

¿Cómo potenciar la innovación con inteligencia artificial?

**De la eficiencia operativa a la generación de valor:
un enfoque práctico**

Silvia Segura.

Innovación e IA se están convirtiendo en dos fuerzas que se refuerzan mutuamente

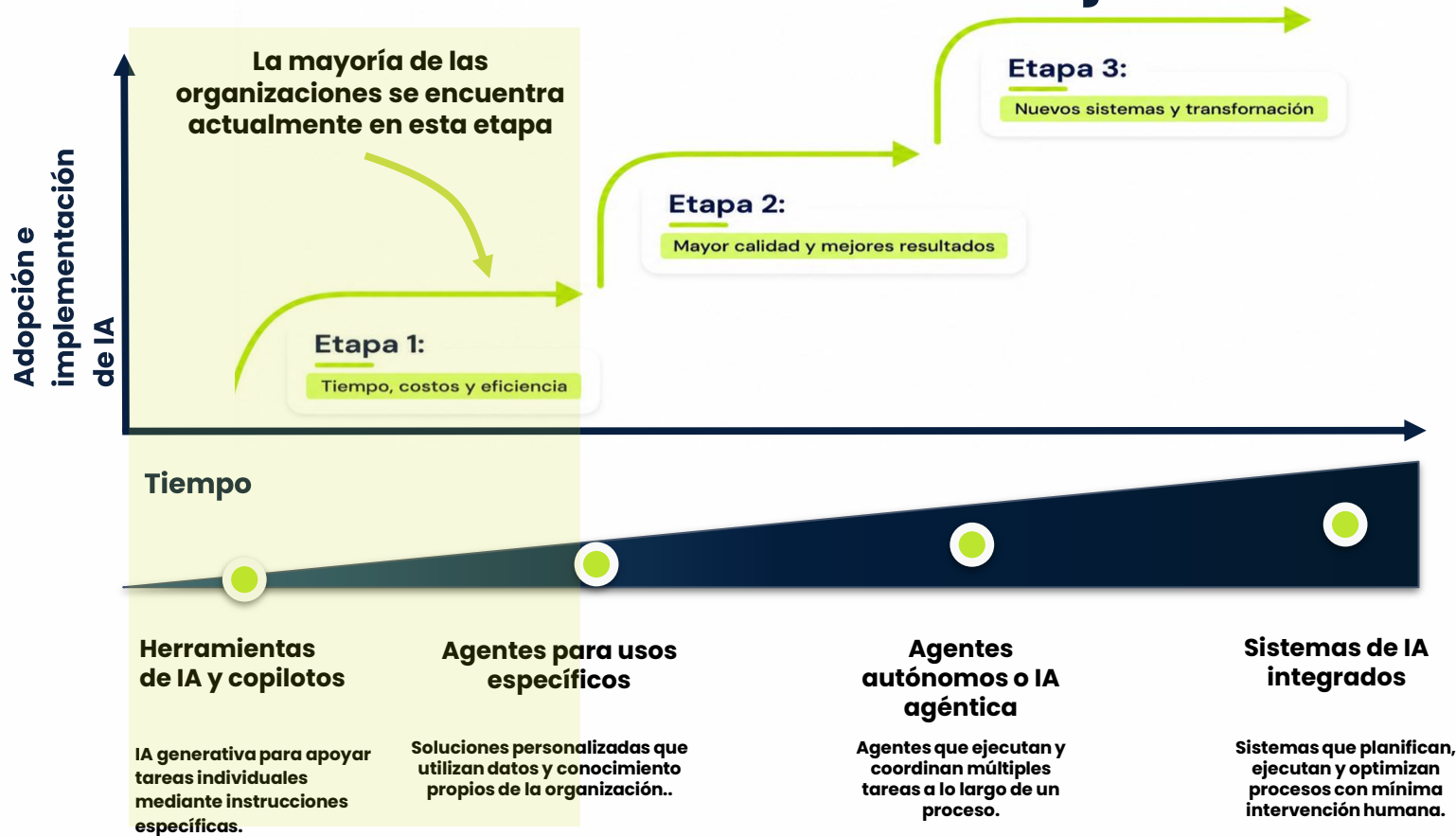


The diagram consists of two large, thick arrows forming a cycle. A dark blue arrow points downwards from the top left towards the bottom right. A lime green arrow points upwards from the bottom right towards the top left. The text is placed within the blue background of the downward arrow and the green background of the upward arrow.

