

INNOVACIÓN



Inteligencia artificial más allá del hype: Casos reales, límites actuales y decisiones responsables.

Rosa Marta Abascal Olascoaga
Vicepresidenta Nacional de Responsabilidad Social Empresarial.

De la experimentación al valor estratégico.

Fernando Sánchez Argomedo.
Presidente de la Comisión Nacional de Innovación Empresarial.

COMISIÓN DE INNOVACIÓN

Aguascalientes. Julio / Agosto 2026 / \$80

/ Mensaje



Mtro. Juan Carlos Soledad Pérez

PRESIDENTE DE COPARMEX
EN AGUASCALIENTES

Con frecuencia asociamos la innovación con la tecnología. Sin embargo, quienes vivimos el día a día de la empresa sabemos que innovar va mucho más allá. Significa tener la capacidad de cuestionar lo que hacemos, aprender de manera permanente, adaptarnos a un entorno cambiante y encontrar mejores formas de generar valor para nuestros clientes, desarrollar a las personas y contribuir al bien común.

En ese contexto, me da mucho gusto presentarles la séptima edición de la Revista de Innovación de Coparmex Aguascalientes. A través de los artículos que integran esta publicación, nuestra Comisión de Innovación nos invita a reflexionar sobre algunos de los temas que hoy están transformando el mundo empresarial: el papel de la educación en la era de la inteligencia artificial, el valor estratégico de la experimentación, la importancia de ir más allá del hype tecnológico, la evolución de los modelos de inteligencia artificial y la manera en que la arquitectura organizacional y el liderazgo pueden convertirse en motores de una innovación con verdadero impacto.

Estoy convencido de que la innovación solo tiene sentido cuando se pone al servicio de las personas. La tecnología es una herramienta extraordinaria, pero son el talento, los principios y la capacidad de colaborar los que permiten construir empresas más competitivas, más humanas y con un propósito que trasciende los resultados económicos.

Agradezco sinceramente a nuestra Comisión de Innovación, a su presidente, Óscar Gutiérrez, a Christian Lomelí y a cada uno de los autores que hicieron posible esta edición. Su compromiso fortalece la misión de Coparmex de impulsar empresas que entienden que la competitividad y la responsabilidad social no son caminos distintos, sino dos expresiones de un mismo compromiso con el desarrollo de Aguascalientes y de México.

Los invito a leer esta revista con la disposición de llevar estas ideas a la acción. Porque la innovación no transforma organizaciones cuando solo se estudia o implementa; las transforma cuando se vive y se convierte en una forma permanente de pensar, decidir y servir.

Reciban un cordial saludo.



La automatización ya no es una promesa del futuro. Es el presente.

La inteligencia artificial ha dejado de ser una promesa para convertirse en una realidad que está transformando la manera en que aprendemos, trabajamos, innovamos y tomamos decisiones. Después de años marcados por el entusiasmo y las grandes expectativas, hoy la conversación comienza a evolucionar hacia un terreno más importante: el de la aplicación responsable.

Ya no basta con preguntarnos qué puede hacer la inteligencia artificial. El verdadero desafío consiste en comprender cómo utilizarla para generar valor, impulsar la innovación y fortalecer a las organizaciones sin perder de vista el criterio humano.

Con esta visión presentamos la séptima edición de InnovAcción, dedicada al tema "Inteligencia artificial más allá del hype: casos reales, límites actuales y decisiones responsables". A través de las diferentes colaboraciones reunidas en esta edición, exploramos la IA desde perspectivas complementarias: la educación, la estrategia empresarial, la evolución de los modelos, la transformación organizacional y el liderazgo que exige esta nueva era.

Más allá de las capacidades tecnológicas, todos los artículos convergen en una misma idea: la inteligencia artificial no debe medirse por el impacto mediático que genera, sino por el valor real que aporta a las personas, las empresas y la sociedad.

Las herramientas seguirán evolucionando, pero el verdadero diferenciador continuará siendo nuestra capacidad para utilizarlas con pensamiento crítico, ética y una visión de largo plazo. Porque el futuro no dependerá únicamente de algoritmos más avanzados, sino de las decisiones que tomemos para aprovecharlos de manera consciente y responsable.

Esperamos que esta edición sea una invitación a reflexionar, cuestionar y descubrir que la innovación comienza cuando transformamos el conocimiento en decisiones que generan un impacto positivo.

Bienvenidos a la séptima edición de Innovación.

Christian Lomelí

Vicepresidente de la Comisión de Innovación
COPARMEX Aguascalientes.

I	1	Mensaje del Presidente COPARMEX AGS.		
N	2	Editorial.	5	Sobre los autores.
D	8	Inteligencia artificial más allá del hype: Casos reales, límites actuales y decisiones responsables.	11	De la experimentación al valor estratégico.
I	15	Crece sin arquitectura: La forma más cara de improvisar.	19	Menos humo, más fuego. Cómo dejar de jugar a los jueguitos y empezar a hacer dinero.
C	22	Después del hype del modelo.	25	La nueva ventaja competitiva no será la inteligencia artificial, será el criterio humano.
E			28	Frase.

Consejo editorial

¿Quién lidera el comité?

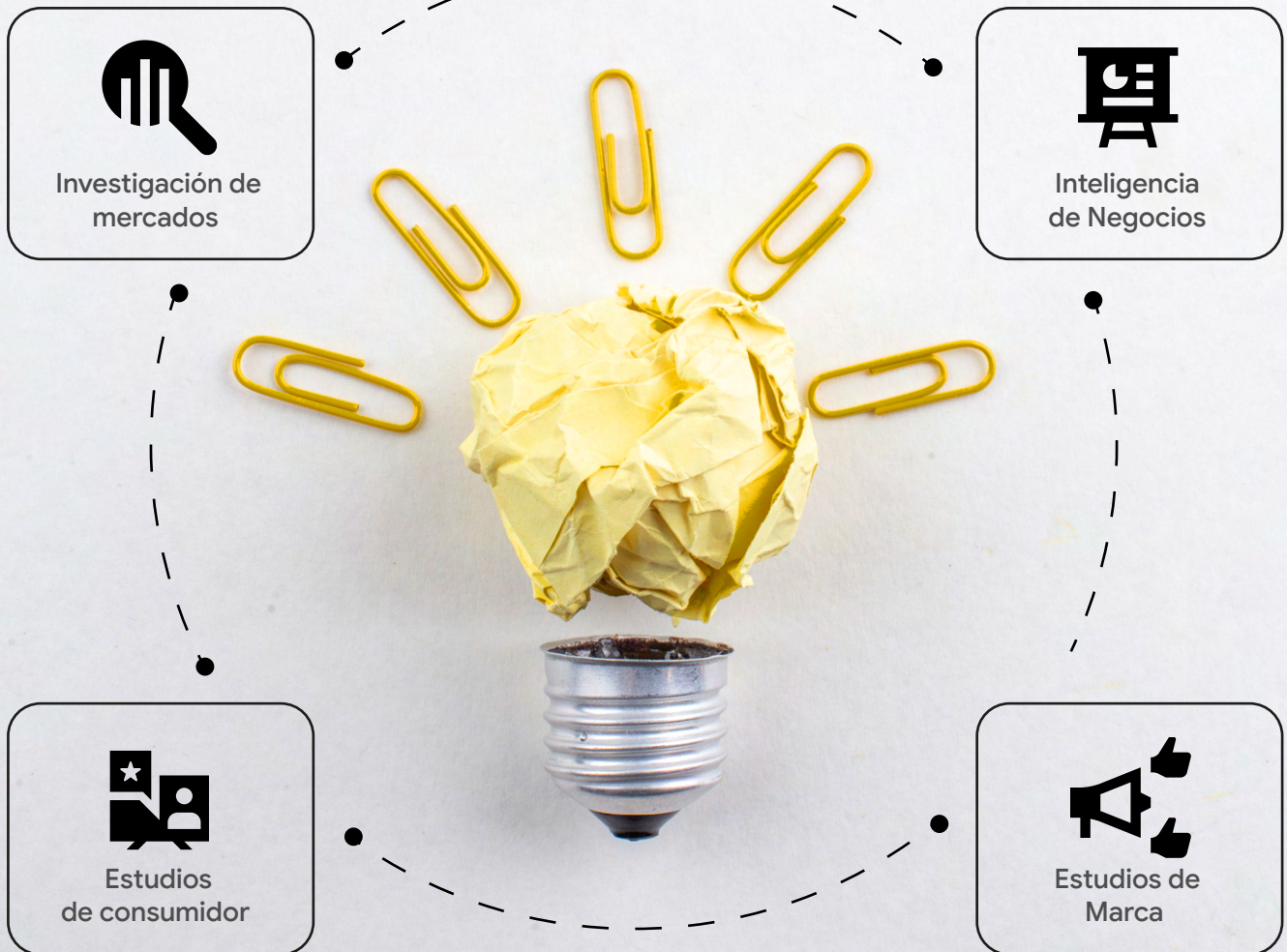


COPARMEX

Óscar Fabián Gutiérrez Tenorio
Christian Lomelí Chávez
Janette Rodríguez Villa
Juan Carlos Rodríguez
Victor Manuel Martínez
Donaji Milo Rivera
Luis Arturo Cabrera Jiménez
Guillermo Tafolla Milo
Fernando Gómez González
Carolina Ruiz

abrsch.

¿Qué necesita saber
tu empresa para crecer?





Rosa Marta Abascal Olascoaga

Vicepresidenta Nacional de Responsabilidad Social Empresarial.

Educadora Familiar por el Instituto Familiar y Social, Administradora e Instituciones por la escuela de HOSPITALIDAD ESDAI de la Universidad Panamericana, Licenciada en ciencias de la comunicación, Maestría en Desarrollo Humano por la Universidad Libre Internacional de las Américas y con diversos cursos entre ellos Mujer y Liderazgo impartido por el IESE.

- VP de Responsabilidad social empresarial, consejera nacional y miembro de la Comisión Ejecutiva de COPARMEX NACIONAL.
- Presidenta de Fundación Abascal.
- Consejera del Consejo de Vinculación de la UPAEP. Consejera de múltiples OSCs.
- Cofundadora y Directora comercial en la agencia Estrategia Web 360.
- Cofundadora y directora editorial de Yoinfluyo.com



Fernando Sánchez Argomado

Presidente de la Comisión Nacional de Innovación COPARMEX.

