el Bay Area Council Economic Institute, explicó cómo dentro de un momento de cambio en el panorama global, si bien existen **preocupaciones en torno a la innovación con IA**, también hay áreas de oportunidad.

En el escenario estadounidense, Randolph consideró que el **impacto negativo de las nuevas tarifas** y el enfoque de la administración de Trump **realmente se limita a los bienes físicos, y no tanto al software y servicios**.

*“La incertidumbre alrededor de las reglas y una posible recesión inhibe el financiamiento. Sin embargo, **el emprendimiento y la innovación tecnológica a una escala global continúan**”, aclaró.*

De este modo, el director explicó que **puntos como Silicon Valley e incluso San Francisco** continúan impulsando e invitando a emprendedores, particularmente en el sector de IA, con el propósito de nutrir la innovación.



Sean Randolph, director senior en el Bay Area Council Economic Institute.

11. Conforme avanza la IA, el cibercrimen evoluciona

Thiago Crote, asesor estratégico de ciberseguridad de IA en Google, explicó cómo los avances de la inteligencia artificial, a la par de otras tecnologías, también han **significado una evolución en las amenazas de cibercrímenes**.

*“Las empresas están haciendo uso de la inteligencia artificial, y con ello, nuevas soluciones están siendo desarrolladas a lo largo de la tecnología que también va evolucionando (...) pero **todo eso viene con un lado oscuro que debemos entender**”.*

De acuerdo con el asesor, algunos de los principales motivantes de esta nueva era de cibercriminales, involucran áreas de interés como: el **hacktivismo, espionaje, beneficio financiero, búsqueda de retos/reconocimiento, así como, retribución.**

Siendo así, el experto añadió que, ante este tipo de ataques, **crear un esquema de ciberresiliencia es imperativo**, ya que un cibercrimen, a la par de pérdidas económicas, puede impactar en la confianza hacia la empresa de manera irreparable.

Similarmente, Crote recomendó **invertir en software de protección** ya que una de las áreas más vulnerables son los **datos e información privada de los clientes y empleados**, los cuales pueden ser utilizados para temas de *phishing*.

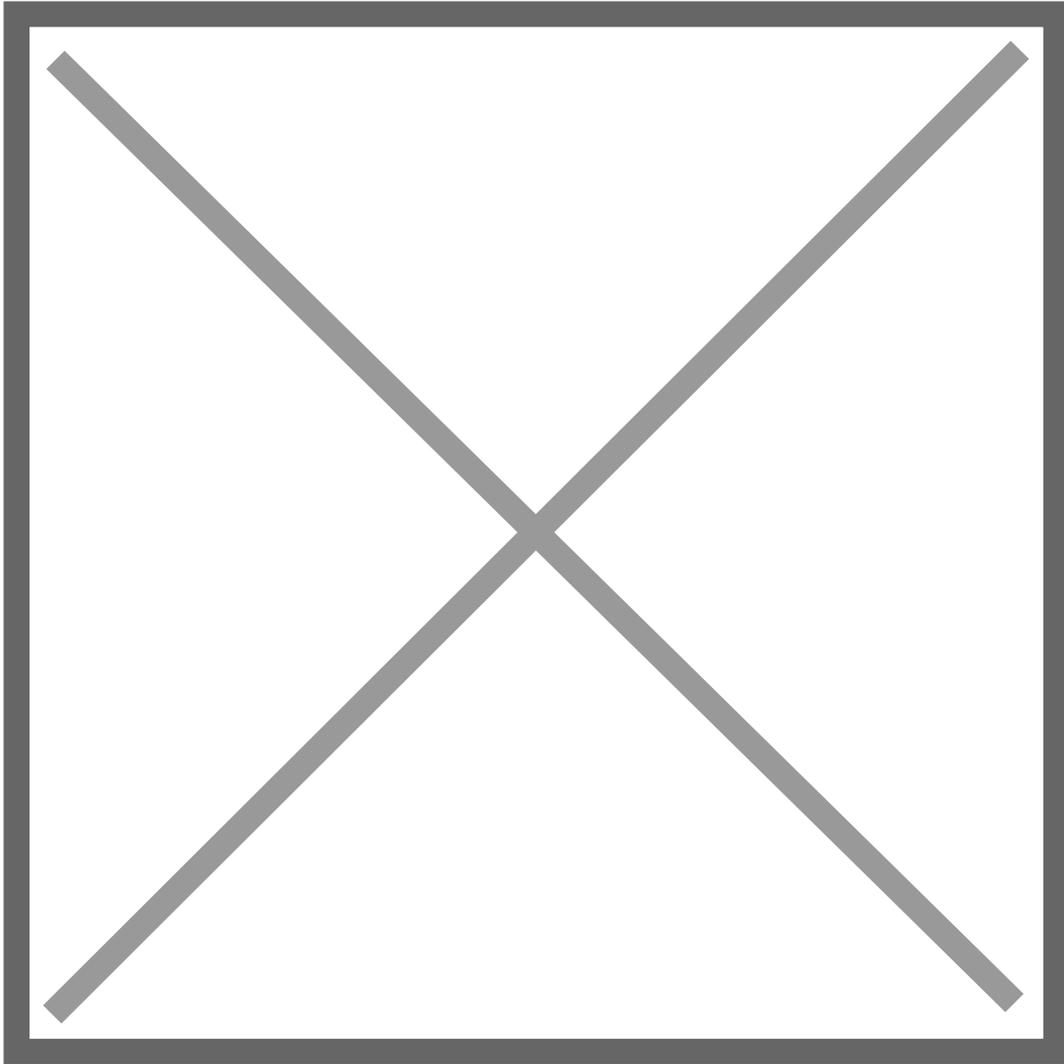
12. El potencial de la IA está en los datos que la alimentan