La estructura de innovación se convierte en el motor para adoptar y escalar la IA en la empresa.

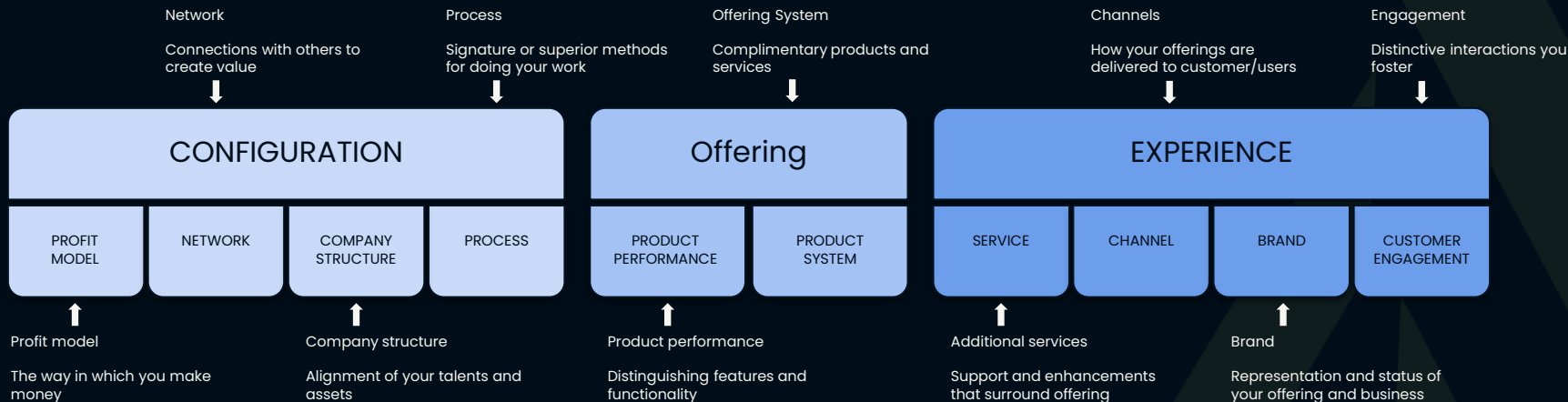
La IA transforma los procesos de innovación y los conecta con otras funciones de la organización.

El valor de la IA evoluciona de hacer más eficiente lo existente a transformar cómo trabajamos



La IA amplía el espacio de innovación mucho más allá del producto

Durante años, muchas empresas redujeron la innovación al desarrollo de nuevos productos. La **IA** abre la oportunidad de **innovar también en el modelo de negocio, los procesos, la experiencia del cliente, los canales, las redes de colaboración y la forma en que la organización trabaja.**



El proceso de innovación sigue siendo el mismo; lo que cambia radicalmente es cómo lo ejecutamos



Para aprovechar la IA, primero hay que entender qué puede hacer ahora



Aprendizaje a partir de datos históricos



Entender datos no estructurados a escala



Procesar contenido audiovisual y convertirlo en información analizable



Crear contenido multimodal con lenguaje natural



Ejecutar tareas complejas de múltiples pasos autónomamente

Y entender dónde falla es tan importante como entender dónde sobresale



LLMs operan por probabilidad, no por originalidad ni precisión factual.