Empresario y estratega digital con más de 20 años de experiencia, fundador de la agencia de marketing EW360 y del medio digital Yoinfluyo.com. Especialista en innovación, inteligencia artificial y gestión estratégica con enfoque humanista. Ha liderado proyectos corporativos en Grupo BAL y actualmente impulsa el crecimiento de negocios digitales con modelos basados en resultados y propósito social.



Óscar Fabián Gutiérrez Tenorio

Presidente de la Comisión de Aguascalientes de Innovación COPARMEX.

Óscar Fabián Gutiérrez Tenorio es Contador Público, Licenciado en Derecho y Doctor en Gobierno y Administración Pública, con una sólida formación académica que incluye maestría en Impuestos, especialidad en Finanzas y Doctorado Honoris Causa en Derechos Humanos. Está certificado por organismos nacionales e internacionales en temas como innovación, liderazgo, gestión organizacional y emprendimiento con impacto social y ambiental.

Con más de 20 años de experiencia profesional, ha sido director general, asesor financiero y catedrático en universidades como la UAA, EBC y Universidad Cuauhtémoc, especializándose en contabilidad, auditoría y finanzas. Es fundador y presidente de diversos programas sociales y fundaciones, como "No+Quema2" y "Poder Oírme", además de participar activamente como consultor agroindustrial y promotor de la paz en Centroamérica y el Caribe.

Como líder empresarial, ha ocupado cargos clave en COPARMEX a nivel local y nacional, destacando como presidente del Centro Empresarial de Aguascalientes y actual presidente de la Comisión de Innovación Empresarial. Ha representado a México en proyectos de emprendimiento con Alemania, Texas y Colombia, fomentando ecosistemas empresariales globales. En el ámbito rotario, ha sido Gobernador del Distrito 4110, miembro de hermanamientos internacionales y aliado estratégico de organizaciones como UNICEF y Lions International.



Christian Lomelí Chávez

Vicepresidente de la Comisión de Innovación COPARMEX Aguascalientes.

Christian Lomelí es Licenciado en Mercadotecnia por la Benemérita Universidad Autónoma de Aguascalientes, cuenta con un Master en Publicidad por la Universidad de La Salle Bajío, así como un Diplomado en Business Intelligence por parte de la Universidad Anáhuac.

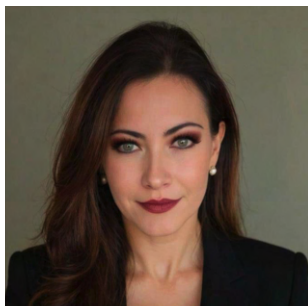
Por más de 10 años ha sido CEO de la empresa ABMKT y creo el corporativo AB GROUP que integra divisiones de marketing, publicidad, Investigación de Mercados y Videojuegos. Es vicepresidente de la comisión de innovación de COPARMEX ags.

Es Fundador y Director de XPANDATA división dedicada al desarrollo de proyectos de Business Intelligence & Analytics, así como de GAME ON el programa de videojuegos & ESports insignia del Instituto de Ciencia y Tecnología del Estado de Ags.

Fue Director del programa Mentores por Aguascalientes, un programa que cuenta con una red activa de más de 200 mentores y apoyó a más de 300 empresas a través de mentorías de alto impacto.

Ex Presidente de la red de agencias de investigación Rvox Marketing Research Global Network en la plaza Aguascalientes.

Mentor de las principales aceleradoras del estado y la región ENDEAVOR, DESEM y ZERO TO X.



Janette Rodríguez Villa

Titular de Nearshoring Comisión de Innovación COPARMEX Aguascalientes.

Especialista en Liderazgo Estratégico, Desarrollo Organizacional y Vinculación Binacional, con más de 25 años de trayectoria en empresas multinacionales de sectores como automotriz, belleza, seguros, manufactura y servicios. Su enfoque se distingue por combinar visión empresarial, estrategia comercial y formación de talento, impulsando la transformación organizacional y el posicionamiento de marca en entornos altamente competitivos. Ha liderado redes de ventas internacionales, estrategias operativas regionales y procesos de desarrollo corporativo.

Actualmente es CEO de DIA1, firma enfocada en neuroentrenamiento y cultura organizacional con presencia en Latinoamérica, y Directora Ejecutiva de la Cámara de Comercio México-Estados Unidos Capítulo Aguascalientes, desde donde fortalece los vínculos bilaterales y promueve a la región como destino estratégico de nearshoring. Como titular de la Comisión de Nearshoring en COPARMEX Aguascalientes, impulsa proyectos de alto valor que elevan la competitividad del país. Además, es embajadora de Great Place to Work®, consultora acreditada por CEMEFI y mentora de MiPyMEs. Su liderazgo se proyecta también como columnista en medios especializados y voz activa en temas de inclusión y cultura empresarial.)



Víctor Manuel Martínez

Titular de Transferencia Tecnológica Comisión de Innovación COPARMEX Aguascalientes.

Ingeniero en Cibernética y en Sistemas Computacionales por la Universidad La Salle, y cuenta con más de 17 años de experiencia en el sector de Tecnologías de la Información. Se distingue por su enfoque metódico, versatilidad y orientación a resultados, habiendo desarrollado una sólida trayectoria en áreas clave como ventas consultivas, soluciones tecnológicas, arquitectura en la nube, desarrollo de territorio y optimización de procesos, siempre con el objetivo de generar valor empresarial y maximizar el retorno de inversión. Entre sus principales competencias destacan la prospección estratégica, la identificación de oportunidades de negocio y la colaboración interfuncional.

A lo largo de su carrera, Víctor ha contribuido significativamente al crecimiento de ingresos y a la expansión del market share de sus clientes, asesorándolos en procesos de transformación digital. Actualmente, como ejecutivo en Gartner, lidera el desarrollo de estrategias comerciales y la ejecución de planes de cuenta para maximizar el valor entregado a sus clientes. Su enfoque se centra en empoderar a líderes tecnológicos, facilitando el uso eficiente de datos, tendencias, herramientas y mejores prácticas alineadas a sus prioridades de misión crítica.



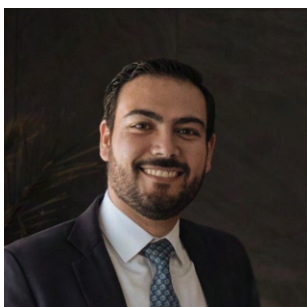
Luis Arturo Cabrera Jiménez

Comité de Innovación Educativa COPARMEX Aguascalientes.

Emprendedor Serial, Cofundador de Inadaptados, Cíclica e Irrazonable y fundador de la consultora Humant Centric Innovation.

Actualmente es Director de Expansión en Inadaptados, la primer Academia para Desarrollar y Vincular laboralmente a profesionistas con programas ágiles, flexibles y relevantes que garanticen su primer empleo en Tecnología, fue Subsecretario para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en el Gobierno del Estado de Aguascalientes de enero del 2020 a enero de 2024, con 15 años de experiencia en la industria del emprendimiento enfocado en la búsqueda, selección y desarrollo de emprendedores de alto impacto, y 5 años dedicado a la gestión de la innovación como herramienta de desarrollo sostenible para gobiernos y empresas.

Especialista en procesos de Ideación, lanzamiento y administración de incubadoras, aceleradoras de negocios y programas de impulso a las MiPyMes.



Fernando Gómez González

Comité de Inteligencia Artificial COPARMEX Aguascalientes.

Es Ingeniero en Mecatrónica por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Santa fe, cuenta con un Maestría en Ciencias en Engineering Management por Southern Methodist University en Dallas, Texas, así como diversas certificaciones y cursos en áreas de innovación, construcción, finanzas, planeación estratégica e Inteligencia Artificial impartidos por Massachusetts Institute of Technology, University of Michigan en Estados Unidos y Swinburne University of Technology en Melbourne Australia.

Con más de 10 años de experiencia profesional, Fernando ha participado en las áreas de planeación estratégica, recursos humanos, logística, producción, finanzas y administración en el sector agroindustrial, de la construcción y la industria automotriz. Actualmente es director general de Proyecto 20, grupo de empresas familiar, orgullosamente hidrocálido, y que con más de 70 años en operación realiza actividades de desarrollo inmobiliario, construcción y agroindustria. Es titular de la comisión de Inteligencia Artificial de la Comisión de Innovación y Vicepresidente de la Comisión de Vivienda de COPARMEX Aguascalientes, participa en diversas asociaciones enfocadas a impulsar la educación. Es esposo y padre.



Carolina Ruiz

CEO de Brier & Thorn

Carolina Ruiz es una líder en tecnología y ciberseguridad, CEO de Brier & Thorn, empresa global de servicios de ciberseguridad especializada en protección de la información, cumplimiento y operaciones de ciberdefensa. Auditora certificada en ISO/IEC 27001 y con experiencia en estándares como SOC 2, PCI DSS y marcos NIST, ha encabezado la modernización de Centros de Operaciones de Ciberseguridad (SOC) y el diseño de arquitecturas Zero Trust para organizaciones internacionales.

Como Expert Contributor en Mexico Business News, analiza tendencias tecnológicas, riesgos emergentes y estrategias de resiliencia empresarial, consolidándose como una referente en liderazgo y transformación digital segura.

Inteligencia artificial más allá del hype: Casos reales, límites actuales y decisiones responsables.



Rosa Marta Abascal Olascoaga
Vicepresidenta Nacional de COPARMEX.

La conversación sobre inteligencia artificial suele oscilar entre dos extremos igualmente improductivos. De un lado, se presenta como una tecnología casi omnipotente, capaz de resolver cualquier problema empresarial y sustituir en poco tiempo una parte importante del trabajo humano. Del otro, se le describe únicamente como una amenaza para el empleo, la privacidad y la autonomía de las personas. Ninguna de estas dos posturas ayuda a las organizaciones a tomar buenas decisiones.

