



Preguntas frecuentes

De pilotos de IA al impacto empresarial

Cómo los fabricantes de alimentos y bebidas pueden escalar la IA para obtener resultados comerciales medibles

La inteligencia artificial (IA) está pasando rápidamente de la fase de experimentación a convertirse en una prioridad empresarial en toda la industria de alimentos y bebidas. Sin embargo, para muchas organizaciones, el desafío ya no es identificar casos de uso de IA. Consiste en crear los datos, sistemas y procesos interconectados necesarios para convertir pilotos prometedores en resultados empresariales medibles a gran escala.

De acuerdo con el Informe sobre la situación de la fabricación inteligente 2026 de Rockwell Automation, la mayoría de las empresas de alimentación y bebidas están usando o planean usar la IA en el próximo año, y casi la mitad ya ha invertido en la tecnología.

Sin embargo, los fabricantes de alimentos y bebidas informan que utilizan de manera eficaz menos de la mitad de los datos que recopilan, lo que pone de manifiesto una brecha crítica entre la generación de información y su puesta en práctica. Aunque muchos reconocen el potencial de la IA para mejorar la eficiencia y el rendimiento operativo, escalar esos primeros éxitos en toda la empresa sigue siendo un obstáculo clave. En esta sección de preguntas frecuentes se explora cómo las organizaciones pueden sentar la base digital necesaria para desbloquear un mayor valor de la IA y acelerar la transformación.



¿Qué impide a las organizaciones lanzar y escalar con éxito proyectos piloto de IA?

Los fabricantes de alimentos y bebidas ya han dejado atrás en gran medida la fase de exploración de la IA. Casi el 90 % ya utiliza la IA y el aprendizaje automático (ML) en sus operaciones o planea hacerlo a corto plazo, lo que demuestra que la industria ya no cuestiona si la IA tiene valor. El mayor desafío es traducir ese impulso en resultados empresariales medibles a gran escala.

Para muchas de estas organizaciones, las barreras no son los propios modelos de IA, sino los fundamentos operativos y organizativos subyacentes necesarios para respaldarlos. Más de cuatro de cada diez líderes de alimentos y bebidas señalan que capturar, comprender y usar datos de manera eficaz es un obstáculo significativo para el crecimiento, mientras que otros apuntan a restricciones presupuestarias, retos en la ejecución de proyectos de inversión, prioridades en competencia y la administración del cambio organizacional.

Casi el 90 % ya utiliza la IA y el aprendizaje automático (ML) en sus operaciones o planea hacerlo a corto plazo.

Los fabricantes de alimentos y bebidas informan que emplean de manera efectiva solo alrededor del 45 % de los datos que recopilan, dejando una parte significativa de información potencialmente valiosa inaccesible para los responsables de la toma de decisiones y las aplicaciones de IA.

Estos desafíos se ven amplificados por una persistente brecha de datos. Los fabricantes de alimentos y bebidas informan que solo emplean eficazmente alrededor del 45 % de los datos que recopilan, lo que deja una parte significativa de la información potencialmente valiosa inaccesible para los responsables de la toma de decisiones y las aplicaciones de IA.

Muchas organizaciones pueden demostrar éxito en casos de uso individuales, pero escalar esos beneficios a través de las instalaciones, las funciones y los procesos empresariales suele resultar más desafiante. Por eso, los fabricantes líderes cada vez más ven la IA como parte de un esfuerzo de transformación más amplio en lugar de una iniciativa tecnológica aislada.



Las organizaciones que escalan la IA de manera más efectiva suelen comenzar por fortalecer los cimientos que la sustentan, crear una mayor conectividad entre los sistemas operativos y de negocio, mejorar la calidad y accesibilidad de los datos y alinear las iniciativas de IA con objetivos empresariales claros, como mejorar la calidad, reducir costos, aumentar la productividad y minimizar riesgos. Cuando la IA se construye sobre este tipo de base digital conectada, resulta más fácil demostrar el valor, asegurar la confianza de las partes interesadas y escalar casos de uso exitosos en toda la empresa.