Sesgos en los datos de entrenamiento



Seguridad, privacidad y gobernanza



El uso ineficiente aumenta costo y complejidad

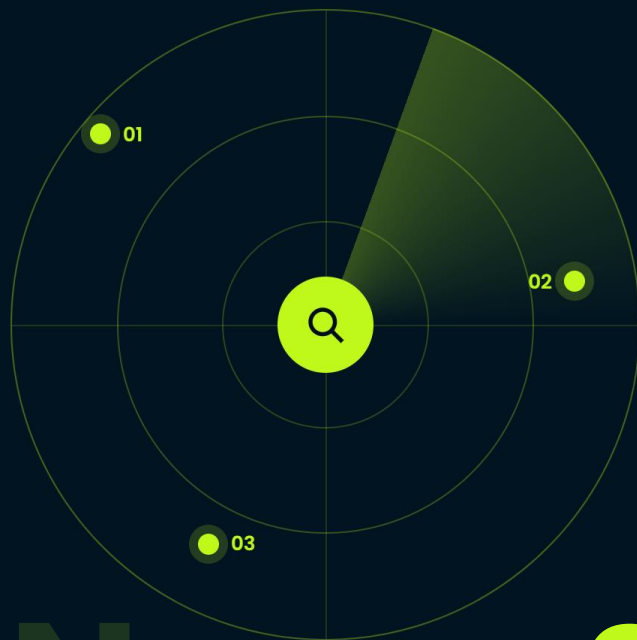


La calidad depende de la información de entrada

● EXPLORACIÓN

Exploración: antes de crear soluciones, necesitamos entender mejor dónde está el valor

Uso de IA para ampliar la comprensión del problema y del contexto para descubrir oportunidades y espacios de creación de valor antes de decidir qué resolver.



EXPLORACIÓN

01

Explorar antes de la IA implicaba trabajar con información **limitada, fragmentada y difícil** de convertir en decisiones

01

Sobrecarga

Demasiada información, poca capacidad para procesarla

02

Generalidad

Tendencias demasiado generales para accionar

03

Lentitud

Las señales emergentes se detectaban demasiado tarde

04

Homogeneidad

Todos terminaban viendo las mismas fuentes y tendencias

05

Fragmentación

Los datos estaban dispersos y reunirlos era difícil, lento o costoso

Y para entender dónde innovar, hay que mirar personas, mercado y frontera al mismo tiempo



Demanda / Personas



Needs no
resueltas



Pains



Gains /
Expectativas



JTBD



Tensiones



Comportamientos



Oferta / Mercado



Oferta
actual



Competidores



Sustitutos



Propuestas
de valor



Modelos de
negocio



Frontera / Lo emergente



Tendencias



Señales
emergentes



Tecnologías
emergentes



Nuevas
capacidades



Cambios
regulatorios /
sociales



State of
the art

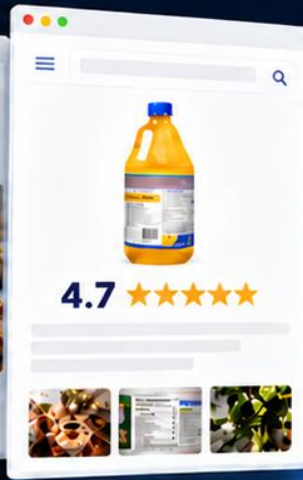
Y cada pregunta nos obliga a mirar fuentes diferentes...



PATENTES



REDES SOCIALES



RESEÑAS



INGREDIENTES



OFERTA (CATÁLOGOS)



INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

...que contienen miles de unidades de evidencia...

**María Fernanda López**
23 jul. · 🌐

Mi cafecito de la noche ya se volvió parte de mi ritual para cerrar el día 🌙

Casi siempre me lo tomo entre 8:30 y 9:30 p. m., cuando ya todo está en calma y por fin puedo sentarme un ratito a respirar. Lo preparo suave, con un chorrito de leche, un poquito de canela y a veces unas gotitas de vainilla. Algunas noches le pongo apenas un toque de azúcar y casi siempre lo acompaño con algo dulce.

Después de días largos, cansancio, estrés y la mente acelerada, este momento me ayuda muchísimo a bajar revoluciones. A veces me lo tomo sola, en silencio, y otras veces lo comparto con mi mamá o con mi familia mientras conversamos de cómo nos fue en el día.

