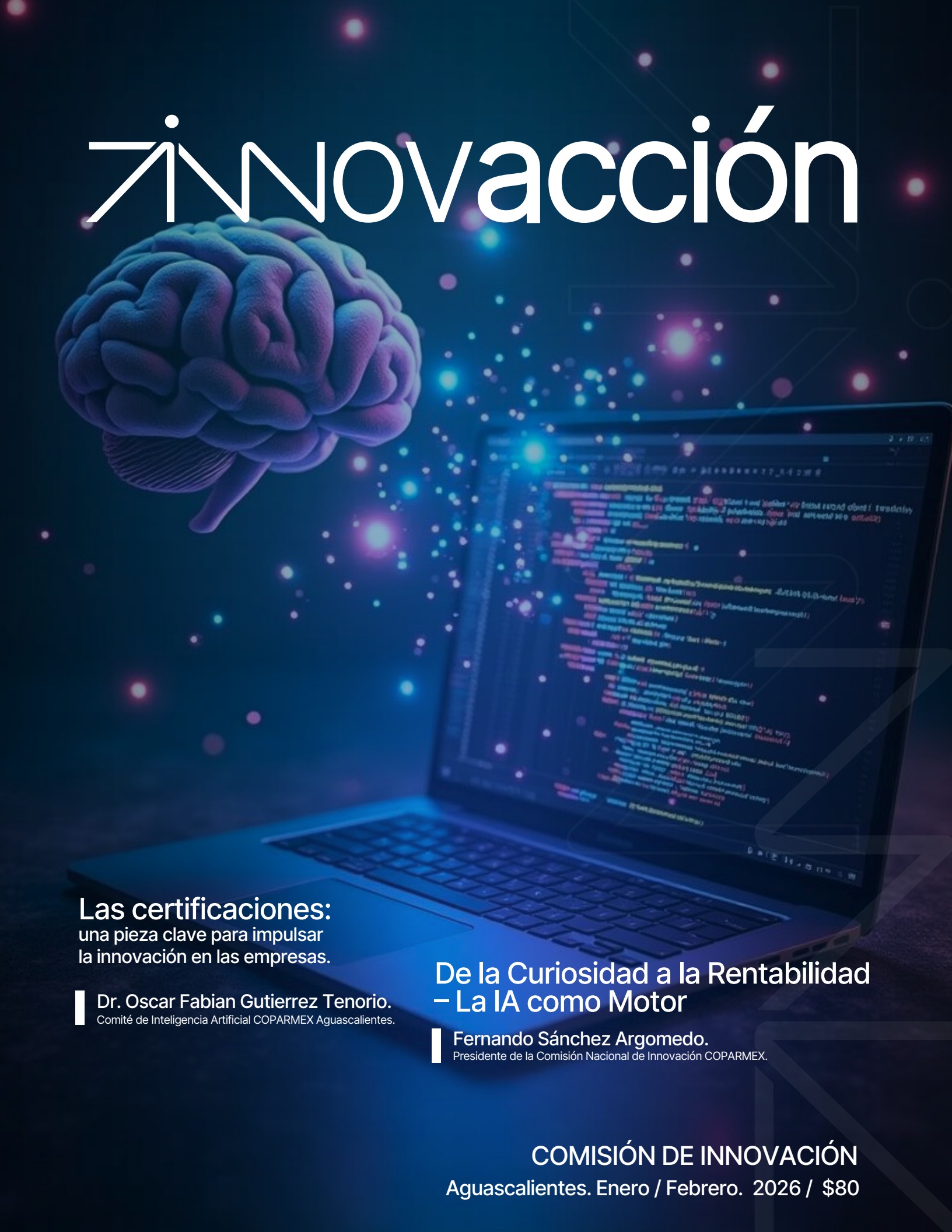
Innovacción



Las certificaciones:
una pieza clave para impulsar la innovación en las empresas.

Dr. Oscar Fabian Gutierrez Tenorio.
Comité de Inteligencia Artificial COPARMEX Aguascalientes.

De la Curiosidad a la Rentabilidad – La IA como Motor

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

COMISIÓN DE INNOVACIÓN
Aguascalientes. Enero / Febrero. 2026 / $80

/ Mensaje

Estimados socios y amigos de la comunidad Coparmex espero que estén muy bien y que este 2026 sea el mejor de los años para su familia y sus empresas.

Presentamos esta edición preparada por nuestra Comisión de Innovación como un espacio de reflexión estratégica y, sobre todo, de invitación a la acción. Aquí no hablamos de innovación como moda, sino como un medio concreto para generar valor, competitividad y futuro en un entorno marcado por la disrupción tecnológica, las tensiones globales y un cambio profundo en la forma de aprender, liderar y tomar decisiones.

En estas páginas encontrarán una mirada clara y aplicada sobre cómo la curiosidad puede transformarse en rentabilidad, y cómo la inteligencia artificial se consolida como un verdadero motor de crecimiento cuando se integra con criterio humano y cómo puede utilizarse en la planeación estratégica. Exploramos también el papel de las certificaciones como aceleradores de confianza e innovación; y analizamos el impacto de la geografía y el contexto global en la permanencia y rumbo de las empresas hacia 2026.

Abordamos además dos de los grandes cambios de nuestra era: la transformación del modelo educativo y la necesidad de un nuevo modelo de liderazgo.

Esperamos que esta edición provoque preguntas, inspire decisiones y motive a actuar.



Mtro. Juan Carlos Soledad Pérez

PRESIDENTE DE COPARMEX
EN AGUASCALIENTES



Editorial

Vivimos un momento definitorio para las organizaciones, los líderes y los sistemas que sostienen el desarrollo económico y social. La innovación dejó de ser un discurso aspiracional para convertirse en una condición de permanencia. Hoy, quien no evoluciona, simplemente se queda atrás.
En esta edición de InnovAcción exploramos cómo la curiosidad —esa fuerza que siempre ha impulsado el progreso— se transforma hoy en rentabilidad real cuando se combina con inteligencia artificial, visión estratégica y capacidad de adaptación. Ya no basta con preguntarse qué viene después; la pregunta clave es qué estamos haciendo hoy para no volvernos irrelevantes mañana.

La tecnología avanza más rápido que los modelos educativos tradicionales. Por eso abordamos el auge de las microcredenciales, el fin de la licenciatura rígida y la urgencia de formar talento con habilidades prácticas, flexibles y actualizables. La educación, entendida como un sistema vivo, se convierte en uno de los pilares más poderosos de la innovación empresarial.

También ponemos sobre la mesa el papel de las certificaciones como un nuevo lenguaje de confianza, validación y competitividad. En un entorno donde el conocimiento se vuelve obsoleto con rapidez, certificar capacidades ya no es un lujo: es una estrategia.
Miramos el contexto global —marcado por tensiones geopolíticas, reconfiguración de mercados y cambios en las cadenas de valor— para entender por qué la innovación ya no es una ventaja diferencial, sino un factor de supervivencia rumbo a 2026. En este escenario, las organizaciones que piensan a largo plazo son las que hoy están dispuestas a cambiar.