La inteligencia artificial no es magia ni es, por sí misma, una estrategia. Es una herramienta poderosa para procesar información, identificar patrones, generar contenidos, automatizar tareas y apoyar decisiones. Su valor depende del problema que se pretende resolver, de la calidad de los datos, de la forma en que se integra en los procesos y, especialmente, del criterio de las personas que la diseñan, supervisan y utilizan.

La adopción empresarial es ya una realidad. El AI Index Report 2025 de Stanford registró que 78% de las organizaciones encuestadas declaró utilizar alguna forma de inteligencia artificial durante 2024, mientras que 71% reportó el uso de inteligencia artificial generativa en al menos una función del negocio. Sin embargo, que una tecnología se utilice ampliamente no significa que se esté utilizando correctamente.

Desde la perspectiva de la Responsabilidad Social Empresarial que promueve AliaRSE, la pregunta central no debe ser solamente: "¿Qué puede hacer la inteligencia artificial?", sino algo más profundo: ¿qué debe hacer, para quién debe hacerlo y bajo qué condiciones resulta legítimo utilizarla?

AliaRSE entiende la RSE como un compromiso consciente y congruente que coloca a la persona en el centro de la operación empresarial, crea valor para los grupos de interés y respeta la ley, los derechos humanos, los valores éticos y el medio ambiente. Esa definición ofrece también el criterio fundamental para evaluar cualquier proyecto de inteligencia artificial.

La inteligencia artificial ya produce resultados reales.

Más allá de las demostraciones espectaculares y de las promesas comerciales, existen aplicaciones que ya generan valor concreto. En atención a clientes, por ejemplo, una investigación realizada con 5,179 agentes encontró que un asistente basado en inteligencia artificial generativa incrementó en promedio 14% la productividad, medida por el número de problemas resueltos por hora. El beneficio fue mayor entre los trabajadores con menor experiencia, quienes mejoraron alrededor de 34%, porque el sistema les permitía acceder de manera inmediata a conocimiento y prácticas acumuladas por compañeros más experimentados.

Este caso es revelador. La principal aportación de la inteligencia artificial no fue eliminar al colaborador, sino ayudarlo a aprender, responder mejor y reducir la brecha entre quienes apenas comenzaban y quienes ya dominaban la función. La tecnología operó como un mecanismo de transferencia de conocimiento.



En salud, la inteligencia artificial se utiliza para apoyar la interpretación de imágenes, detectar patrones, priorizar casos y ofrecer elementos adicionales para el razonamiento clínico. La Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos mantiene una lista pública de dispositivos médicos habilitados con inteligencia artificial que han sido autorizados para su comercialización. Esto demuestra que no se trata solamente de prototipos de laboratorio, sino de herramientas que ya participan en entornos regulados y sensibles.

También existen aplicaciones reales en mantenimiento predictivo, detección de fraudes, optimización logística, análisis documental, control de calidad, pronóstico de demanda, gestión energética, accesibilidad para personas con discapacidad y personalización de procesos de formación.

Pero estos resultados no justifican una implementación indiscriminada. Precisamente porque la inteligencia artificial ya puede influir en el trabajo, la salud, el crédito, la contratación, la seguridad y el acceso a oportunidades, su adopción debe acompañarse de mayores responsabilidades.

La frontera tecnológica es irregular.

Uno de los errores más frecuentes consiste en suponer que, si un sistema de inteligencia artificial funciona bien en una tarea, también funcionará bien en otras tareas aparentemente similares. La evidencia muestra lo contrario.

Una investigación de Harvard Business School con consultores encontró que la inteligencia artificial podía mejorar considerablemente la velocidad y la calidad del trabajo cuando las tareas se encontraban dentro de sus capacidades, pero también podía empeorar los resultados cuando el problema quedaba fuera de esa frontera. Los investigadores denominaron a este fenómeno la “frontera tecnológica irregular”: una tecnología puede ser extraordinariamente competente en una actividad y sorprendentemente poco confiable en otra.



Los modelos generativos no “comprenden” la realidad de la misma manera que una persona. Producen respuestas mediante relaciones estadísticas aprendidas a partir de grandes cantidades de información. Por ello, pueden redactar un texto convincente y, al mismo tiempo, incluir datos falsos, fuentes inexistentes, inferencias incorrectas o recomendaciones que ignoran elementos esenciales del contexto.

A esto se suman otros límites: sesgos presentes en los datos, pérdida de privacidad, filtración de información confidencial, dificultades para explicar ciertos resultados, vulnerabilidades de ciberseguridad, dependencia de proveedores tecnológicos y una posible homogeneización del pensamiento cuando todos utilizan modelos semejantes para analizar los mismos problemas.

El Instituto Nacional de Estándares y Tecnología de Estados Unidos advierte que la inteligencia artificial generativa requiere gestionar riesgos relacionados con la confiabilidad de sus resultados, la protección de datos, la seguridad, la desinformación, los sesgos y el uso indebido. Su marco recomienda integrar estas consideraciones durante todo el ciclo de vida del sistema, no solamente cuando ocurre un incidente.

Human in the loop: la persona no puede ser una firma decorativa.

Poner a la persona en el centro exige adoptar el principio de human in the loop, es decir, mantener una intervención humana significativa dentro del proceso de decisión.

Sin embargo, no basta con colocar a una persona al final del procedimiento para que apruebe automáticamente lo que la máquina propone. Una supervisión puramente formal puede crear una falsa sensación de seguridad. El responsable humano debe contar con información, tiempo, autoridad, preparación y libertad efectiva para cuestionar, corregir o rechazar el resultado del sistema.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos establece que una inteligencia artificial confiable debe respetar la dignidad, la autonomía, la privacidad, la igualdad y los derechos laborales. También señala que deben existir mecanismos de supervisión humana, transparencia, trazabilidad y posibilidad de impugnar los resultados que afecten negativamente a una persona.

Esto significa que una empresa puede utilizar inteligencia artificial para identificar candidatos potenciales, pero no debería delegar por completo en un algoritmo la decisión de excluir a una persona de un empleo. Puede utilizarla para detectar operaciones financieras inusuales, pero debe investigar antes de acusar o sancionar. Puede apoyar al médico con información diagnóstica, pero no sustituir automáticamente la deliberación clínica, el diálogo con el paciente y la responsabilidad profesional.

El principio debe ser sencillo: mientras mayor sea el impacto de una decisión sobre la vida, los derechos o las oportunidades de una persona, mayor debe ser la intervención humana, la capacidad de explicación y la posibilidad de revisión.

La regulación europea sobre inteligencia artificial avanza precisamente en esa dirección al promover sistemas centrados en el ser humano y exigir supervisión y monitoreo en los usos considerados de alto riesgo.

De la fascinación tecnológica a la gobernanza responsable.

Una organización responsable no comienza comprando una plataforma. Comienza definiendo el problema. Antes de implementar inteligencia artificial, la alta dirección debería responder al menos seis preguntas.

Primero, qué necesidad humana, social o empresarial se busca resolver. Automatizar por automatizar rara vez produce transformación sostenible.

Segundo, quiénes pueden beneficiarse y quiénes podrían resultar perjudicados. El análisis debe incluir a colaboradores, clientes, proveedores, comunidades y personas que quizá ni siquiera sepan que están siendo evaluadas por un sistema.

Tercero, qué nivel de riesgo tiene la aplicación. No es lo mismo utilizar inteligencia artificial para resumir documentos internos que para recomendar un diagnóstico, seleccionar personal o definir el acceso a un crédito.

Cuarto, qué datos utiliza, de dónde provienen y con qué autorización. La disponibilidad técnica de la información no equivale a legitimidad ética para utilizarla.

Quinto, qué persona será responsable del resultado. La frase “lo decidió el algoritmo” nunca debe convertirse en una excusa para diluir responsabilidades.

Sexto, cómo se medirá el impacto. No basta contabilizar horas ahorradas. También deben evaluarse la calidad, los errores, la experiencia de los colaboradores, la equidad, las reclamaciones, la seguridad y las consecuencias no previstas.

El marco estratégico de AliaRSE insiste en que la responsabilidad social debe traducirse en indicadores, evidencia, transparencia y rendición de cuentas; también rechaza expresamente el greenwashing, la simulación y la comunicación basada en datos no verificables. Este mismo estándar debe aplicarse a la inteligencia artificial. El “AI washing” —presentar como inteligente, transformador o infalible un sistema que no lo es— constituye también una forma de irresponsabilidad empresarial.

Formar antes de sustituir

La implementación responsable de inteligencia artificial no puede limitarse al equipo tecnológico. Requiere formación para directivos, colaboradores, responsables jurídicos, áreas de recursos humanos, comunicación, cumplimiento y sostenibilidad.

El mayor riesgo no es solamente que una máquina se equivoque, sino que las personas pierdan gradualmente la capacidad de advertir sus errores. Cuando el colaborador confía ciegamente en la recomendación automatizada, deja de ejercer criterio. Cuando la organización utiliza la tecnología para evitar conversaciones difíciles, reduce su capacidad de comprender a las personas. Cuando la eficiencia se convierte en el único indicador, la empresa puede optimizar procesos y, al mismo tiempo, deteriorar el trabajo, la confianza o la justicia.

La visión 2026–2028 de AliaRSE sostiene que no existe una empresa socialmente responsable si no hay personas socialmente responsables dentro de las organizaciones y que la formación debe alcanzar tanto al colaborador como ciudadano como a la alta dirección. En materia de inteligencia artificial, esto implica formar personas capaces de utilizar la tecnología sin renunciar a su conciencia, responsabilidad y libertad.

La decisión verdaderamente inteligente.

La inteligencia artificial puede ampliar capacidades, democratizar conocimiento, reducir tareas repetitivas, anticipar riesgos y liberar tiempo para actividades de mayor valor. También puede reproducir prejuicios, concentrar poder, erosionar derechos y convertir decisiones profundamente humanas en procedimientos opacos.

La diferencia no estará exclusivamente en el algoritmo. Estará en la calidad ética de la organización que lo utiliza. Una empresa irresponsable utilizará la inteligencia artificial para vigilar más, presionar más, excluir más rápido o trasladar sus responsabilidades a una máquina. Una empresa verdaderamente responsable la utilizará para proteger mejor, incluir, formar, prevenir riesgos, escuchar y servir.