Lo más bonito de este pequeño ritual es la paz que me deja: me da calma, sensación de apapacho, compañía y ese gustito rico de consentirme. ¿Ustedes también tienen un ritual así en la noche? 🍵💕🌙



1 Intención Ritual nocturno para cerrar el día.

2 Dolores Días largos, cansancio, estrés y mente acelerada.

3 Beneficios
 Calma
 Apapacho
 Compañía
 Consentirme
 Descanso

4 Con quién
 Sola
 Mamá
 Familia

5 Cómo
 Leche
 Canela
 Vainilla
 Un toque de azúcar
 Acompañado de algo dulce

6 Dónde
 En casa
 Cocina
 Comedor

7 Cuándo 23 jul.
8:30 y 9:30 p. m.

8 Datos
 Flores
 Taza de café
 Galleta/pastelería
 Café con leche
 Vaso de leche

👍 3,5 mil

💬 394

➦ 82



...y cada unidad
contiene múltiples
señales que antes
quedaban invisibles.



- 1 Tema** Café nocturno en casa
- 2 Escena** Selfie en cocina con café y productos de uso diario.
- 3 Elementos visuales**
 - Estufa de gas
 - Moka pot
 - Olla para leche
 - Tomacorriente
 - Cámara fotográfica
- 4 Colores**
 - Encimera
 - Pared
 - Azulejo
 - Madera
 - Tela de ropa
 - Vinagre de manzana
 - Aceite de oliva
 - Bolsa de café
 - Truvia
 - Crema
- 5 Logos**
 - De Nigris
 - Il Casolare
 - Starbucks
 - Truvia
 - Califia Farms
- 6 Productos**
 - Vinagre de manzana (De Nigris)
 - Aceite de oliva (Il Casolare)
 - Café (Starbucks House Blend)
 - Truvia
 - Crema (Califia Farms Almond Creamer)
- 7 Materiales**
 - Azulejo de pared
 - Piso cerámico
 - Acero inoxidable
 - Madera de dogitos de la encimera
 - Tela de la camisa de la encimera
 - Pared

La IA permite convertir esa información diversa, dispersa y heterogénea en datos analizables a escala



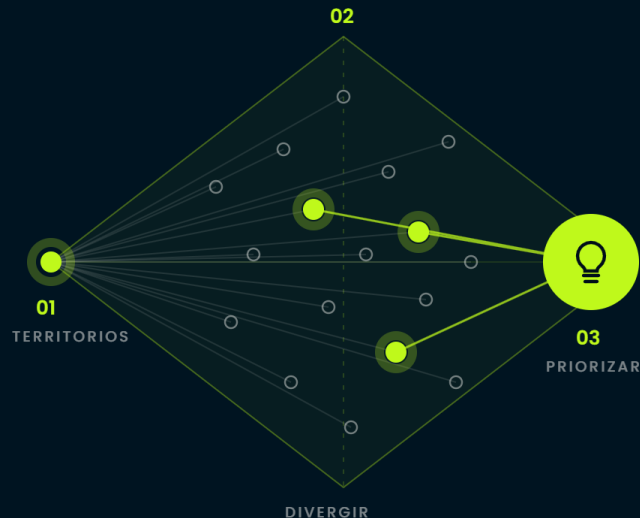
Y al conectar esas señales podemos pasar de datos aislados a un sistema vivo de inteligencia



● IDEACIÓN

Ideación: la IA genera ideas en segundos, pero la diferenciación depende de cómo la usamos

Uso de IA para convertir oportunidades en ideas diversas y priorizarlas con criterio antes de decidir qué desarrollar.



IDEACIÓN

02

La primera promesa fue simple: generar muchas más ideas, mucho más rápido

¿Cómo puedo ayudarte, Silvia?

Actúa como líder de innovación de una empresa manufacturera de pinturas y recubrimientos. Genera 10 ideas de nuevos productos o mejoras para la línea de **pinturas arquitectónicas y recubrimientos**, considerando necesidades emergentes del consumidor, sostenibilidad, clima tropical, facilidad de aplicación y diferenciación frente a competidores.