Finalmente, abordamos dos ejes que lo atraviesan todo: el liderazgo y la planeación estratégica con inteligencia artificial. El líder del futuro no es una promesa; es una exigencia del presente. Y la IA, lejos de reemplazar el criterio humano, se convierte en un socio estratégico que amplifica la capacidad de decidir, anticipar y ejecutar con mayor claridad.
Esta edición no busca dar respuestas definitivas.
Busca abrir conversaciones necesarias.
Porque innovar no es solo imaginar el futuro...
es empezar hoy a construirlo con acción, criterio y propósito.



Christian Lomelí
Vicepresidente de la Comisón de Innovación
COPARMEX Aguascalientes.

Innovación.

ÍNDICE

1 Mensaje del Presidente COPARMEX AGS.

2 Editorial.

5 Sobre los autores.

8 De la Curiosidad a la Rentabilidad – La IA como Motor

9 Las certificaciones: Una pieza clave para impulsar la innovación en las empresas.

12 Geoeconomía, tenciones globales y el rol de la innovación como factor de permanencia rumbo a 2026.

15 Más allá del Hype: La Guía Definitiva para Calcular el ROI Tecnológico en la Era de la IA.

18 Educación Estilo Lego: El Fin de la Licenciatura "Paquidérmica" y el Auge de las Microcredenciales.

21 El líder del futuro no es una promesa, es una exigencia del presente.

23 Planeación Estratégica con Inteligencia Artificial.

26 Frase.

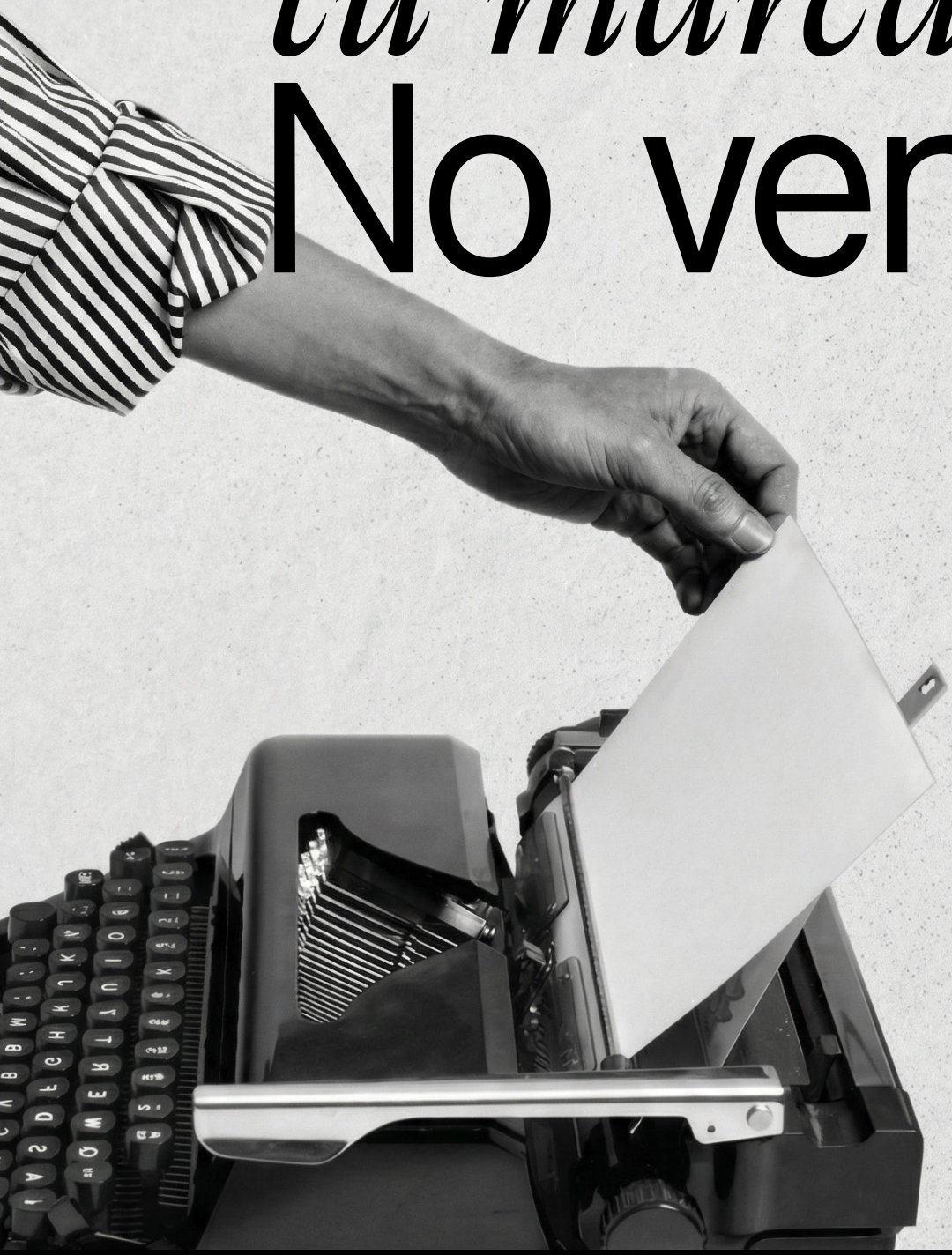
Consejo editorial

¿Quién lidera el comité?

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

COPARMEX
COMISIÓN DE EMPRESARIOS JÓVENES AGUASCALIENTES

¿Porque tu marca
No vende?



Muchas marcas no fallan por falta de publicidad, sino por falta de claridad.
No venden porque no conocen a su verdadero cliente, no entienden sus motivaciones reales o están comunicando lo que ellos quieren decir, no lo que el mercado necesita escuchar

En **AB Research** ayudamos a las marcas a tomar decisiones basadas en datos reales, no en suposiciones.
Porque cuando entiendes al consumidor, vender deja de ser un misterio.

- Estudios de mercado
- Insights accionables
- Estrategias con fundamento.

abrsch®

Cerro de La Silla #105, Jardines de la Concepción II
C.P.20120 Aguascalientes, Ags.

ab.rsch 449 912 8610

/ Sobre los autores.



Rosa Marta Abascal Olascoaga

Vicepresidenta Nacional de COPARMEX.

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, Maestria 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 laComisión 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 Argomedo

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.

/ Sobre los autores.



Christian Lomelí Chávez

Vicepresidente de la Comisón 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 Manual 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.

/ Sobre los autores.



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 agiles, 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.



Guillermo Tafolla Milo

Ingeniero en Tecnologías Computacionales

Ingeniero en Tecnologías Computacionales por el Tec de Monterrey, actualmente Software Engineer en Amazon. Ha colaborado con Harvard Medical School en proyectos de IA para neuroimagen y con el MIT Media Lab en iniciativas de tecnología para abordar memorias estresantes; además, su trabajo se extiende al sector espacial. Su foco profesional es llevar tecnología de frontera a problemas concretos en los ámbitos sanitario, educativo y espacial.



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.

De la Curiosidad a la Rentabilidad – La IA como Motor



Fernando Sánchez Argomedo

Presidente de la Comisión Nacional de Innovación COPARMEX.

Si en 2024 y 2025 la conversación giraba en torno a qué es la Inteligencia Artificial Generativa (IAG), este 2026 la narrativa ha cambiado radicalmente hacia el cuánto genera. Ya no estamos en la etapa de experimentación lúdica; estamos en el año de la implementación estratégica y el retorno de inversión.