La inteligencia artificial no debe reemplazar a la persona como sujeto de la decisión. Debe fortalecer su capacidad para comprender, deliberar y actuar. El objetivo no es construir organizaciones con menos humanidad, sino organizaciones en las que la tecnología permita dedicar más tiempo y más inteligencia a aquello que ninguna máquina puede asumir plenamente: la responsabilidad por el otro, la construcción de confianza y la búsqueda del bien común.

La innovación más avanzada no será necesariamente la que elimine al ser humano del proceso. Será la que consiga que personas y tecnología trabajen juntas, con límites claros, responsabilidades identificables y un propósito que valga la pena. Porque, más allá del hype, una inteligencia artificial solo puede considerarse responsable cuando permanece al servicio de la inteligencia, la dignidad y la libertad humanas.

De la experimentación al valor estratégico.



Fernando Sánchez Argomado

Presidente de la Comisión Nacional de Innovación COPARMEX.

La inteligencia artificial (IA) dejó de ser una promesa tecnológica para convertirse en un imperativo operativo. Si lideras equipos o tomas decisiones estratégicas, sabes que el reto actual no es decidir si usarás IA, sino cómo la integrarás para generar rentabilidad real. Datos de firmas globales como PwC proyectan que la IA podría aportar hasta 15.7 billones de dólares a la economía mundial para 2030. Sin embargo, la brecha de competitividad se amplía: mientras algunas organizaciones se estancan en proyectos piloto aislados, los líderes del mercado ya están rediseñando sus procesos para escalar esta tecnología de forma rentable y sostenida.

Aplicaciones reales y alcances actuales

Hoy, la adopción de la inteligencia artificial exige ir mucho más allá de la simple automatización de tareas básicas o la generación de textos. En la práctica, su verdadero alcance se materializa cuando la tecnología procesa grandes volúmenes de información para ofrecer inteligencia de negocios accionable, directa y verificable. En el sector productivo y de manufactura, la IA ya optimiza cadenas de suministro mediante modelos predictivos que anticipan fluctuaciones de la demanda con márgenes de error mínimos. En el área comercial y de atención al cliente, los algoritmos analizan el comportamiento del consumidor en tiempo real, permitiendo una personalización precisa de la oferta. A nivel operativo, estudios recientes indican que el uso adecuado de estas herramientas puede reducir hasta en un 40% el tiempo invertido en tareas administrativas repetitivas. Esto no reemplaza al personal, sino que libera al talento humano para que se concentre en el análisis crítico, la toma de decisiones complejas y la resolución de problemas.

La importancia de una implementación estratégica.

Adquirir licencias de software no es sinónimo de implementar inteligencia artificial. La tecnología por sí sola no genera retornos proporcionales si no reestructuras el entorno donde opera. Firmas de análisis como Gartner señalan que las organizaciones que rediseñan activamente sus flujos de trabajo en torno a la IA tienen muchas más probabilidades de superar sus metas financieras.

Implementar de manera estratégica requiere una visión ejecutiva clara. Como directivo, tu labor es orquestar un modelo donde la IA actúe como un agente colaborativo. Para lograrlo, es indispensable auditar primero tus procesos actuales, identificar cuellos de botella y desplegar la tecnología únicamente donde aporte soluciones medibles. La inteligencia artificial debe alinearse estrictamente con los objetivos comerciales y operativos de la empresa, y no al revés.

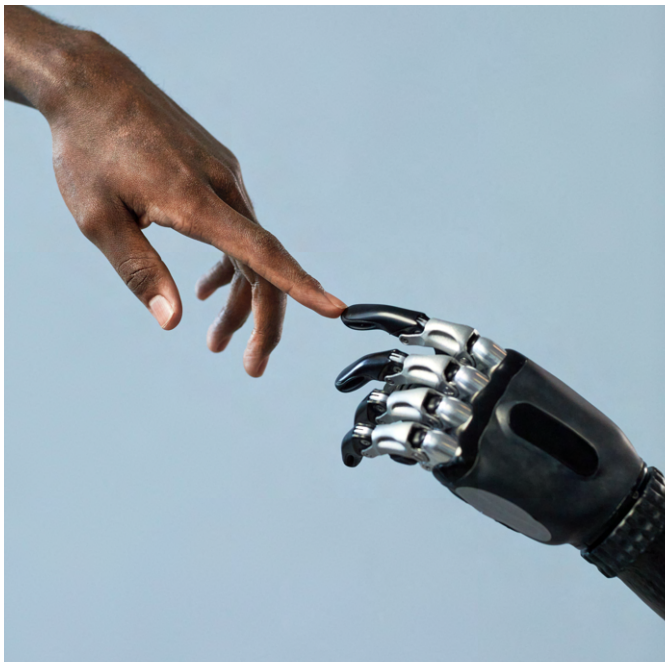
Uso responsable y gobernanza de datos.

La adopción acelerada trae consigo riesgos operativos y reputacionales si carece de estructura. La integración de IA exige establecer un gobierno de datos sumamente riguroso; sin este control interno, los algoritmos simplemente amplificarán la desorganización o los sesgos ya existentes en tu información corporativa.

Implementar de manera responsable significa garantizar que los modelos operen sobre bases de datos validadas, limpias y seguras. Es tu responsabilidad asegurar el cumplimiento normativo sobre la privacidad de la información de tus clientes y colaboradores. Además, es fundamental mantener la supervisión humana en el ciclo de trabajo: la inteligencia artificial recomienda, procesa y proyecta, pero el criterio final, la validación de los hechos y la responsabilidad ética recaen siempre en la alta dirección de la empresa.

El paso a la acción.

Para el ecosistema empresarial de Aguascalientes, la IA ya es un factor estructural que impacta directamente en los costos operativos, la velocidad de respuesta y la posición frente a la competencia global. Para capitalizar su valor, construye una infraestructura de datos sólida, capacita a tu equipo y mantén un enfoque orientado a resultados numéricos. El talento de tu organización, respaldado por el rigor analítico de la tecnología, es el diferenciador definitivo en el mercado de hoy. El momento de pasar del análisis a la ejecución sistemática es ahora.



**Más allá de la inteligencia artificial:
El verdadero reto es transformar
la educación.**



**Óscar Fabián
Gutiérrez Tenorio**

Presidente de la Comisión de
Innovación COPARMEX
Aguascalientes.

Desde 2023 la inteligencia artificial ha ocupado titulares, conferencias y estrategias corporativas durante los últimos años. Las promesas de automatización, productividad y transformación digital han generado tanto entusiasmo como preocupación. Algunos la presentan como la solución a todos los problemas; otros la ven como una amenaza para el empleo y el desarrollo humano. Sin embargo, más allá del ruido mediático, la verdadera pregunta no es qué tan avanzada será la inteligencia artificial en los próximos años, sino si nuestros sistemas educativos serán capaces de preparar a las personas para convivir, trabajar y crecer en un entorno donde el conocimiento cambia constantemente. La inteligencia artificial está acelerando la transformación del mercado laboral, pero el desafío principal no es tecnológico: es educativo.

El modelo educativo que el siglo XXI está poniendo a prueba.

Durante décadas, gran parte de los sistemas educativos fueron diseñados bajo una lógica industrial: estudiar durante una etapa de la vida, obtener un título y ejercer una profesión hasta jubilarse. Hoy esa realidad ha cambiado.

Las empresas demandan habilidades que evolucionan más rápido que los planes de estudio tradicionales. Nuevas herramientas aparecen cada año, las competencias técnicas se actualizan constantemente y la capacidad de adaptación se ha convertido en una de las habilidades más valiosas.

La inteligencia artificial ha evidenciado una realidad incómoda: ya no basta con acumular conocimientos; es indispensable desarrollar competencias aplicables, pensamiento crítico, capacidad de aprendizaje continuo y habilidades para resolver problemas reales.

La educación por competencias como respuesta.

En este nuevo entorno, la educación basada en competencias cobra una relevancia estratégica. Más que medir horas de clase o memorización de contenidos, este enfoque busca validar lo que una persona es capaz de hacer, resolver y aportar en contextos reales.

La tecnología, incluyendo la inteligencia artificial, puede facilitar procesos de evaluación continua, personalización del aprendizaje y seguimiento del desarrollo de habilidades. Sin embargo, el verdadero valor está en construir trayectorias formativas flexibles que permitan a los estudiantes demostrar competencias de manera progresiva.

Esto implica reconocer que el aprendizaje puede ocurrir dentro y fuera del aula, en proyectos, prácticas, experiencias laborales y actividades comunitarias.

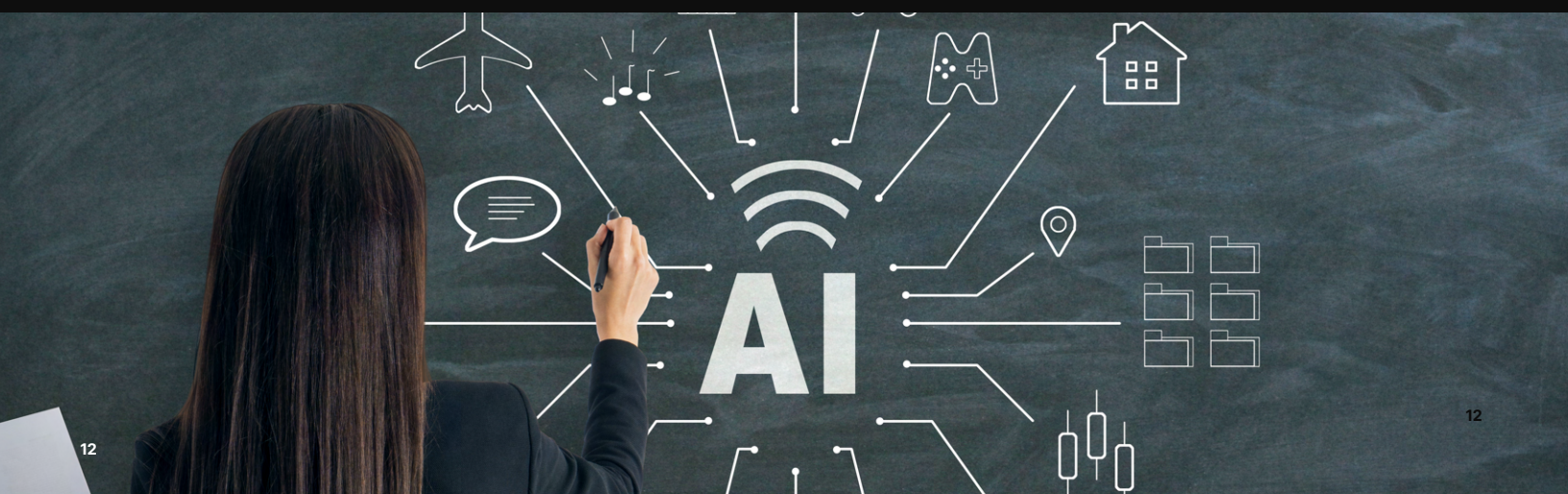
Formación dual desde edades tempranas.

Yo he participado desde hace 20 años en el modelo y he visto que uno de los mayores desafíos de la educación actual es la desconexión entre lo que se enseña y lo que demanda el mercado laboral.

La formación dual ofrece una alternativa poderosa al integrar el aprendizaje académico con experiencias prácticas reales.

En educación secundaria, este modelo podría enfocarse en el desarrollo de habilidades fundamentales como:

- Pensamiento lógico.
- Resolución de problemas.
- Comunicación efectiva.
- Competencias digitales.
- Trabajo colaborativo.
- Cultura emprendedora.



Estas habilidades podrían certificarse mediante microcredenciales o validaciones progresivas que acompañen el desarrollo del estudiante.

En el nivel medio superior, la formación dual puede fortalecer competencias técnicas específicas relacionadas con sectores productivos estratégicos, permitiendo que los jóvenes adquieran experiencia práctica mientras continúan sus estudios.

De esta forma, el aprendizaje deja de ser exclusivamente teórico y comienza a generar valor tangible desde etapas tempranas.

La universidad frente a un nuevo paradigma.

La educación superior enfrenta quizás el mayor desafío de transformación. Cada vez es más frecuente encontrar empresas que valoran habilidades demostrables, experiencia práctica y capacidad de adaptación por encima de conocimientos exclusivamente teóricos.

Esto no significa que los títulos universitarios pierdan relevancia, sino que deben complementarse con esquemas más dinámicos de desarrollo profesional.

La universidad del futuro deberá combinar:

- Formación académica sólida.
- Certificaciones por competencias.
- Experiencias profesionales tempranas.
- Aprendizaje basado en proyectos.

La inteligencia artificial puede apoyar este proceso identificando brechas de habilidades, personalizando rutas de aprendizaje y facilitando evaluaciones más precisas, pero no sustituirá la necesidad de una formación humana integral y que deba ser demostrada.

Del título profesional al aprendizaje permanente.

Uno de los efectos más importantes de la revolución tecnológica es que la educación dejará de ser una etapa para convertirse en un proceso continuo. Las personas necesitarán actualizar conocimientos y competencias a lo largo de toda su vida profesional. En este contexto, los modelos de certificación modular, microcredenciales, especializaciones cortas y programas de actualización permanente serán cada vez más relevantes. La velocidad del cambio tecnológico obliga a construir sistemas educativos capaces de responder en meses, no en años, a las necesidades del mercado laboral.

El verdadero debate sobre la inteligencia artificial.

La discusión pública suele centrarse en si la inteligencia artificial eliminará empleos o reemplazará profesiones. Sin embargo, el debate realmente importante es otro:

¿Estamos preparando a las personas para trabajar junto a la tecnología?

La inteligencia artificial no reemplazará el valor del pensamiento crítico, la creatividad, la ética, la empatía o la capacidad de liderazgo. Por el contrario, estas habilidades serán cada vez más importantes en un entorno altamente automatizado.

Por ello, el reto no consiste únicamente en enseñar a utilizar nuevas herramientas tecnológicas, sino en construir modelos educativos que permitan desarrollar talento adaptable, competente y preparado para aprender durante toda la vida.

Al final de todo, más allá del entusiasmo que genera la inteligencia artificial, la verdadera transformación ocurrirá en la forma en que educamos, certificamos y desarrollamos el talento humano. La educación basada en competencias, la formación dual, las certificaciones progresivas y el aprendizaje permanente representan una respuesta concreta a los desafíos de un mercado laboral en constante evolución.

La inteligencia artificial será una herramienta poderosa para acelerar este cambio, pero el éxito no dependerá de la tecnología por sí sola. Dependerá de nuestra capacidad para construir un sistema educativo flexible, inclusivo y conectado con la realidad productiva.

El futuro del trabajo no se definirá únicamente por los avances de la inteligencia artificial. Se definirá por nuestra capacidad para formar personas capaces de evolucionar junto con ella



PAQUETE INTEGRAL

PARA EMPRESAS QUE QUIEREN

**CRECER CON IDENTIDAD,
LEGALIDAD Y CONFIANZA**

SOLUCIÓN
360°

Pregunta ahora por cualquiera de estos servicios.

1. REGISTRO DE MARCA

- ✓ Protección Legal
- ✓ Uso Exclusivo Nacional
- ✓ Valor Comercial



2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

- ✓ Logotipo + Colores + Tipografías
- ✓ Plantillas para Redes y Docs.
- ✓ Credencialización Corporativa.



3. PÁGINA WEB PROFESIONAL

- ✓ Diseño Corporativo
- ✓ Dominio + Hosting
- ✓ Estructura Profesional



4. CUMPLIMIENTO & SEGURIDAD LABORAL

- ✓ Sistematización de RRHH (Expedientes)
- ✓ Gestión de DC-3 (Capacitación)
- ✓ Auditorías Internas
- ✓ Centro Evaluador STPS



— BENEFICIOS CLAVE —


Imagen
Profesional


Credibilidad
Inmediata


Cumplimiento
Legal


Presencia
Digital


Evita
Sanciones

¡Haz Crecer tu Empresa Hoy!

Agenda una Asesoría GRATUITA

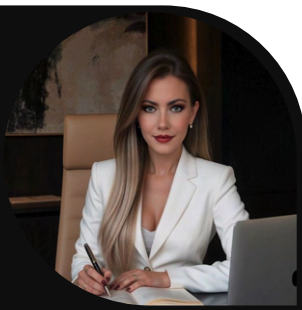


+52 449 911 60 85 | www.gruposolfis.com

contacto@gruposolfis.com

Escanea y
Contactanos

Crecer sin arquitectura: La forma más cara de improvisar.



Janette Rodríguez Villa

Titular de Nearshoring Comisión de Innovación COPARMEX Aguascalientes.

La expansión empresarial no se sostiene con más personas, más controles o más tecnología, sino con una estructura capaz de convertir la estrategia en ejecución.

Muchas empresas no se frenan por falta de mercado, clientes o talento. Se frenan porque su estructura interna ya no puede procesar el crecimiento que generaron.

Durante años hemos construido una narrativa empresarial en la que crecer significa vender más, contratar más personas, abrir nuevas unidades, ampliar instalaciones o incorporar tecnología. Sin embargo, pocas veces nos detenemos a preguntar si la organización tiene la capacidad real para gobernar la complejidad que acompaña esa expansión.

Porque crecer no es solamente aumentar el tamaño de una empresa. Crecer significa multiplicar decisiones, interdependencias, riesgos, expectativas, responsabilidades y puntos potenciales de falla. Cuando esa complejidad no está respaldada por una arquitectura organizacional sólida, lo que parece expansión puede convertirse rápidamente en desorden operativo, pérdida de rentabilidad y desgaste directivo.

La improvisación puede ser útil para iniciar. Difícilmente puede sostener una empresa cuando comienza a escalar.

El error más frecuente consiste en intentar resolver los desafíos del crecimiento agregando más personas, más reuniones, más controles o más tecnología. El resultado suele ser una organización más pesada, pero no necesariamente más capaz. Contratar más colaboradores no corrige funciones mal definidas. Incorporar software no resuelve procesos contradictorios. Crear nuevas direcciones no elimina la concentración de decisiones. Y modificar un organigrama no transforma, por sí mismo, la manera en que una empresa opera.

Un organigrama muestra posiciones.

La arquitectura organizacional define cómo debe funcionar el sistema completo.

Esto implica alinear la estrategia con la estructura, los puestos, los procesos, las capacidades de liderazgo, los indicadores, los mecanismos de coordinación y los derechos de decisión. También exige determinar quién responde por cada resultado, qué decisiones pueden tomarse en cada nivel y cómo se traduce la estrategia en ejecución cotidiana.

La ausencia de esta arquitectura se manifiesta de formas muy concretas: directores que concentran decisiones que deberían resolverse dos niveles abajo; puestos con títulos importantes, pero sin autoridad real; procesos que dependen de personas específicas y no de capacidades institucionales; reuniones extensas en las que se comparte información, pero no se toman decisiones; áreas que duplican esfuerzos mientras otras responsabilidades quedan sin dueño; y promociones basadas en antigüedad, cercanía o lealtad, sin evaluar si la persona cuenta con las capacidades que exige la posición.

También aparece en empresas donde todo parece urgente, los colaboradores más competentes terminan absorbiendo el trabajo de los demás y la dirección general se convierte en el principal cuello de botella. En estos casos, el problema no es necesariamente la falta de compromiso. Con frecuencia, el problema es el diseño.

Sin embargo, resulta más cómodo atribuir las fallas a la actitud de las personas que revisar críticamente la estructura que condiciona su desempeño. Se habla de resistencia al cambio cuando no existen instrucciones claras. Se exige mayor productividad cuando los procesos generan retrabajos. Se cuestiona la iniciativa de los equipos cuando todas las decisiones deben escalar. Se pide rendición de cuentas a quienes no cuentan con autoridad, información o recursos suficientes para responder.

Una estructura deficiente puede hacer que personas capaces produzcan resultados mediocres. Del mismo modo, una arquitectura bien diseñada puede elevar significativamente la capacidad de ejecución de una organización.