¿Por qué es esencial la integración TI/TO para convertir los insights de IA en resultados?

Para ser efectiva, la IA requiere contexto, y la integración de fuentes de datos de IT y OT es una de las formas más poderosas de proporcionar ese contexto. Esto se debe a que la integración de IT y OT proporciona la base para la visibilidad a nivel empresarial, lo que favorece equipos colaborativos interfuncionales y elimina los silos de información. Una vez que los datos están estandarizados, contextualizados y centralizados en un entorno integrado de TI/TO, la IA puede analizarlos rápidamente y descubrir tendencias que luego pueden utilizarse para realizar ajustes informados.

Esta base es cada vez más importante a medida que los fabricantes de alimentos y bebidas planean ampliar significativamente el uso de la IA en los próximos años. Los encuestados de la industria esperan que los procesos

de fabricación respaldados por IA crezcan de aproximadamente un 37 % en la actualidad a más del 60 % para 2030, lo que aumenta la necesidad de datos operativos y empresariales conectados.

Por ejemplo, muchas empresas de alimentos y bebidas ya han implementado sistemas de visión para ayudar a mejorar la inspección de calidad, reducir defectos y garantizar la consistencia. Sin embargo, la mayoría de estos sistemas todavía operan como soluciones independientes en líneas de producción o instalaciones individuales. Al conectar los datos de visión con sistemas de TI en la nube, los fabricantes pueden centralizar la información entre sitios, identificar tendencias, replicar las mejores prácticas y comenzar a impulsar mejoras continuas a gran escala.

Los encuestados de la industria esperan que los procesos de fabricación asistidos por IA pasen de aproximadamente un 37 % en la actualidad a más del 60 % para 2030, lo que incrementa la necesidad de datos operativos y empresariales interconectados.



¿Cómo puede una infraestructura digital conectada ayudar a abordar múltiples desafíos empresariales simultáneamente?

Los fabricantes de alimentos y bebidas están atravesando un conjunto cada vez mayor de prioridades empresariales interconectadas, que incluyen mejorar la calidad, administrar los costos, aumentar la productividad, fortalecer la resiliencia de la cadena de suministro y afrontar los desafíos del personal. Si bien estas prioridades suelen abordarse mediante iniciativas individuales, puede resultar difícil lograr un impacto duradero cuando los sistemas, los procesos y los datos permanecen desconectados.

Una base digital conectada ayuda a reunir los datos operativos y empresariales, creando una mayor visibilidad en toda la empresa y permitiendo tomar decisiones con una comprensión más completa de cómo las acciones en un área afectan los resultados en otra. Cuando los datos están contextualizados y son accesibles entre funciones, las organizaciones están mejor posicionadas para identificar ineficiencias, coordinar recursos y responder con mayor eficacia a las condiciones empresariales cambiantes.

Esto es particularmente importante, ya que los fabricantes enfrentan presiones persistentes en cuanto a la utilización de datos, el rendimiento operativo y la disponibilidad de la mano de obra. Los líderes de alimentos y bebidas citan el uso eficaz de datos, la ejecución de iniciativas de crecimiento y la administración de prioridades contrapuestas como los desafíos organizacionales que enfrentan más significativos.

Un enfoque conectado ayuda a abordar estos problemas al reducir los silos de información, mejorar la colaboración y proporcionar una visión compartida de las operaciones en toda la empresa.

Por ejemplo, si una promoción minorista o un aumento estacional de la demanda provoca un incremento de pedidos, los datos del sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) pueden fluir sin problemas hacia un sistema de ejecución de fabricación (MES) para ajustar automáticamente los planes de producción, organizar robots móviles autónomos (AMR) y disponer las materias primas en la línea, así como optimizar las operaciones de esta. Al conectar sistemas y datos a lo largo de la cadena de valor, los fabricantes de alimentos y bebidas pueden responder más rápidamente a los cambios en la demanda, reducir la coordinación manual y mejorar los niveles de servicio al mantener la eficiencia operativa.