Para este artículo, he analizado las tendencias globales de firmas como Gartner, McKinsey e IDC para traerte una visión clara de lo que enfrentarás este año y cómo nuestra región puede capitalizarlo.

El Escenario 2026: Datos Duros y Realidades.

La IAG ha madurado. Según proyecciones ajustadas de Gartner, para este año, más del 80% de las empresas habrán utilizado APIs o modelos de IAG y/o implementado aplicaciones habilitadas para IAG en entornos de producción, un salto masivo desde el menos del 5% que veíamos en 2023.

Pero el dato más crítico para tu negocio es el de IDC: se estima que para finales de 2026, por cada dólar invertido en IA, las empresas líderes estarán obteniendo un retorno promedio de $3.5 dólares. La brecha entre quienes adoptan y quienes observan se está convirtiendo en un abismo de competitividad.

La Predicción: El Auge de la "IA Agéntica"

La gran tendencia para este 2026 no es un chatbot que escribe correos, sino la IA Agéntica (Agentic AI).

A diferencia de la IA pasiva que espera tus instrucciones (prompts), los agentes de IA de 2026 tienen la capacidad de razonar, planificar y ejecutar flujos de trabajo complejos de manera autónoma bajo supervisión humana mínima.

Los tres ámbitos donde esto tendrá una influencia brutal este año son:

- Manufactura Predictiva y Autónoma: Los agentes de IA ahora no solo alertan sobre una falla en la maquinaria; contactan al proveedor, agendan el mantenimiento y ajustan la línea de producción para minimizar el tiempo de inactividad sin intervención humana directa.
- Hiper-personalización a Escala: En el sector servicios y retail, la IA ya no segmenta audiencias; crea experiencias individuales en tiempo real, ajustando precios, ofertas y mensajes al micro-momento del consumidor.
- Programación y Desarrollo: Se estima que el 70% del nuevo código generado este año será creado con asistencia de IA, acelerando la transformación digital de las PyMEs a ritmos antes impensables.

¿Qué significa esto para Aguascalientes? Nuestra vocación industrial y logística nos coloca en una posición privilegiada, pero vulnerable si no actuamos.

La oportunidad para el sector empresarial local radica en tres pilares:

- Nearshoring 2.0 (Smart Manufacturing): Las inversiones extranjeras que llegan al bajío ya no buscan solo mano de obra calificada; buscan eficiencia operativa. Integrar visión por computadora (Computer Vision) para control de calidad en nuestras plantas de autopartes y manufactura nos vuelve proveedores irremplazables en la cadena de suministro global.
- Logística Cognitiva: Siendo el corazón logístico de México, las empresas de transporte y almacenamiento locales deben adoptar IA para la optimización dinámica de rutas y gestión de inventarios. La IA puede reducir costos de combustible y tiempos de entrega hasta en un 20%, un margen que es pura utilidad neta.
- Desarrollo de Talento Híbrido: Aguascalientes tiene grandes universidades. El reto para COPARMEX es vincularse con ellas para asegurar que los egresados de 2026 no solo sepan ingeniería, sino que sean arquitectos de IA capaces de implementar estas soluciones en la industria local.

Conclusión

La IA en 2026 no viene a reemplazar al empresario, sino a potenciar al empresario que se atreve a usarla. La tecnología ya está aquí y es accesible; el diferenciador será tu capacidad de liderazgo para integrarla en tu cultura organizacional.

En COPARMEX Aguascalientes, la invitación es clara: dejemos de ver a la IA como una ola que nos golpea y empecemos a usarla como la tabla con la que surfearemos hacia el futuro.

¿Tú, ya tienes a tu primer agente de IA trabajando?

Datos del Autor:
Fernando Sánchez Argomedo
CEO EW360.MX
Presidente de la Comisión Nacional de Innovación de COPARMEX
Linkedin y X: @fsargomedo

Las certificaciones: Una pieza clave para impulsar la innovación en las empresas.



Óscar Fabián Gutiérrez Tenorio

Presidente de la Comisión de Innovación COPARMEX Aguascalientes.

Desde mi punto de vista, la innovación se ha convertido en una palabra constante en el discurso empresarial. Todas las organizaciones hablan de innovar, transformarse y adaptarse al cambio, pero pocas se detienen a pensar en un elemento esencial para lograrlo: las personas y sus competencias. En este contexto, las certificaciones juegan un papel fundamental para convertir la innovación en un proceso ordenado, medible y sostenible.

El reto de innovar en un entorno cambiante.

Las empresas enfrentan un entorno cada vez más dinámico. Nuevas tecnologías, cambios regulatorios, clientes más informados y mercados más competitivos exigen respuestas rápidas y soluciones creativas. Sin embargo, innovar no significa improvisar.

Uno de los principales obstáculos para la innovación es la falta de procesos claros y de personal capacitado para ejecutarlos. Muchas organizaciones dependen del conocimiento empírico de sus colaboradores, lo cual puede funcionar a corto plazo, pero dificulta la escalabilidad, la continuidad y la mejora continua.

Aquí es donde las certificaciones cobran relevancia.

El reto de innovar en un entorno cambiante.

Las certificaciones permiten estandarizar conocimientos y prácticas, creando un lenguaje común dentro de la empresa. Al certificar procesos, metodologías o competencias, la organización puede:

- Reducir la improvisación y aumentar la consistencia en la toma de decisiones.
- Documentar buenas prácticas, facilitando su réplica en distintas áreas o sucursales.
- Medir capacidades reales, más allá de títulos académicos o experiencia declarada.
- Acelerar la adopción de nuevas metodologías, como gestión de proyectos, innovación, calidad o transformación digital.

En lugar de depender de personas clave, la empresa construye sistemas de trabajo que sostienen la innovación en el tiempo.

Certificar personas, procesos y modelos.

La innovación no ocurre de forma aislada. Requiere que las personas entiendan cómo mejorar lo que ya existe y cómo implementar nuevas ideas sin generar caos. Las certificaciones ayudan en tres niveles:

- Personas: Un colaborador certificado cuenta con herramientas claras para analizar problemas, proponer mejoras y ejecutar soluciones con mayor confianza. Esto empodera al talento interno y fortalece su compromiso con la organización.
- Procesos:Certificar procesos obliga a revisarlos, documentarlos y evaluarlos. Este ejercicio, por sí solo, genera innovación al identificar ineficiencias, duplicidades y oportunidades de mejora.
- Modelos de trabajo: Metodologías certificables como gestión de calidad, mejora continua, innovación abierta o transformación digital permiten que la empresa adopte modelos probados y adaptables a su realidad.



Confianza, escalabilidad y competitividad.

Uno de los mayores beneficios de las certificaciones es la confianza. Para los equipos internos, significan claridad sobre qué se espera y cómo hacerlo. Para clientes, proveedores e inversionistas, representan una señal de profesionalismo y compromiso con la calidad.

Además, las certificaciones facilitan la escalabilidad. Cuando los procesos están certificados y las personas capacitadas bajo los mismos estándares, es más sencillo crecer, abrir nuevas unidades o integrar nuevos equipos sin perder control ni calidad.

En un entorno donde la innovación es constante, esta capacidad de escalar sin desorden se vuelve una ventaja competitiva.