Esto no significa que la estructura sustituya al liderazgo. Significa que ambos deben fortalecerse de manera conjunta. Ninguna arquitectura organizacional funciona si quienes ocupan las posiciones críticas no poseen las capacidades ejecutivas necesarias. Pero tampoco existe liderazgo capaz de compensar indefinidamente un sistema mal diseñado.

El crecimiento sostenible exige evaluar la relación entre la persona, las exigencias del puesto y la evidencia real de desempeño. No basta con considerar experiencia, conocimientos técnicos o percepciones generales. Es necesario observar cómo decide un líder bajo presión, cómo regula su respuesta ante la incertidumbre, cómo comunica, cómo prioriza, cómo recupera su capacidad de enfoque y cómo transforma una decisión en ejecución.

La arquitectura organizacional debe fortalecerse desde el liderazgo porque las posiciones no ejecutan estrategias: las personas lo hacen. Pero esas personas necesitan operar dentro de estructuras que les permitan decidir, coordinarse y responder con claridad.

Una empresa preparada para crecer debería poder responder preguntas fundamentales: ¿qué capacidades necesita para ejecutar su estrategia?, ¿qué decisiones deben mantenerse en la alta dirección y cuáles deben descentralizarse?, ¿qué posiciones son críticas para la continuidad?, ¿qué procesos dependen peligrosamente de una sola persona?, ¿qué indicadores permiten distinguir actividad de resultados?, ¿qué puestos fueron diseñados para el presente y cuáles responden todavía a una etapa anterior de la empresa?



Cuando estas respuestas no existen, la organización no está creciendo de manera controlada. Está acumulando complejidad.

El crecimiento, por sí mismo, no desordena a una empresa. Lo que hace es revelar el desorden que ya estaba presente. Mientras la operación es pequeña, muchas deficiencias pueden compensarse con cercanía, supervisión directa y esfuerzo extraordinario. El fundador conoce a cada cliente, revisa cada pago, autoriza cada contratación y resuelve personalmente los conflictos. Pero cuando la empresa aumenta su volumen, esa forma de operación deja de ser una fortaleza y se convierte en una vulnerabilidad.

La organización comienza a depender de la memoria, disponibilidad y capacidad física de unas cuantas personas. Cada ausencia genera retrasos. Cada salida representa pérdida de conocimiento. Cada decisión se concentra. Cada nuevo proyecto incrementa la presión sobre una estructura que ya operaba al límite.

Este fenómeno tiene un costo económico que muchas empresas no contabilizan: horas invertidas en corregir errores, oportunidades perdidas por lentitud, clientes afectados por falta de coordinación, duplicidad de funciones, rotación evitable, proyectos detenidos y talento directivo consumido por asuntos operativos. La mala arquitectura organizacional no siempre aparece como una partida en los estados financieros, pero termina afectando prácticamente todas ellas.

Para las empresas del Bajío, este desafío adquiere una dimensión adicional. La competitividad regional no dependerá solamente de atraer inversión o integrarse a nuevas cadenas de valor. También dependerá de que las organizaciones locales cuenten con estructuras capaces de responder a mayores exigencias de calidad, cumplimiento, trazabilidad, velocidad y profesionalización.

No podemos aspirar a competir en mercados más sofisticados manteniendo modelos internos basados en la centralización, la informalidad o la dependencia de figuras indispensables. La oportunidad económica puede llegar a una región. Convertirla en desarrollo sostenible exige empresas capaces de ejecutarla. Por ello, la arquitectura organizacional no debe considerarse un proyecto administrativo ni una reorganización ocasional. Es una decisión estratégica sobre la capacidad futura de la empresa. El momento para revisar la estructura no es cuando la operación ya colapsó, cuando el talento clave renunció o cuando el crecimiento comenzó a destruir rentabilidad. Debe hacerse antes de que la complejidad supere la capacidad de gobierno de la organización.

La pregunta relevante ya no es solamente cuánto puede crecer una empresa. La pregunta es cuánta complejidad puede administrar sin perder control, velocidad, talento, rentabilidad ni propósito.

Crecer sin arquitectura no es una estrategia audaz. Es una de las formas más costosas de improvisar.

Medir satisfacción no es medir confianza.

Uno de los mayores riesgos de la automatización sin criterio es que puede producir indicadores aparentemente positivos. Menores tiempos de respuesta, más tickets cerrados, mayor volumen atendido y reducción de costos pueden dar la impresión de mejora. Sin embargo, esos datos no siempre explican la calidad del vínculo con el cliente. Una interacción puede cerrarse en sistema y permanecer abierta emocionalmente en la percepción del cliente.

La satisfacción suele medir una experiencia puntual. La confianza mide una trayectoria. Una empresa puede resolver un caso y aun así dejar dudas sobre su consistencia. Puede entregar una solución y no recuperar credibilidad. Puede mantener buenos indicadores operativos mientras acumula desconfianza silenciosa en clientes que no se quejan, pero tampoco regresan con la misma convicción.

Por ello, las organizaciones necesitan evolucionar sus métricas. No basta con saber cuántas interacciones se atendieron ni cuánto tiempo tomó responder. Es necesario observar cuántos casos requirieron recontacto, cuántas respuestas fueron percibidas como insuficientes, cuántas excepciones fueron escaladas con oportunidad, qué tipo de situaciones están deteriorando la confianza y en qué puntos el cliente necesita algo más que una respuesta automática.

El factor humano no desaparece: se vuelve más estratégico.

La narrativa más simplista de la automatización plantea una sustitución: menos personas, más tecnología. La visión estratégica plantea otra cosa: mejores personas ubicadas en los momentos donde su criterio tiene mayor impacto. El valor humano no está en repetir tareas que un sistema puede ejecutar; está en interpretar, contener, decidir y reconstruir confianza cuando la relación se vuelve vulnerable.

Esto exige nuevas capacidades internas. No basta con capacitar al equipo en el uso de herramientas digitales. Es necesario fortalecer criterio, comunicación bajo presión, lectura de contexto, toma de decisiones, coordinación entre áreas y responsabilidad frente al cliente. En la era de la automatización, el colaborador que interviene en un momento crítico ya no representa solo al área de atención: representa la coherencia de toda la empresa.

Ahí está el punto central. La automatización puede resolver lo previsible. Pero la relación se define cuando aparece lo imprevisible. Y lo imprevisible requiere personas con claridad, estructura y respaldo organizacional. Sin eso, el sistema puede seguir funcionando, pero la confianza comienza a fracturarse.

Hacia una automatización con criterio directivo.

Las empresas que logren equilibrar lo digital con lo humano no serán necesariamente las que adopten más tecnología, sino las que diseñen mejor sus límites. La pregunta estratégica no es cuánto podemos automatizar, sino qué debemos automatizar, qué debemos proteger, qué debemos escalar y qué momentos de relación requieren presencia, juicio o responsabilidad directa.

Automatizar con criterio implica clasificar los puntos de contacto según su valor relacional, no solo según su costo operativo. Implica diseñar rutas diferenciadas para casos simples, casos sensibles y casos críticos. Implica establecer protocolos claros para que la tecnología no se convierta en muro, sino en puente. Implica reconocer que el cliente no solo espera eficiencia: espera que la empresa tenga capacidad de respuesta cuando la relación exige algo más que velocidad.

También implica que la alta dirección asuma la automatización como una decisión de liderazgo. No puede quedar reducida a una implementación tecnológica ni a una iniciativa de reducción de costos. Automatizar modifica la forma en que una empresa se presenta ante sus clientes, gestiona conflictos, cumple promesas y sostiene reputación. Por eso, debe ser parte de la conversación estratégica, no solo del presupuesto operativo.

Cierre: la innovación también exige prudencia.

La innovación empresarial no consiste en incorporar herramientas de manera acelerada, sino en utilizarlas con inteligencia, propósito y responsabilidad. En un entorno donde todos pueden automatizar, la diferencia ya no estará en tener tecnología disponible, sino en tener el criterio suficiente para decidir cómo, cuándo y hasta dónde utilizarla.

El cliente en la era digital no busca regresar al pasado. Busca empresas capaces de combinar agilidad con presencia, eficiencia con claridad y tecnología con responsabilidad. Busca marcas que no lo obliguen a pelear contra un sistema cuando necesita una respuesta. Busca organizaciones que entiendan que la confianza no se programa: se sostiene.

Automatizar sin criterio es uno de los nuevos riesgos invisibles de la relación con el cliente. No siempre aparece en los reportes, no siempre genera una queja inmediata y no siempre se detecta en los indicadores tradicionales. Pero se acumula en la percepción, en la preferencia, en la lealtad y en la reputación. Por eso, la pregunta de fondo para las empresas ya no es si deben automatizar. La pregunta es si tienen la arquitectura interna, el criterio directivo y la madurez humana para hacerlo sin perder aquello que ningún sistema puede sustituir: la confianza del cliente.

LIDERAZGO CONSCIENTE



En **DIA1** trabajamos con un enfoque científico y estratégico para fortalecer el desempeño humano dentro de las organizaciones. A través de nuestro Protocolo Biotraining MethodIA1®, medimos y desarrollamos indicadores de coherencia emocional, liderazgo consciente y gestión del estrés, generando equipos más enfocados, resilientes y conectados con su propósito. Cada intervención está diseñada para traducir el bienestar individual en productividad colectiva, impulsando una cultura organizacional de alto rendimiento.

El **presentismo laboral** —cuando el colaborador está físicamente presente, pero emocionalmente ausente— se ha convertido en uno de los mayores costos ocultos dentro de las empresas. Afecta la atención, la precisión y la capacidad de tomar decisiones acertadas, generando pérdidas que rara vez se miden, pero siempre se sienten. En **DIA1** ayudamos a las organizaciones a identificar, medir y transformar ese costo invisible en resultados tangibles, fortaleciendo la conexión entre mente, emoción y desempeño.

Porque el verdadero liderazgo no se trata solo de asistir, sino de estar presente con conciencia, propósito y coherencia emocional. La pregunta que toda empresa debería hacerse hoy no es cuántas horas trabaja su gente, sino cuánto le cuesta cada día que no está plenamente conectada.

