



El futuro es la IA, pero ¿estamos preparados?



Juan Damia, CEO de CSA Latam.

La inteligencia artificial (IA) dejó de ser un concepto futurista para convertirse en una herramienta clave en la transformación digital de muchas empresas. Desde mejorar la experiencia del cliente hasta optimizar operaciones internas, promete cambiar por completo la forma en que operamos. Sin embargo, mientras se habla de sus posibilidades, hay un aspecto fundamental que no siempre se aborda: la preparación tecnológica. Para que la IA cumpla con su promesa, las organizaciones deben primero resolver un desafío clave: la deuda tecnológica que arrastran. Es decir, la acumulación de sistemas obsoletos, infraestructuras fragmentadas y una falta crónica de inversión.

La IA no es magia, se necesita infraestructura y capacidad de integración. En este sentido, un punto que a menudo se pasa por alto en la conversación es que, más allá de la capacidad de procesamiento y la calidad de los datos, la integración de fuentes de información es fundamental. Esta tecnología necesita datos diversos y bien estructurados para generar resultados relevantes, pero estos deben ser fácilmente accesibles e integrables en diferentes sistemas y plataformas.

La integración de datos no solo permite organizar mejores escenarios para modelizar, sino que también es clave para conectar esos modelos con plataformas de automatización. Otro componente vital es la nube, sin ella, las empresas pueden encontrarse limitadas por infraestructuras locales que no son lo suficientemente flexibles o escalables para los requerimientos de la IA.

El paso final para maximizar el impacto es comprender que el verdadero valor de la IA es su potencial para automatizar decisiones y procesos a gran escala. Para que la implementación de esta herramienta impacte en los resultados de negocios, los modelos deben estar conectados a sistemas que puedan automatizar las acciones necesarias, ya sea optimizando la logística, personalizando la oferta a un cliente en tiempo real o ajustando dinámicamente una estrategia de marketing.

Es en esta convergencia entre IA, integración de datos y automatización donde se encuentra el verdadero poder transformador