Innovar con método, no solo con ideas.

La innovación no depende únicamente de grandes ideas, sino de la capacidad de ejecutarlas de manera sistemática. Las certificaciones ayudan a transformar la creatividad en resultados, conectando el conocimiento con la acción.

Invertir en certificaciones no es un gasto, sino una estrategia para fortalecer la cultura organizacional, profesionalizar la operación y asegurar que la innovación deje de ser un discurso para convertirse en una práctica cotidiana.

En definitiva, las empresas que certifican lo que saben hacer, están mejor preparadas para innovar, crecer y mantenerse vigentes en un mundo que no deja de cambiar, aunque ya existen herramientas como las CERTIFICACIONES CONOCER, que incluso son un alto potencial usado y aplicado en la experiencia de las empresas.




IFADE
Instituto de Formación
de Asesores de Empresa
FUDSEM
Fundación para el Desarrollo Social y Empresarial de la República Mexicana, A. C.
redconocer
de prestadores de servicios
Centro de Evaluación
¡CONSOLIDA
tus conocimientos y
habilidades!
Te apoyamos en especializarte en el desarrollo
de tus actividades de asesoría a empresas.
¡CAPACÍTATE,
DESARRÓLLATE
y
CERTIFÍCATE!
Formación continua
Cursos especializados
E-Learning propio y flexible
Contenidos exclusivos en cualquier lugar y en cualquier momento
www.ifade.mx
contacto@ifade.mx
449 111 0825

Geoeconomía, tenciones globales y el rol de la innovación como factor de permanencia rumbo a 2026.



Janette Rodríguez Villa

Titular de Nearshoring Comisión de Innovación COPARMEX Aguascalientes.

La economía global atraviesa una transformación silenciosa pero profunda. Las reglas que durante décadas privilegiaron la eficiencia, el bajo costo y la optimización logística han sido desplazadas por una lógica más compleja y exigente: la geoeconomía. Hoy, las decisiones empresariales ya no se explican únicamente por variables económicas tradicionales, sino por la interacción entre tensiones geopolíticas, seguridad estratégica, estabilidad institucional y capacidad de adaptación de los territorios.

En este nuevo escenario, el nearshoring emerge como una respuesta estructural a un mundo fragmentado, marcado por conflictos comerciales, reconfiguración de cadenas de suministro y una creciente competencia entre regiones. Sin embargo, conforme nos acercamos a 2026, resulta evidente que el mayor desafío ya no está en atraer inversión, sino en lograr que esa inversión permanezca, se consolide y genere valor sostenible en el tiempo.

La geoeconomía como nuevo marco de decisión empresarial.

Las empresas que hoy relocalizan operaciones no solo buscan cercanía geográfica con los mercados de consumo. Buscan certeza, resiliencia y capacidad de respuesta ante un entorno volátil. La pregunta dejó de ser "¿dónde es más barato producir?" para transformarse en "¿dónde puedo operar con estabilidad en un contexto global incierto?".

Las tensiones geopolíticas, los riesgos regulatorios, la seguridad energética y tecnológica, así como la disponibilidad de talento especializado, están redefiniendo el mapa de competitividad. En este contexto, el nearshoring es una decisión profundamente geoeconómica: responde a la necesidad de reducir vulnerabilidades, acortar cadenas críticas y operar en entornos que ofrezcan no solo ventajas económicas, sino ecosistemas confiables.

Del entusiasmo inicial al reto de la permanencia.

En los últimos años, México y diversas regiones industriales han sido protagonistas de anuncios relevantes de inversión. Sin embargo, el entusiasmo inicial corre el riesgo de diluirse si no se atiende una pregunta clave: ¿qué hace que una empresa decida quedarse?

La permanencia no depende únicamente de infraestructura, incentivos fiscales o ubicación estratégica. Depende, cada vez más, de la capacidad del entorno empresarial para evolucionar al ritmo que exige la economía global. Aquí es donde la innovación adquiere un nuevo significado.

Innovación: de discurso aspiracional a condición estratégica.

Durante mucho tiempo, la innovación fue presentada como una ventaja competitiva deseable. Hoy, en un contexto de alta tensión global, la innovación se convierte en una condición mínima de permanencia.

Es importante subrayarlo: no hablamos exclusivamente de innovación tecnológica. La experiencia reciente muestra que muchas organizaciones cuentan con tecnología de punta, pero enfrentan dificultades estructurales en aspectos críticos como la toma de decisiones bajo presión, la gestión del cambio, la alineación estratégica y el desgaste de sus equipos.

La innovación que demanda la geoeconomía actual es organizacional, humana y estratégica. Es la capacidad de las empresas para adaptarse sin perder foco, crecer sin colapsar y sostener resultados sin comprometer su viabilidad interna.



El riesgo silencioso: inversión sin capacidad de ejecución.

Uno de los principales riesgos del nearshoring es la brecha entre la llegada de proyectos y la capacidad real de los ecosistemas para ejecutarlos de manera sostenible. Cuando la inversión avanza más rápido que el desarrollo organizacional, comienzan a aparecer señales de alerta: alta rotación, decisiones reactivas, pérdida de productividad, conflictos internos y desgaste emocional.

Estos factores rara vez aparecen en los indicadores financieros inmediatos, pero terminan influyendo de manera decisiva en la permanencia de las inversiones. La desinversión no siempre es abrupta; muchas veces es silenciosa y gradual, producto de entornos que no lograron innovar al ritmo del crecimiento.

Talento: el activo geoeconómico más disputado.

En la economía actual, el talento se ha convertido en uno de los activos más estratégicos y disputados. Las regiones ya no compiten solo por atraer empresas, sino por atraer y retener personas con capacidades críticas para operar en contextos complejos.

Esto obliga a repensar la innovación desde una perspectiva integral: desarrollo de liderazgo, fortalecimiento de habilidades humanas clave, creación de culturas organizacionales resilientes y construcción de entornos laborales que sostengan el desempeño en el largo plazo. Sin talento preparado y comprometido, ninguna estrategia de nearshoring es sostenible.

Innovar para permanecer: el desafío de 2026.

De cara a 2026, el verdadero reto no será anunciar nuevos proyectos, sino demostrar que contamos con las condiciones para sostenerlos. Innovar ya no significa solo crecer más rápido, sino crecer mejor. Significa anticipar riesgos, fortalecer capacidades internas y construir ecosistemas empresariales capaces de resistir la presión del entorno global.

Desde esta perspectiva, la innovación se convierte en un factor de estabilidad económica, reputación regional y competitividad sostenible. Permanecer será el nuevo indicador de éxito.

El papel de la agenda empresarial.

En este contexto, el rol de organizaciones como COPARMEX es fundamental. Más allá de la representación gremial, existe la oportunidad de impulsar una visión estratégica que conecte la lectura del entorno geoeconómico con acciones concretas en innovación, desarrollo y fortalecimiento empresarial.

La Comisión de Innovación y Desarrollo, con su enfoque en nearshoring, puede convertirse en un espacio clave para traducir las tensiones globales en decisiones empresariales informadas, alineadas a una visión de largo plazo.

El nearshoring abrió una ventana histórica de oportunidad. Pero las ventanas no permanecen abiertas indefinidamente. En un mundo marcado por tensiones, incertidumbre y competencia regional, la verdadera ventaja competitiva no será llegar primero, sino saber permanecer.