Nuestra misión es clara: transformar personas para transformar empresas.



Menos humo, más fuego. Cómo dejar de jugar a los jueguitos y empezar a hacer dinero.



**Luis Arturo
Cabrera Jiménez**

Comité de Innovación Educativa
COPARMEX Aguascalientes.

Estamos en plena fiebre del oro de la inteligencia artificial. Abre LinkedIn y vas a encontrar una fila de gurús vendiéndote que la IA hará el trabajo mientras duermes. Suena bonito. Es mentira.

La realidad es más técnica y menos romántica: La IA no arregla tu falta de estrategia, la amplifica. Si esperas un botón mágico, tengo una noticia incómoda para ti: vas a automatizar tu caos, más rápido y a mayor escala.

La IA dejó de ser una promesa futurista. Ya es infraestructura. Pero el hype nos tiene ciegos. Vamos a separar lo real de lo que es puro cuento, y cómo usar esta tecnología sin convertir tu empresa en el próximo caso de estudio de un fracaso tecnológico.



1- Deja de buscar "magia". Busca "eficiencia brutal".

La IA no es un genio de lámpara. El dinero real no aparece automatizando el trabajo creativo bonito, aparece optimizando lo que nadie quiere hacer.

Ejemplos reales, no teoría:

- Empresas en el Bajío usan modelos de lenguaje para analizar miles de contratos legales y detectar riesgos en segundos. Semanas de trabajo de abogados, resueltas en minutos.
- Plantas de manufactura en Aguascalientes no usan la IA para predecir el clima: la usan para predecir cuándo va a fallar una máquina, antes de que falle (mantenimiento predictivo).

Eso no es hype. Eso es dinero directo al margen de utilidad.

Si no estás usando la IA para matar ineficiencias operativas, estás jugando, no estás compitiendo.

2. Los límites: donde la IA se estrella contra la pared (y tú pagas la cuenta).

Esto es lo que el vendedor de licencias no te va a decir en la demo: la IA tiene límites físicos y lógicos.

Primero, las alucinaciones. Si le pides que tome decisiones críticas sobre tus finanzas sin supervisión, ya estás apostando. Segundo, el sesgo. Metes basura, sale basura, nada más que con un diseño impecable.

El límite más grande, sin embargo, es el criterio. La IA procesa el pasado a la perfección. Pero no entiende el contexto humano, el valor cultural de tu marca ni los matices de una negociación local. Te escribe una propuesta comercial perfecta. No te cierra al cliente difícil en la comida de negocios.

Nunca confundas procesar datos con liderar una empresa. Son habilidades distintas, y solo una de ellas es humana.

3. Decisiones responsables: no seas el hazmerreír de la ciberseguridad.

La "responsabilidad" en IA no es un tema de buenismo ético. Es un tema de supervivencia empresarial.

Cada vez que subes información confidencial a una IA pública, sí, incluida la versión gratuita de cualquier herramienta, le estás regalando tus secretos industriales al proveedor del modelo. Gratis.

Dos decisiones no negociables:

Controla tus datos. Si tu información vale algo, no la regales. Implementa en entornos cerrados, privados y seguros.

Humano en el bucle (human-in-the-loop). Nunca dejes que un algoritmo sea el último eslabón de una decisión que pueda afectar tu reputación, tu capital o la vida de tus colaboradores.

La IA sugiere. El humano decide. Punto, sin excepción.

4. Los verdaderos "Inadaptado" no siguen la tendencia: la explotan.

El mercado está lleno de empresas disfrazándose de tecnológicas. No caigas en esa trampa.

Los ganadores de esta década no van a ser los que más herramientas de IA tengan instaladas. Van a ser los que mejor integren la tecnología en sus procesos únicos.

La IA es un multiplicador, no un corrector. Si tu proceso es pésimo, la IA lo va a multiplicar por diez: pésimo, pero más rápido.

El orden importa: primero limpia la casa. Estandariza tus procesos. Después, y solo después, mete la IA como combustible.

Deja de obsesionarte con prompts bonitos para impresionar a tus colegas. Empieza a obsesionarte con el retorno de inversión real.

La IA no va a salvar un modelo de negocio débil. Pero si tu base es sólida, es el arma más letal que hemos tenido en siglos.

Menos hype. Más ejecución. Ahí está la diferencia entre los que hablan de IA y los que se hacen ricos con ella.



Full-Stack

en

12 MESES

CON

**garantía
de**

EMPLEO



interesados a:

I ©Indptdos

Después del hype del modelo.



Carolina Ruiz
CEO de Brier & Thorn

Si alguien me hubiera preguntado hace tres años cuál era la conversación más importante sobre inteligencia artificial, mi respuesta habría sido muy distinta a la de hoy.

En 2023 todos queríamos responder la misma pregunta ¿cuál es el mejor modelo? Durante meses analizamos benchmarks, ventanas de contexto y capacidad de razonamiento. Parecía una competencia por encontrar al modelo más inteligente.

Un año después la conversación cambió. Los modelos comenzaron a acercarse en capacidades y las organizaciones dejaron de preguntar cuál era el mejor para empezar a preguntar cuál generaba mayor valor por cada dólar invertido.

Después llegaron los agentes. De pronto la inteligencia artificial dejó de ser una herramienta que respondía preguntas para convertirse en una

"Durante tres años hemos discutido qué modelo elegir. La siguiente discusión será cómo proteger el entorno que le permite operar."

Cuando hablo de infraestructura de IA no me refiero a servidores o centros de datos. Me refiero al conjunto de sistemas, datos, aplicaciones, identidades y servicios que permiten que un modelo deje de ser una demostración tecnológica y se convierta en una herramienta útil para el negocio.

Un buen ejemplo es Uber. Cuando solicitamos un viaje vemos un automóvil acercándose en la pantalla, pero detrás de esa experiencia existe mucho más que un vehículo. Hay mapas, GPS, sistemas de pago, autenticación, comunicaciones, algoritmos de asignación y decenas de servicios funcionando de manera coordinada para que el viaje ocurra.

Si alguno de esos componentes falla, el problema no necesariamente está en el automóvil. Puede estar en el mapa que envió al conductor a la dirección equivocada, en el sistema de pagos que rechazó una transacción válida o en el servicio de geolocalización que dejó de responder. Entendemos intuitivamente que el automóvil es solo una parte de un ecosistema mucho más amplio. Con la inteligencia artificial sucede exactamente lo mismo. Cuando un empleado pregunta a un asistente corporativo por el estado de una factura, parece que únicamente está conversando con un modelo. En realidad, ese modelo consulta un ERP, valida permisos, recupera documentos, utiliza credenciales, accede a bases de datos y, en algunos casos, incluso prepara acciones para otros sistemas.

Lo que el usuario percibe como una simple respuesta es, en realidad, el resultado de una cadena tecnológica mucho más compleja.

"El modelo es solo la punta del iceberg. La verdadera superficie de riesgo está en la infraestructura que le permite interactuar con el negocio."

Y esa diferencia cambia por completo la forma en que debemos pensar sobre la seguridad.

Un atacante no necesariamente intentará vulnerar el modelo. En muchos casos será mucho más sencillo comprometer alguno de los componentes de los que el modelo depende. Puede robar las credenciales con las que un agente accede al ERP, modificar un documento interno para que el modelo tome decisiones basadas en información falsa, comprometer un conector hacia un sistema externo o aprovechar permisos excesivos otorgados durante la implementación. En todos esos escenarios el modelo seguirá funcionando exactamente como fue diseñado. La falla no estará en su capacidad de razonamiento, sino en la infraestructura que alimenta sus decisiones.

Pensemos nuevamente en el asistente financiero. Supongamos que un proveedor legítimo sufre el compromiso de su cuenta de correo electrónico. Desde esa cuenta se envía una factura con un cambio de cuenta bancaria aparentemente válido. El modelo valida la orden de compra, consulta el historial del proveedor y encuentra que toda la información coincide con una operación previamente autorizada. Desde su perspectiva, todo parece correcto, por lo que prepara la solicitud de pago.

El modelo no cometió un error de razonamiento ni fue atacado directamente. Lo que ocurrió fue que uno de los elementos de la cadena de confianza había sido comprometido antes de que la información llegara a él.

Este ejemplo refleja un cambio importante. Durante años hemos asumido que el principal riesgo consistía en engañar al modelo. En realidad, en muchos casos será más sencillo engañar al entorno del que depende.

"La próxima generación de incidentes en inteligencia artificial probablemente no ocurrirá porque el modelo razone mal, sino porque confíe en información, herramientas o identidades que ya han sido comprometidas."

Durante los últimos tres años nos hemos preguntado cuál era el mejor modelo, cuál era el más eficiente y cuál podía actuar con mayor autonomía. Esa conversación ha sido necesaria, pero la siguiente etapa exige hacernos preguntas diferentes.

A medida que la inteligencia artificial se integra en los procesos de negocio, el reto ya no consiste únicamente en elegir un modelo. Consiste en construir una infraestructura que permita utilizarlo con confianza: proteger los datos que consulta, controlar las herramientas con las que interactúa, limitar los permisos que recibe y mantener siempre la supervisión sobre las decisiones que pueden afectar a una organización. Hace más de cuatro décadas comenzó a circular una frase, ampliamente atribuida a un material de capacitación de IBM, que decía:

"A computer can never be held accountable; therefore a computer must never make a management decision."

Más allá de la discusión sobre su origen, el mensaje sigue siendo sorprendentemente vigente.

Hoy contamos con modelos capaces de razonar, agentes que ejecutan tareas y sistemas que pueden operar con un grado de autonomía impensable hace apenas unos años. Sin embargo, ninguno de ellos puede asumir la responsabilidad de una decisión. Esa responsabilidad sigue siendo, y seguirá siendo, de las personas y de las organizaciones que los diseñan, implementan y supervisan.