Cuando se incorpora la IA en este tipo de entorno, puede potenciar aún más la toma de decisiones al revelar patrones, identificar oportunidades de optimización y ayudar a los equipos a anticipar y responder a los desafíos operativos antes de que afecten el rendimiento.

¿Cuáles son los primeros indicadores del éxito de la IA?

Los líderes de la industria cada vez ven la IA como una herramienta para impulsar resultados empresariales medibles en lugar de simplemente introducir nueva tecnología. Según

El informe encontró que mejorar la calidad (46%), reducir los costos (40%) y minimizar el riesgo operativo (36%) siguen siendo algunos de los principales objetivos de la industria.

el Informe sobre la situación de la fabricación inteligente 2026, el 48 % de los fabricantes identificaron la IA y el aprendizaje automático como la capacidad de manufactura inteligente que generó el mayor impacto empresarial entre las tecnologías evaluadas.

Estos resultados se alinean estrechamente con las prioridades más amplias de transformación de los fabricantes. El informe determinó que mejorar la calidad (46 %), reducir los costos (40 %) y minimizar el riesgo operativo (36 %) siguen siendo algunos de los principales objetivos de la industria. Las organizaciones que vinculan las iniciativas de IA con estos objetivos empresariales suelen estar mejor posicionadas para demostrar valor, asegurar el apoyo de las partes interesadas y ampliar los casos de uso exitosos en toda la empresa.

¿CÓMO PUEDEN LAS COMPAÑÍAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS ESCALAR CON ÉXITO DESDE PROYECTOS PILOTO HASTA UNA TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL?

El escalado exitoso comienza mucho antes de que se implemente un piloto. Las organizaciones que logran el mayor impacto suelen diseñar pilotos teniendo en mente tanto un valor de negocio medible como una escalabilidad futura, creando un camino más claro desde la prueba de concepto hasta la adopción empresarial. En lugar de centrarse únicamente en si una prueba piloto funciona, los fabricantes líderes evalúan si puede reproducirse de forma uniforme en todas las instalaciones, las funciones y los casos de uso.

A medida que las inversiones en IA continúan creciendo en toda la industria de alimentos y bebidas, los ejecutivos se centran cada vez más en demostrar el valor empresarial y en evitar implementaciones aisladas que generen complejidad sin aportar un impacto a largo plazo. Escalar con éxito requiere estandarización, gobernanza y una conexión clara entre las inversiones en tecnología y los objetivos empresariales. Las organizaciones que establecen modelos de datos comunes, procesos repetibles y flujos de trabajo integrados suelen estar mejor posicionadas para ampliar iniciativas exitosas en toda la empresa.

Al mismo tiempo, la transformación empresarial requiere más que tecnología. También depende de las personas, los procesos y la preparación organizacional. Los líderes del sector de alimentos y bebidas reconocen cada vez más que la preparación de la fuerza laboral es fundamental para obtener valor de las inversiones en transformación digital. El informe State of Smart Manufacturing 2026 encontró que el 93 % de los fabricantes espera que las iniciativas de manufactura inteligente transformen su fuerza laboral, mientras que el 40 % informó haber reentrenado a sus empleados en el último año. Las organizaciones que combinan la modernización tecnológica con el desarrollo de la fuerza laboral suelen estar mejor posicionadas para acelerar la adopción y mantener los resultados a lo largo del tiempo.

El informe State of Smart Manufacturing 2026 reveló que el 93 % de los fabricantes espera que las iniciativas de fabricación inteligente transformen su fuerza laboral, mientras que el 40 % informó haber recualificado a sus empleados en el último año.

En última instancia, las organizaciones que escalan de manera más efectiva ven la IA no como un conjunto de proyectos individuales, sino como parte de una estrategia de transformación más amplia. Alineando la tecnología, las personas y los procesos en torno a resultados empresariales medibles, los fabricantes pueden crear un marco repetible para expandir pilotos exitosos y lograr un impacto a nivel de toda la empresa.

**Para más información,
lea todo el Informe sobre la
situación de la fabricación
inteligente 2026.**

VER INFORME >