La innovación —entendida como capacidad adaptativa, liderazgo efectivo y desarrollo humano— será el factor decisivo para que las inversiones no solo lleguen, sino se queden, crezcan y generen valor duradero.

De cara a 2026, la pregunta que debe guiarnos es clara: ¿estamos construyendo hoy las condiciones para ser un destino de permanencia mañana?



DIA1

Diagnóstico Integral de Alto Impacto



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.

5532221315 / 4495511257
enlacedia1.com.mx
www.dia1.com.mx
AGUASCALIENTES-CDMX

Más allá del Hype:
La Guía Definitiva para Calcular el ROI Tecnológico en la Era de la IA.

Cómo estudiantes, profesionales y empresarios pueden medir el valor real de la tecnología, transformando costos en inversión estratégica.



Víctor Manual Martínez
Titular de Transferencia Tecnológica
Comisión de Innovación
COPARMEX Aguascalientes

El Desafío del Valor

La explosión de la Inteligencia Artificial Generativa (GenAI) ha creado un entusiasmo sin precedentes, pero también ha puesto en evidencia un problema: muchas organizaciones no saben medir su verdadero impacto. De hecho, se estima que para 2027, el 60% de los proyectos de GenAI serán abandonados después de la fase de prueba de concepto, principalmente por costos crecientes o falta de un valor comercial claro.

Hoy, el reto ya no es implementar tecnología; el reto es justificarla.

La mejor práctica no consiste en evaluar únicamente ahorros de costos, sino en aplicar una fórmula integral que considere:

- CS – Ahorro de costos (Cost Savings)
- PR – Retorno de productividad (Productivity Return)
- BV – Valor de negocio (Business Value)
- TC – Costo total de propiedad (Total Cost)

La fórmula completa del ROI es:

$$ROI = \frac{(CS+PR+BV)-TC}{TC}$$

A continuación, una referencia de cómo aplicar esta metodología:

1. Para Estudiantes: Entendiendo el Valor desde el Product Management

El Concepto: Como futuro creador o gestor de productos, debes comprender que el precio y el éxito de una solución tecnológica no dependen de cuánto cuesta desarrollarla, sino de cuánto valor genera al usuario.

Tu mejor herramienta para vender una idea es demostrar el ROI del cliente.

Mejor Práctica: Triangulación de Valor

El valor para el cliente proviene de tres fuentes principales:

- Ganancia de productividad
- Incremento de ingresos
- Reducción o evitación de riesgos

Con esto puedes definir el "precio techo". Si tu producto genera $100 de valor al mes, no puedes cobrar $100; estarías anulando el ROI del cliente.

Ejemplo Práctico (Estudiante)

Imagina que desarrollas como proyecto universitario una herramienta que automatiza campañas de marketing para pequeñas empresas.

Paso 1: Identificar Conductores de Valor

- Ahorra tiempo (Productividad)
- Mejora la captación de clientes (Ingresos)

Cálculo de Valor:

- Ahorro de costos: Una PYME paga $2,000 al mes por gestión manual. Tu herramienta reduce 50% del tiempo → $1,000 de ahorro.
- Incremento de ingresos: Automatizar campañas incrementa ventas 5% sobre $10,000 → $500 adicionales.

Valor total generado: $1,500 mensuales

Decisión de precio:

Si cobras $150 al mes, estás ofreciendo un retorno de 10x al dueño de la empresa.

Este cálculo es clave para justificar tu proyecto académico o tu futura startup.



2. Para Profesionales de TI:

Gestión Inteligente de Proveedores

El Concepto

Muchos líderes de TI caen en la trampa de medir solo:

- Cumplimiento de SLAs
- Indicadores operativos
- Ahorros de productividad "inflados" por el proveedor

Pero pocas veces se miden los resultados estratégicos.

Mejor Práctica: Revisión de ROI en Dos Capas

1. ROI Operativo: ahorros y mejoras de eficiencia
2. ROI Estratégico: impacto en negocio, usuarios e ingresos

Y siempre incluye un Rastreador de Costos Totales, que considere:

- Costos de licencias
- Ingeniería interna
- Gobernanza
- Reentrenamiento de modelos de IA
- Gestión del cambio
- Costos ocultos que rara vez se contabilizan

Ejemplo Práctico (Profesional TI)

Supón que buscas automatizar tu Service Desk con GenAI.

Escenario Malo (Solo productividad)

El proveedor promete 40% más velocidad en resolución.

El ROI parece alto, pero los usuarios reabren tickets por malas respuestas.

Resultado: Cero valor de negocio.

Escenario Óptimo (Cálculo completo)

- CS (Ahorro): 5 FTE = $250,000
- PR (Productividad): Cierres más rápidos = $100,000
- BV (Valor de negocio): Mayor satisfacción → menos tiempo de inactividad = $500,000
- TC (Costo total): Licencias + validación interna + soporte = $400,000

ROI real:

ROI = \frac{250k + 100k + 500k - 400k}{400k} = 1.12 \text{ (112%)}

Con esto puedes presentar un impacto real, no solo eficiencia técnica.

3. Para Dueños de Empresas:

Innovar el Modelo de Negocio

El Concepto

Para un empresario, la GenAI no debe verse como un mecanismo de eficiencia, sino como un motor de innovación del modelo de negocio.

El error más común: decidir inversiones basándose solo en ahorro de personal, sin considerar los costos de ajuste comercial.

Mejor Práctica

Incluye siempre los costos asociados a:

- Investigación de mercado
- Rediseño de procesos
- Cambios en la experiencia del cliente
- Gestión del cambio

La tecnología por sí sola no genera valor; la estrategia que permite aprovecharla, sí.

Ejemplo Práctico (Dueño de Empresa)v

Tienes un negocio retail y deseas integrar un plugin de GenAI tipo ChatGPT para recomendaciones personalizadas, imitanto casos como Klarna.

Cálculo de Inversión (TC)

- API de IA: $50,000
- Investigación de mercado: $20,000
- Rediseño de sitio web: $30,000
- Capacitación del personal: $10,000

Costo total real: $110,000

Cálculo de Valor (BV)

- El nuevo canal aumenta conversiones 15%
- Genera $300,000 adicionales al año

ROI Estratégico:

ROI=300k-110k110k=172

$$ROI = \frac{300k - 110k}{110k} = 172$$

Si hubieras evaluado solo el costo técnico, habrías subestimado la inversión real y perdido la oportunidad de generar nuevas fuentes de ingresos.

Conclusión

Calcular el ROI no es una actividad inicial; es una disciplina continua.

Ya sea que estés:

- Definiendo el precio de tu primera aplicación
- Auditando proveedores como profesional de TI
- O transformando el modelo de negocio de tu empresa

La clave es la misma:

- Visibilidad total de los costos (incluidos los ocultos)
- Cuantificación rigurosa del valor de negocio
- Evitar enfocarse únicamente en la productividad

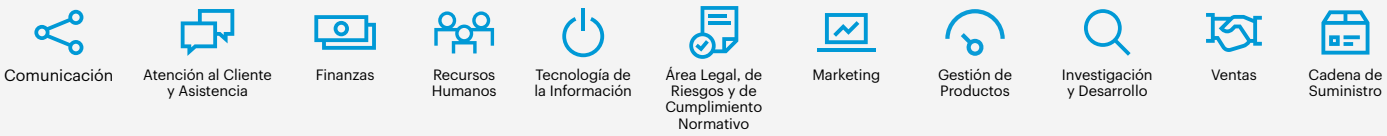
La tecnología por sí sola es un gasto.

La tecnología gestionada con métricas de valor es una inversión estratégica.

Gartner en un vistazo

Acerca de Gartner

- Gartner ofrece **conocimientos prácticos y objetivos** para ejecutivos y sus equipos.
- **Como empresa fundada en 1979,** contamos con **20.000 empleados** en cerca de 85 oficinas por todo el mundo.
- Gartner es miembro del **S&P 500** con **unos ingresos de 5.900 millones de dólares** en 2023.
- Guiamos a los líderes que conforman **nuestro mundo** en las principales áreas de una organización:



Nuestros clientes

- **Más de 15.000 empresas clientes** en cerca de 90 países y territorios.
- **Directivos y sus equipos** en todos los departamentos empresariales y en todos los sectores y segmentos de mercado del mundo.

Información práctica y objetiva

- Se desarrolla a partir de rigurosas metodologías de investigación patentadas que garantizan la **independencia y objetividad** de la información que facilitamos.
- Se genera por un equipo internacional de más de **2.500 expertos en investigación y consultoría** que conocen tu función dentro de la empresa, el negocio y el sector.
- **Se complementa con aportaciones y consejos de otros profesionales del sector** a los que se accede a través de:
  - **La comunidad pública Gartner Peer Insights™**, una plataforma verificada de evaluación y calificación de tecnologías y servicios para empresas. Con cerca de 600.000 comentarios en línea sobre más de 25.000 productos y servicios, aporta valor en más de 12,2 millones de sesiones anuales de usuarios.
  - **La comunidad de clientes Gartner Peer Connect™**, una red de profesionales formada por más de 100.000 ejecutivos y directivos de prácticamente todos los departamentos existentes en las empresas.
  - **Conferencias en todo el mundo, además de eventos virtuales en directo y grabados** que se adaptan a cada ejecutivo y a su equipo.
- **Se ha citado en las principales publicaciones empresariales de todo el mundo**, con un promedio de 180 veces a la semana.

Asesoramiento experto

- Se realizan más de **465.000 interacciones directas con clientes cada año.**
- De la mano de **expertos, muchos de los cuales son antiguos profesionales,** para contribuir a desafiar el pensamiento convencional y llevar a cabo actividades estratégicas.
- Con un **promedio de más de 200 estudios de caso nuevos al año, examinados minuciosamente y obtenidos de profesionales.**
- Se ha aplicado en **2.650** interacciones de consultoría tecnológica estratégica y de optimización de contratos al año con directores de sistemas de información (CIO) y otros ejecutivos sénior a través de nuestra división de consultoría.

Herramientas prácticas

- Los diagnósticos de madurez de Gartner Score abarcan **más de 70 áreas funcionales en toda la empresa** y aplican una metodología sistemática que tiene en cuenta de forma única la capacidad y la importancia organizativa.
- **Los 70 Magic Quadrants de Gartner** constituyen el estándar de referencia de los análisis objetivos de mercado, que abarcan más de 650 proveedores de tecnología y servicios tecnológicos.
- **Más de 400 Ignition Guides (guías de activación) de Gartner** agilizan la puesta en marcha de iniciativas en equipo en prácticamente todos los departamentos empresariales.
- **El Digital IQ Index mide el rendimiento del marketing digital de las marcas** a través de cientos de puntos de datos diferentes para cuantificar la aptitud y la madurez en relación con otras empresas del sector.

Si deseas obtener más información sobre cómo Gartner trabaja con ejecutivos y sus equipos para permitir una toma de decisiones más rápida e inteligente y un mejor desempeño,
Contacta a: vic.martinez@gartner.com

* Datos comunicados por la SEC a fecha de 31 de diciembre de 2023.

© 2024 Gartner, Inc. o sus filiales. Todos los derechos reservados. External_Brand_3155802

Gartner®

Educación Estilo Lego:

El Fin de la Licenciatura "Paquidérmica" y el Auge de las Microcredenciales



Luis Arturo Cabrera Jiménez
Comité de Innovación Educativa
COPARMEX Aguascalientes.

Seamos honestos: el modelo educativo tradicional está roto. No es un ataque a las universidades, es una observación de la realidad. En un mundo donde la vida media de una habilidad técnica es de apenas cinco años (según el World Economic Forum), sentarse en un aula durante un lustro para obtener un título que probablemente estará desactualizado el día de la graduación, es un riesgo que ya no podemos permitirnos.

Estamos entrando en la era de la "Educación Estilo Lego". Olvídate de los pesados monolitos de conocimiento. El futuro pertenece a las microcredenciales: bloques de aprendizaje cortos, ultra-especializados, flexibles y, sobre todo, diseñados para el mundo real. Es la respuesta necesaria ante la obsolescencia programada de nuestras carreras y la llave para el verdadero Lifelong Learning.



¿Qué son las Microcredenciales y por qué son el "As" bajo la manga?

A diferencia de un grado académico tradicional, una microcredencial es una certificación que valida una habilidad o competencia específica. Puede ser un curso de 40 horas sobre "Prompt Engineering para Negocios", una certificación de tres meses en "Ciberseguridad Industrial" o un programa de "Gestión de Datos para la Cadena de Suministro".

La diferencia es abismal. Mientras que el modelo tradicional es rígido y lento, las microcredenciales son modulares. Puedes apilarlas una sobre otra para construir el perfil profesional exacto que el mercado demanda hoy. Según un estudio de Coursera en 2023, el 76% de los empleadores globales están más dispuestos a contratar a alguien que posea una microcredencial relevante, incluso si no tiene un título universitario tradicional en esa área. La moneda de cambio ha pasado de ser el "título" a ser la "competencia verificable".

Beneficios: El Poder de la Flexibilidad y la Relevancia Directa

¿Por qué este modelo está arrasando? Porque resuelve tres problemas críticos:

1. Velocidad de Respuesta: Las industrias cambian cada trimestre. Las microcredenciales permiten que un profesional se actualice en semanas, no en años. Si en Aguascalientes una nueva planta de semiconductores necesita expertos en un proceso específico, no podemos esperar cuatro años a que salga la primera generación; necesitamos micro-formación inmediata.
2. Accesibilidad: No todos tienen el tiempo o los recursos para una maestría. Los bloques de conocimiento permiten que el aprendizaje se integre en la vida laboral, permitiendo que un profesional aprenda mientras produce.
3. Hiring de Precisión: Para las empresas, una microcredencial es una señal clara. Si alguien tiene una insignia digital en "Python para Finanzas", el reclutador sabe exactamente qué puede hacer esa persona, a diferencia de un título generalista donde la especialidad es ambigua.

El Gran Reto: El "Viejo Oeste" de los Certificados

Pero no todo es color de rosa. El principal desafío de las microcredenciales es la estandarización y la calidad. Hoy, cualquier plataforma puede emitir un "certificado". Esto ha creado un ecosistema fragmentado donde el valor de la credencial depende totalmente de quién la emite.

Para que este modelo funcione en un estado como Aguascalientes, necesitamos que las cámaras empresariales, las universidades y las industrias acuerden un "lenguaje común". Necesitamos marcos de reconocimiento que permitan que esa microcredencial de Google, Microsoft o de una universidad local sea validada y valorada por el departamento de Recursos Humanos de cualquier empresa en el estado. Sin estándares de calidad, nos arriesgamos a inundar el mercado con "papeles digitales" sin valor real.

Lifelong Learning: Aprender como estilo de vida, no como etapa

El impacto más profundo de esta tendencia no es técnico, sino cultural. El concepto de "ir a la escuela" para después "ir a trabajar" ha muerto. La educación ya no es una etapa de la vida; es un estilo de vida. Esto es lo que llamamos Lifelong Learning.

En este nuevo paradigma, el profesional se convierte en un arquitecto de su propio conocimiento. Cada año, cada semestre, debe añadir un nuevo "bloque de Lego" a su perfil. Ya no eres un "Licenciado en Administración"; eres un "Estratega de Negocios Digitales con micro-especialidades en Análisis de Datos, Liderazgo Remoto y Optimización de Procesos con IA".

Para las empresas de COPARMEX, esto representa una oportunidad de oro para fidelizar talento. En lugar de buscar fuera el talento que no encuentran, pueden crear "rutas de micro-aprendizaje" internas. Fomentar la reconversión constante no es un gasto, es el seguro de vida de la organización en la economía digital.

Conclusión:

Construye tu propio futuro, bloque por bloque

La urgencia es real. Según la UNESCO, se espera que para 2030 el mercado de las microcredenciales se triplique. No es una moda pasajera; es la evolución natural del aprendizaje humano en la era de la aceleración tecnológica.

No esperes a que alguien te diseñe un plan de estudios. El futuro del trabajo exige que seas un "Inadaptado" educativo: alguien que cuestiona los títulos tradicionales y prefiere la agilidad de los bloques de conocimiento real. Empieza hoy a construir tu perfil estilo Lego. Tu empleabilidad futura te lo agradecerá.



Full-Stack

en **12 MESES**

CON garantia de **EMPLEO**



interesados a:

I ©Indptdos

El líder del futuro no es una promesa, es una exigencia del presente



Carolina Ruiz
CEO de Brier & Thorn

Hablar del líder del futuro suele sonar un eslogan, esa idea aspiracional que se proyecta hacia adelante. Pero la realidad es mucho más simple y, al mismo tiempo, más incómoda: ese futuro ya está aquí. Hoy, en la mayoría de las empresas, la tecnología toma más decisiones que las personas, aunque no siempre lo notemos.

Vale la pena detenernos un momento y hacer un ejercicio honesto. Pensemos en nuestra empresa. En nuestros procesos, en nuestros productos, en la forma en la que operamos día a día. Ahora preguntémonos cuántos de ellos dependen de la tecnología. La respuesta, casi siempre, es más alta de lo que imaginamos.

> De acuerdo con estimaciones de Gartner, entre el 60 % y 80 % de los procesos empresariales en organizaciones medianas y grandes dependen de plataformas tecnológicas

La tecnología está en el centro de nuestras organizaciones. Está en los controles industriales, en la automatización de procesos, en los sistemas financieros, en la documentación, en la comunicación interna y externa. Incluso cuando creemos que no, nuestras decisiones pasan por plataformas, sistemas o herramientas tecnológicas. En distintas proporciones, pero sin excepción, las empresas hoy funcionan sobre una base tecnológica.

Ese proceso de transformación digital del que tanto se habló durante años no es algo que esté por venir. Llegó. Y no solo está cambiando la forma en la que operan las empresas, sino que, inevitablemente, está cambiando lo que se espera de quienes las dirigen.

Durante mucho tiempo, el liderazgo se entendió como una función principalmente estratégica. Definir rumbo, tomar decisiones clave, adaptarse al mercado. Eso no ha cambiado. Lo que sí cambió es el contexto en el que esas decisiones se toman.

Hoy muchas de esas decisiones están mediadas o directamente ejecutadas por la tecnología. Y aquí es donde surge una pregunta que incomoda a más de uno:

¿Qué tipo de liderazgo exige este entorno?
¿Se trata de personas líderes que saben programar?
¿De perfiles técnicos o especialistas en sistemas?

En la gran mayoría de los casos, la respuesta es no. El liderazgo empresarial no se trata de escribir código ni de entender cada detalle técnico. Se trata de comprender las consecuencias. De entender qué implica adoptar una tecnología, automatizar un proceso o delegar decisiones a un sistema.

El verdadero reto no es adoptar tecnología, sino comprender sus consecuencias.

Lo que hoy se vuelve indispensable es el pensamiento crítico. Liderazgos con curiosidad genuina, que no se conformen con saber que algo "funciona", sino que busquen entender cómo impacta la operación, a las personas y al negocio. Liderazgos que se sientan cómodos haciendo preguntas, incluso cuando no se tienen todas las respuestas.

Porque la tecnología ya no solo ejecuta tareas. Cada vez más, toma decisiones. Decide qué información se prioriza, qué procesos se aceleran, qué riesgos se aceptan y cuáles se ignoran. Muchas veces lo hace de forma silenciosa, integrada a los sistemas que operan todos los días sin cuestionamientos.

Y aquí está uno de los puntos más importantes, la responsabilidad no se delega junto con la tecnología. Aunque un sistema tome una decisión, alguien sigue siendo responsable de haber permitido que esa decisión se automatizara.

El reto del liderazgo actual no es adoptar más tecnología, ni hacerlo más rápido. El reto es gobernarla. Entender cuándo tiene sentido avanzar y cuándo es necesario detenerse. Reconocer que cada decisión tecnológica crea dependencias, redefine procesos y expone riesgos que no siempre son evidentes al inicio.

En este contexto, la estrategia cambia. Ya no se trata solo de adaptar la operación al mercado, sino de identificar qué cambios tecnológicos realmente aportan valor y cuáles solo añaden complejidad. A veces será adoptar nuevas herramientas; otras, cambiar metodologías o incluso cuestionar procesos que llevan años funcionando de la misma forma.