La inteligencia artificial no puede operar en el vacío, esclareció Zenteno, indicando que su desempeño **depende directamente de la calidad y cantidad de datos con los que se entrena.**

“Un modelo de IA solo será tan bueno como la información que reciba, por lo que las empresas deben priorizar la recolección, limpieza y gestión de datos como parte fundamental de su estrategia tecnológica”, expresó Yanez.

El manejo adecuado de datos permite que la **IA sea más precisa en sus predicciones y más eficiente** en sus recomendaciones; de ahí, que los expertos enfatizan la importancia de **“datos limpios”**.

Por ello, las empresas deben garantizar que la **recolección y uso de información cumplan con normativas de privacidad y seguridad**, remarcando que la ética en el manejo de datos es un aspecto clave que definirá el futuro de la IA empresarial.



El manejo adecuado de datos permite que la IA sea más precisa en sus predicciones y más eficiente en sus recomendaciones.

13. La mayor inversión debe destinarse al talento humano

Si bien la inteligencia artificial es una tecnología clave para la transformación digital, **su éxito no depende solo de los algoritmos, sino del talento humano que los diseña, implementa y supervisa**, subrayó Yanez.

Invertir en IA sin desarrollar las capacidades de los equipos dentro de la empresa puede resultar en una integración ineficaz; por lo que es **fundamental priorizar la formación y el desarrollo de habilidades en los empleados**.

La **capacitación en IA no solo debe estar dirigida a especialistas en tecnología**, sino a todos los niveles de la organización, ya que según Yanez esto también fomenta una cultura de aprendizaje y apropiación de la misma.

Asimismo, Marchand añadió que la **combinación de IA con la intuición y experiencia humana** es lo que realmente genera ventajas competitivas.

14. Buscar el momento adecuado para integrar IA es crucial

Según destaca Menéndez, no todas las organizaciones están en el **momento adecuado para adoptar IA y forzar su integración** sin una base sólida puede generar más problemas que beneficios.

Para él, el momento ideal para **adoptar IA varía según la industria y el contexto empresarial**, pues para una empresa que aún no ha digitalizado sus procesos básicos, introducir IA demasiado pronto podría generar confusión y resistencia interna.

*“La **clave está en avanzar de manera progresiva**, asegurando que cada fase de adopción sea sustentable”*, recomendó a su vez Zenteno.

A ello, Yanez recuerda que un **cambio abrupto puede generar rechazo entre los empleados**, mientras que una introducción paulatina con capacitación y acompañamiento facilita la transición.

15. Innovar con IA en tu negocio requiere ‘mentalidad de principiante’

Para innovar con inteligencia artificial, concluyó Iora, los emprendedores deben **adoptar una mentalidad de principiante**, es decir, estar abiertos no solo a aprender, sino a experimentar y cuestionar constantemente.

Muchas veces, el mayor obstáculo para la innovación no es la tecnología en sí, **sino la resistencia al cambio y la rigidez en la forma de operar**.

Las organizaciones que mantengan una mentalidad de exploración constante estarán mejor preparadas para liderar la **transformación digital y diferenciarse en sus industrias**, explicó el panelista.

*“Son esas preguntas que a veces tomamos como tontas las que usualmente nos llevan a innovar, porque **nos hacen pensar diferente y porque usualmente, nadie más las está haciendo**”*, puntualizó.

Acerca de incMTY Festival

incMTY es una plataforma de **innovación abierta, emprendimiento, inversión y talento de América Latina**.

Cuenta con una **comunidad** de más de **126 mil *early adopters*, innovadores, empresarios, emprendedores, investigadores y directivos**.

En sus eventos de alto impacto, en especial con el **incMTY Festival**, se reúnen agentes del ecosistema en busca de convertir la misión de "inc" en: "innovate", "network" y "create".

El Tec de Monterrey, a través de INCmty, impulsa a la comunidad emprendedora a esto y esa es una de las maneras como se manifiesta la innovación, aspecto central en el que está centrada la institución.

Juan Pablo Murra, rector del Tecnológico de Monterrey, reafirmó que desde que se lanzó incMTY hace 12 años, se buscaba que fuera una plataforma que estuviera al servicio de los emprendedores,

"Nos dimos cuenta muy rápido que emprender no se trata solo de apoyar a algunos emprendedores, sino que necesitamos **crear ecosistemas que sean conducentes para apoyarlos**", dijo Murra.

La edición 2025 de **incMTY Festival** se realizó del 18 al 20 de marzo en las sedes de Cintermex, campus Monterrey del Tec de Monterrey y el campus Mederos de la UANL.

LEE ADEMÁS:

4 aspectos destacados del festival de emprendimiento incMTY 2025

Esta edición 2025 contó con conferencistas nacionales e internacionales y representantes de fondos de inversión de Silicon Valley

conecta.tec.mx

CONSULTA EL ESPECIAL DE INCMTY FESTIVAL 2025: