

Negocios

IA en México, de promesa a herramienta clave para empresas

En México, la IA deja de ser promesa: Impulsa ventas, reduce costos y mejora operaciones en finanzas, retail y manufactura.

23 de septiembre de 2025

f | X | in



Fotoarte: Andrea Velázquez

En México, la inteligencia artificial (IA) dejó de ser una promesa y hoy es una herramienta operativa en empresas que buscan elevar ventas, reducir costos y agilizar servicios.

Según Grand View Research, el mercado de IA en el país podría alcanzar 65,391 millones de dólares para 2030.

El ecosistema emprendedor de IA también se acelera: desde 2018, ha registrado un crecimiento del 965%, generando más de 11,000 empleos y atrayendo inversiones superiores a 500 millones de dólares, de acuerdo con Endeavor.

Sin embargo, el gran reto sigue siendo la ejecución, que depende de talento, datos de calidad y disciplina para transformar los pilotos en ventajas competitivas. Sectores clave: finanzas, retail y manufactura.

IA en el sector financiero

En la banca, la IA ya se aplica en la atención al cliente. BBVA México redujo los tiempos de atención con su asistente digital, mientras que Banorte mejoró la resolución de gestiones sencillas por canales digitales.

El beneficio es claro: respuestas rápidas, menos filas y un equipo humano enfocado en casos complejos.

En retail, la IA optimiza la disponibilidad y la logística. Walmart México ajusta sus centros de distribución para que los pedidos lleguen a tiempo, OXXO (FEMSA) mejora el reabastecimiento en tiendas y Grupo Bimbo planea ventas por punto de venta, reduciendo pérdidas y mejorando campañas.

Cuando la IA comprende la demanda real, los productos llegan justo donde se necesitan.

Impacto en manufactura y materiales

En manufactura, empresas como Cemex, Grupo Peñafiel y Grupo Bafar utilizan la IA para planear producción, acelerar lanzamientos y asegurar entregas puntuales.

La IA no reemplaza humanos, sino que actúa como un “capataz invisible” que evita errores y mantiene la eficiencia.

El mayor desafío sigue siendo el talento. México cuenta con aproximadamente 10,900 profesionales con experiencia en IA, de los cuales solo 1,100 son altamente especializados (EY, 2025). Por ello, formar talento interno y retenerlo es crucial.

Además, las empresas que tratan a la IA como un simple proyecto de innovación suelen quedarse en la vitrina, mientras que aquellas que priorizan casos de alto impacto obtienen resultados medibles y escalables.

“La IA en México dejó de ser mera vanidad; ya vive pegada a los sistemas que operan el negocio. Esto no se gana con trucos, se gana con datos confiables, seguridad y equipos que saben ejecutarla en procesos reales”, sostiene Alejandro Zubiria, experto y asesor de negocios, y representante de compañías de TRUST.