

COLUMNA DE OPINIÓN:

“En la nueva era de la IA, el buen juicio y criterio humano resulta ser lo más importante.”



Mag. Carlos Alvarado
CEO @ Aleb X Inteligencia Artificial &
Marketing Estratégico & High Performance Ads
Profesor de Maestría & Mentor de Negocios
Ciudad de México - México

En pleno 2026 con la abundancia de modelos de IA el boom de interés sobre inteligencia artificial generativa, IA agentica, y procesos diseñados con Modelos de Lenguaje Grande (LLMs) ha ido incrementando de manera importante. En los últimos meses, el interés de usuarios individuales y organizaciones en la integración de IA en sus procesos de negocio de diversas áreas y con múltiples enfoques es una demanda evidente, sin embargo, hay algunos puntos que vale la pena resaltar al respecto:

1. Como todo proceso de negocio y herramienta tecnológica, el valor de su implementación no es la implementación en sí, sino el valor que se traduce de: horas hombre que se ahorra el negocio y la reasignación de estas en procesos de mayor impacto. La rentabilidad siempre ha sido y sigue siendo la clave, no se trata de implementar IA y sentirnos en la cima de la innovación, hay preguntas que dirección debe hacerse primero, ¿Qué problema necesito resolver con IA?, ¿Cuáles son mis indicadores de éxito?, ¿cómo voy a medir el progreso? Y sobre todo cual es el impacto real para mi negocio.
2. La IA es increíble es verdad, sobre todo para quien comienza a usarla las primeras veces, la sensación de que ahora se puede hacer casi todo y que se vuelve una especie de “profesional invencible” es hasta cierto punto normal, pero la euforia nunca debe opacar el buen juicio y el expertise. Tomemos en cuenta que, mientras mayor riqueza de input se otorgue al modelo LLM de tu preferencia, mayor será la calidad del output o de respuesta, no obstante, aun así, es necesario analizar esas respuestas y pasarlas por el juicio experto humano. Aun no es infalible, y aun comete errores, aun con prompts e instrucciones profesionalmente diseñadas requerirá revisión humana.
3. La IA como toda herramienta (al menos aun hoy que no ha ocurrido oficialmente la singularidad con la aparición de la AIG) adquiere y obedece la ética de los profesionales que le utilizan, si bien, si hay (dependiendo el modelo) directrices e instrucciones habilitadas, el juicio final para la toma de decisiones sigue siendo (a hoy, no sabemos mañana) aun humano. Es preciso saber utilizar el poder de la herramienta con ética, principios y valores.



Como bien podemos observar entonces, la IA hoy debe potenciar el talento humano, no reemplazar el criterio y juicio de las personas. De manera más clara, algo que nos ha permitido optimizar la estrategia y potenciarla con IA es el siguiente proceso: Una persona elabora la estrategia, se le pide al modelo de IA que la analice y encuentre los puntos débiles, las incongruencias, los aspectos que pueden fallar para el logro de los objetivos, y con ese resultado la persona vuelve a construir la estrategia, de esta manera la persona amplía su perspectiva, aprende y mejora su skills, así mismo la IA también enriquece su contexto y comprende el proceder

humano, de esta manera en algunas semanas tanto el usuario humano como el modelo de IA han aumentado el nivel de participación y colaboración generando un verdadero potenciador que impacta positivamente a las organizaciones.

Este tema cambia cada hora en el mundo, nacen nuevas herramientas y otras mueren, cambian procesos y nacen flujos, lo cierto es que esta era demanda genuinamente mucho profesionalismo, skills de autodidacta, y correr para no atrasarse. Estamos ad portas de una nueva era que seguramente cambiará la dinámica no solo de los negocios y las organizaciones, sino del mundo general como lo conocemos, pero eso es tema de otro artículo.