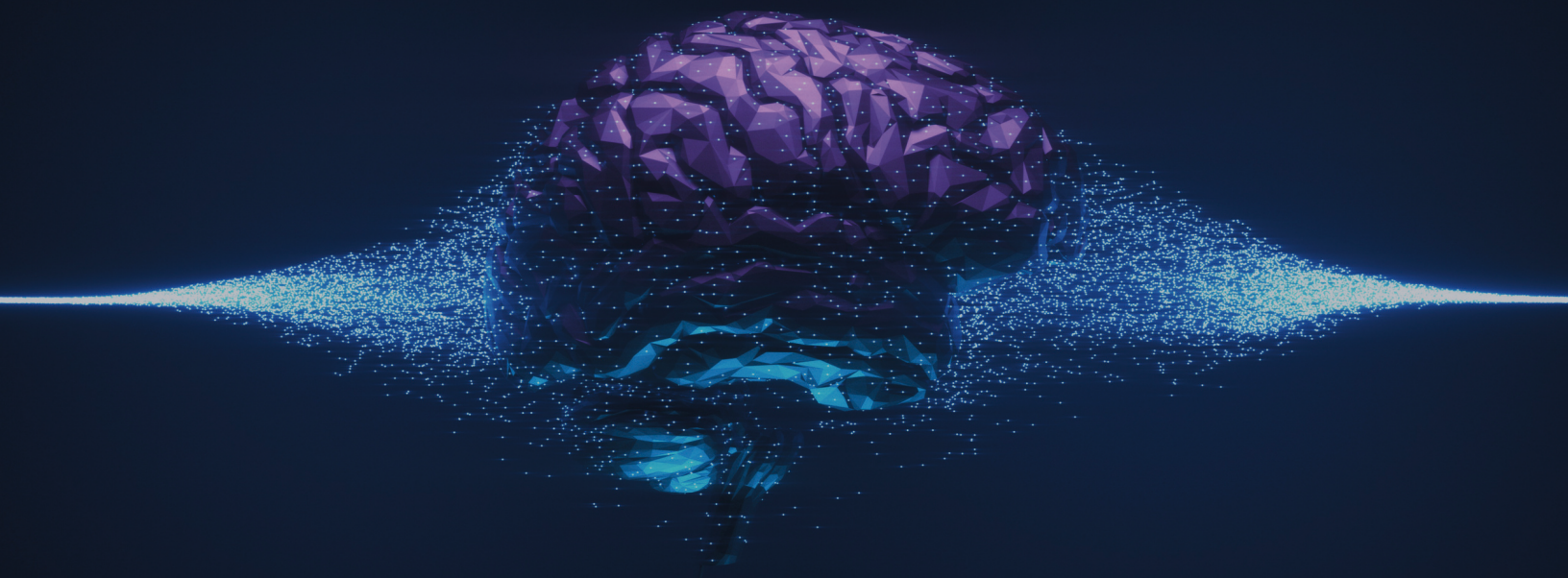
No todo debe automatizarse. No todo debe digitalizarse. Y no todo lo que es posible técnicamente es deseable para la organización.

El liderazgo que hoy necesitan las empresas no es el del perfil técnico, sino el del liderazgo consciente. Aquel que entiende que la tecnología no es neutral, que amplifica decisiones y que, si no se gobierna correctamente, puede generar más problemas de los que resuelve.

Más que prever el futuro, el reto está en asumir el presente. En aceptar que la tecnología ya es parte estructural de las organizaciones y que dirigir sin entender su impacto es, en sí mismo, una decisión.

Por eso, hablar del liderazgo del futuro deja de ser una promesa lejana. Es una exigencia inmediata. Y quienes comprendan esto a tiempo estarán mejor preparados no solo para crecer, sino para hacerlo con criterio, con responsabilidad y con una visión más clara de lo que hoy significa liderar.

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



Ciberseguridad y gobernanza de IA para
organizaciones visionarias.

brier & thorn

www.brierandthorn.com

Planeación Estratégica con Inteligencia Artificial.



Christian Lomelí Chávez
Vicepresidente de la Comisón de Innovación COPARMEX Aguascalientes.

Del instinto a la decisión inteligente.

Durante años, la planeación estratégica fue un ejercicio basado en experiencia, análisis histórico e intuición. Los líderes tomaban decisiones con la mejor información disponible, pero siempre con un margen alto de incertidumbre.

Hoy, la Inteligencia Artificial está cambiando esa lógica por completo.

Ya no hablamos solo de automatizar tareas o generar reportes más rápido. Hablamos de transformar la manera en que se toman decisiones estratégicas.

La IA permite procesar grandes volúmenes de información en tiempo real: comportamiento del consumidor, tendencias de mercado, desempeño financiero, datos digitales y señales competitivas que antes se analizaban por separado.

Esto hace que la planeación deje de ser un documento anual para convertirse en un sistema dinámico, que se ajusta conforme cambia el entorno.

En este nuevo escenario, la estrategia ya no solo responde a lo que pasó, sino que empieza a anticipar lo que probablemente va a pasar.

Del instinto al criterio aumentado.

Uno de los mayores malentendidos es pensar que la IA viene a reemplazar al estratega.

En realidad, viene a amplificar su criterio.

La planeación estratégica con IA funciona mejor cuando se combina la visión humana con la capacidad de la tecnología para detectar patrones, proyectar escenarios y evaluar riesgos.

La decisión final sigue siendo humana, pero ahora está respaldada por un nivel de información mucho más profundo.

Aquí cambia el rol del líder: ya no solo interpreta reportes, ahora debe saber qué preguntar, cómo validar respuestas y cómo traducir insights en acciones reales.

El verdadero reto: no es la IA, es la organización.

En la práctica, el mayor obstáculo para una planeación estratégica con IA no es la tecnología.

Es la realidad interna de las empresas.



Muchas organizaciones quieren usar IA sin haber resuelto tres cosas básicas:
Primero, datos desordenados o incompletos.
Si la información no es confiable, la IA solo va a producir conclusiones equivocadas... más rápido.
Segundo, resistencia al cambio.
Equipos que siguen confiando más en la intuición que en la evidencia, o líderes que quieren usar IA sin cambiar su forma de decidir.
Tercero, falta de claridad estratégica.
Sin objetivos bien definidos, la IA no tiene dirección. Automatizar sin propósito solo escala el caos.
La verdad es esta: la IA no arregla problemas estructurales.
Solo los hace más visibles.

IA con propósito humano.

Otro riesgo real es pensar que más tecnología equivale a mejores decisiones.
No siempre es así.
La planeación estratégica del futuro no será automática.
Será híbrida: humana + tecnológica.
Las organizaciones que ganen no serán las que tengan más herramientas, sino las que sepan usar la IA para:

- Entender mejor a sus clientes
- Reducir la incertidumbre en decisiones críticas
- Detectar oportunidades antes que su competencia
- Actuar con más velocidad, pero también con más criterio

Conclusión: cómo empezar a planear estratégicamente con IA.

La Inteligencia Artificial no viene a reemplazar la planeación estratégica.
Viene a evolucionarla.
Pero para que realmente funcione, no basta con "meter IA" en el proceso.
Hace falta hacerlo con método y propósito.
Algunos principios prácticos para empezar:
1- **Empieza por el problema, no por la herramienta**
Define qué decisión quieres mejorar antes de elegir qué IA usar.
2- **Limpia y ordena tus datos**
La calidad de tus decisiones nunca será mejor que la calidad de tu información.
3- **Usa la IA para explorar escenarios**
No solo para reportes. Pídele que simule futuros, riesgos y oportunidades.
4- **Mantén siempre un filtro humano**
La IA propone. Tú decides.
5- **Ajusta la estrategia en ciclos cortos**
La planeación ya no es anual: es continua.



abgroup.

Una marca sin marketing digital SE VE ASÍ



abrsch abmkt abgroup_mx 449 912 8610
Cerro de La Silla #105, Jardines de la Concepción II
C.P.20120 Aguascalientes, Ags.



Recordatorio

Innovar no es imaginar el futuro, es empezar hoy a construirlo con acción.

Ignorar	Aceptar

COPARMEX
COMISIÓN DE EMPRESARIOS JÓVENES
AGUASCALIENTES

innovacción

¿Te gustaría
formar parte de
este boletín?

Contáctanos

449 128 25 65