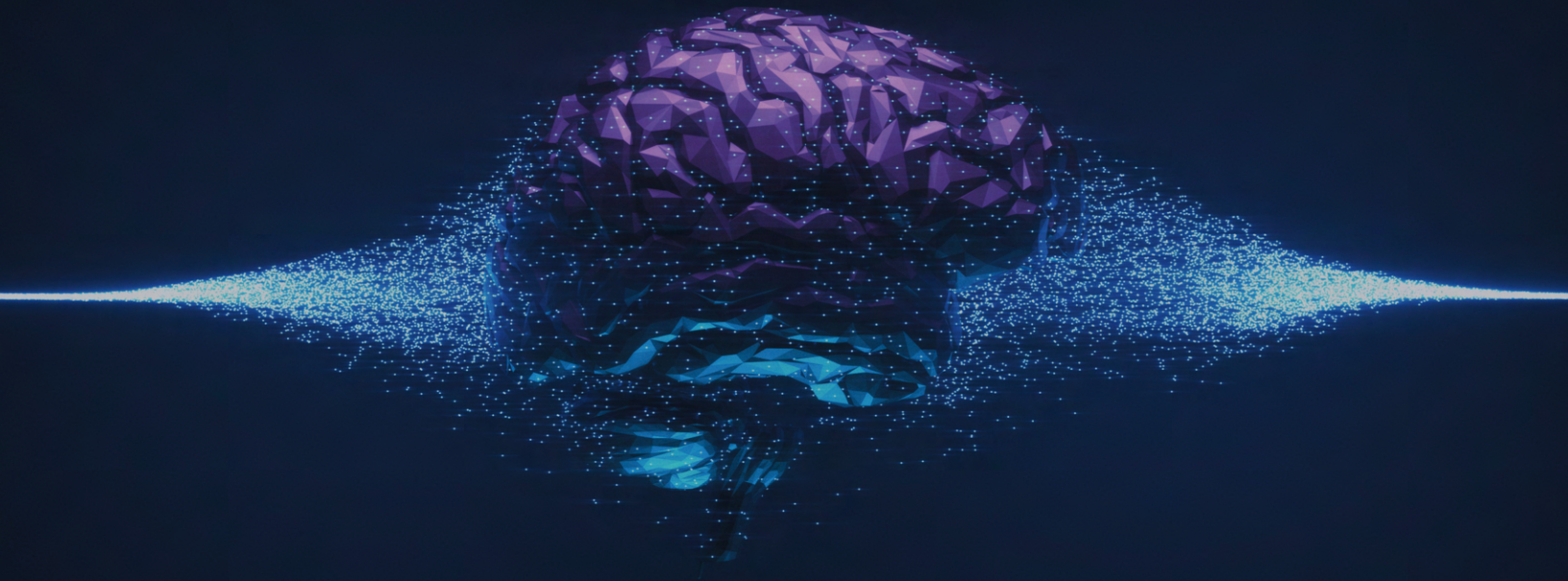
La mayoría de las organizaciones tendrá acceso a modelos con capacidades muy similares. La verdadera diferencia competitiva difícilmente estará en el algoritmo. Estará en la capacidad de construir una infraestructura confiable, establecer controles adecuados y definir un gobierno que permita aprovechar la inteligencia artificial sin perder de vista la responsabilidad sobre sus decisiones.

Quizá la pregunta más importante de esta nueva etapa ya no sea "¿qué modelo vamos a utilizar?", sino "¿estamos preparados para confiar en la infraestructura que le permitirá actuar dentro de nuestra organización?"

Porque, al final, la inteligencia artificial no será adoptada masivamente solo porque existan modelos más inteligentes. Lo será cuando las organizaciones puedan confiar en el entorno que les permite operar con ellos.



LA INNOVACIÓN ES TU VENTAJA.
LA SEGURIDAD, LA NUESTRA.



Ciberseguridad y gobernanza de IA para
organizaciones visionarias.



www.brierandthorn.com

La nueva ventaja competitiva no será la inteligencia artificial, será el criterio humano.



Christian Lomelí Chávez

Vicepresidente de la Comisión de Innovación COPARMEX Aguascalientes.

En una era donde la inteligencia artificial está al alcance de todos, el verdadero diferenciador ya no será la tecnología, sino la capacidad de las personas para tomar decisiones con pensamiento crítico, ética y visión estratégica.

La IA ya no es el diferenciador. Lo será la capacidad de decidir.

Durante los últimos años hemos sido testigos de una transformación tecnológica sin precedentes. La inteligencia artificial pasó, en muy poco tiempo, de ser una innovación reservada para laboratorios y grandes empresas tecnológicas a convertirse en una herramienta disponible para prácticamente cualquier organización y profesional.

Primero apareció la incertidumbre. Después, el entusiasmo. Más tarde llegó el fenómeno del hype: parecía que cualquier empresa que no hablara de inteligencia artificial estaba destinada a quedarse atrás.

Hoy, la conversación comienza a madurar.

La inteligencia artificial dejó de ser una novedad para convertirse en una herramienta de uso cotidiano. Desde la generación de contenido hasta el análisis de datos, el desarrollo de software, el servicio al cliente o la planeación estratégica, su presencia es cada vez más común.

Y precisamente ahí surge una nueva realidad.

Cuando todos tienen acceso a la misma tecnología, la verdadera ventaja competitiva deja de estar en la herramienta. Empieza a estar en las decisiones.

La pregunta ya no es quién utiliza inteligencia artificial. La pregunta es quién sabe cuándo utilizarla, cuándo no hacerlo y, sobre todo, quién es capaz de asumir la responsabilidad de las decisiones que esa tecnología influye.

La tecnología acelera. El criterio dirige.

Durante décadas, las organizaciones han apostado por la tecnología como un motor de crecimiento. Sin embargo, la historia empresarial demuestra que ninguna herramienta, por avanzada que sea, corrige por sí sola los problemas de fondo. Un proceso ineficiente seguirá siendo ineficiente aunque se automatice.

Una estrategia mal diseñada continuará generando malos resultados, incluso si fue desarrollada con ayuda de inteligencia artificial.

Y una decisión equivocada no deja de ser responsabilidad humana porque haya sido sugerida por un algoritmo.

La inteligencia artificial tiene la capacidad de acelerar procesos, sintetizar información y encontrar patrones a una velocidad extraordinaria. Pero aún carece de algo esencial: comprender el contexto completo en el que operan las organizaciones.

No conoce la cultura interna de una empresa. No entiende las relaciones humanas detrás de una negociación. No percibe los valores que definen una organización ni las implicaciones éticas de determinadas decisiones.

La IA ofrece información, las personas son quienes le dan significado.

El riesgo silencioso: dejar de pensar.

Existe una tendencia que comienza a hacerse evidente.

Cada vez más profesionales consultan a la inteligencia artificial para redactar correos, diseñar estrategias, analizar mercados, resolver problemas e incluso tomar decisiones importantes.

La herramienta responde con rapidez, estructura y seguridad.

Y precisamente ahí aparece uno de los mayores riesgos de esta nueva etapa.



/ Artículo. / La nueva ventaja competitiva no será la inteligencia artificial, será el criterio humano.

La facilidad con la que obtenemos respuestas puede generar una falsa sensación de certeza.

La inteligencia artificial es capaz de procesar enormes cantidades de información, pero no posee criterio propio. Sus respuestas parten de probabilidades, patrones y datos disponibles, no de una comprensión profunda de cada situación específica.

Por ello, delegar completamente el pensamiento representa un riesgo mucho mayor que equivocarse utilizando una nueva tecnología.

El verdadero desafío consiste en evitar que la velocidad sustituya al análisis y que la automatización reemplace el pensamiento crítico.

El liderazgo también está cambiando.

Durante mucho tiempo se creyó que un buen líder era quien tenía más experiencia o quien concentraba la mayor cantidad de información.

Hoy ambas condiciones han cambiado.

La experiencia sigue siendo invaluable, pero el acceso al conocimiento se ha democratizado. La inteligencia artificial puede proporcionar información técnica, comparativos, análisis e incluso propuestas de solución en cuestión de segundos.

Esto obliga a replantear el papel del liderazgo.

Los líderes del futuro no serán quienes sepan todas las respuestas.

Serán quienes formulen las mejores preguntas.

Serán quienes tengan la capacidad de interpretar la información, identificar riesgos, evaluar implicaciones humanas y tomar decisiones responsables incluso cuando la inteligencia artificial sugiera un camino diferente.

Porque liderar nunca ha sido únicamente decidir rápido.

Ha sido decidir correctamente.

La verdadera transformación es humana.

Con frecuencia las organizaciones se preguntan qué plataforma implementar, qué modelo adoptar o cuál será la siguiente herramienta basada en inteligencia artificial que les permitirá ser más competitivas.

Sin embargo, quizá la pregunta más importante sea otra.

¿Nuestra organización está preparada para convivir con la inteligencia artificial sin perder su capacidad de análisis, reflexión y criterio?

La verdadera transformación no dependerá únicamente de incorporar nuevas tecnologías.

Dependerá de desarrollar personas capaces de utilizarlas con responsabilidad, pensamiento crítico y una visión clara de los objetivos que buscan alcanzar.

La inteligencia artificial seguirá evolucionando.

Los modelos serán cada vez más rápidos, más precisos y más accesibles.

Pero el éxito de las organizaciones seguirá estando determinado por algo que ninguna tecnología puede reemplazar por completo: la capacidad humana para comprender el contexto, actuar con ética y tomar decisiones conscientes.

Porque, al final, la inteligencia artificial puede acelerar el camino.

Pero el rumbo siempre dependerá de las personas.



INNOVACIÓN

abgroup.

Todo lo que
tu marca necesita,
en un solo lugar.



La inteligencia artificial está transformando la manera que innovamos.

Recordatorio

La innovación no consiste en adoptar tecnología, sino en transformar la manera de pensar.

Ignorar

El próximo salto tecnológico rezananza con IA.

Transformando información en oportunidades.

Conectando personas, datos y tecnología.

Aceptar

Inteligencia artificial para decisiones más inteligentes.

Diseñando hoy la tecnología del mañana.



COPARMEX
COMISIÓN DE EMPRESARIOS JÓVENES
AGUASCALIENTES

inNOVación

¿Te gustaría
formar parte de
este boletín?

Contáctanos

449 128 25 65