+

Media 

Como líder de innovación de una empresa manufacturera de pinturas y recubrimientos en Costa Rica, priorizaría oportunidades donde podamos diferenciarnos sin depender de tecnologías demasiado complejas ni de materias primas difíciles de conseguir.

#	Idea	Concepto	Necesidad que resuelve
1	Pintura exterior "Tropical Shield"	Pintura premium formulada específicamente para alta humedad, lluvia intensa, radiación UV y crecimiento de hongos/algas.	Fachadas que se deterioran rápidamente en clima tropical.
2	Pintura interior antihumedad activa	Recubrimiento para baños, cocinas y habitaciones húmedas con alta resistencia al moho y condensación superficial.	Moho, manchas y olor a humedad en viviendas.
3	Pintura térmica para techos y fachadas	Recubrimiento claro/reflectivo que reduzca absorción de radiación solar y temperatura superficial.	Calor interior y mayor uso de aire acondicionado.
4	Pintura "1 mano real"	Fórmula de muy alta cobertura para repintado que permita cubrir colores similares con una sola aplicación.	Consumidores quieren pintar más rápido y gastar menos tiempo/mano de obra.
5	Pintura ultralavable para hogares con niños y mascotas	Recubrimiento interior resistente a manchas, grasa, crayones, barro y limpieza frecuente.	Paredes que requieren repintado constante.
6	Pintura circular con contenido reciclado	Línea formulada parcialmente con materias primas recuperadas, envases reciclados y programa de recuperación de sobrantes	Consumidores y empresas buscando menor impacto ambiental.

La primera
promesa fue
simple: generar
muchas más
ideas, mucho
más rápido

¿Cómo puedo ayudarte, Silvia?

Actúa como líder de innovación de una empresa manufacturera de pinturas y recubrimientos. Genera 10 ideas de nuevos productos o mejoras para la línea de **pinturas arquitectónicas y recubrimientos**, considerando necesidades emergentes del consumidor, sostenibilidad, clima tropical, facilidad de aplicación y diferenciación frente a competidores.

+Media

Como líder de innovación en Costa Rica, priorizaría o descartaría tecnologías demasiado		en	
#	Idea		Necesidad que resuelve
1	Pintura exterior "Tropical Shield"		Fachadas que se deterioran rápidamente en clima tropical.
2	Pintura interior antihumedad activa		Moho, manchas y olor a humedad en viviendas.
3	Pintura térmica para techos y fachadas		Calor interior y mayor uso de aire acondicionado.
4	Pintura "1 mano real"	permite pintar una superficie con una sola aplicación.	Consumidores quieren pintar más rápido y gastar menos tiempo/mano de obra.
5	Pintura ultralavable para hogares con niños y mascotas	Recubrimiento interior resistente a manchas, grasa, crayones, barro y limpieza frecuente.	Paredes que requieren repintado constante.
6	Pintura circular con contenido reciclado	Línea formulada parcialmente con materias primas recuperadas, envases reciclados y programa de recuperación de sobrantes	Consumidores y empresas buscando menor impacto ambiental.

El modelo
genera lo
probable

La IA encuentra muy bien lo que más se repite

Identificar los grandes patrones

La IA agrupa miles de evidencias y está entrenada para revelar los temas, comportamientos y tensiones que aparecen con mayor fuerza.

Pero quedarse solo con lo más frecuente oculta oportunidades menos evidentes.



SUEÑO



LONGEVIDAD



SALUD FEMENINA



METABOLISMO



BIENESTAR MENTAL

...pero la oportunidad puede estar precisamente en lo que no domina la conversación

Detectar señales emergentes

Encontrar lo que los grandes patrones no muestran. Ahí pueden aparecer oportunidades que aún no son obvias para el mercado.



El enfoque tradicional limita **qué imaginamos, desde cuántas alternativas decidimos y qué desarrollamos**

01

Dependencia

La ideación depende principalmente de quién está en la sala

02

Repetición

Las ideas tienden a repetirse

03

Uniformidad

Nosotros y la competencia caemos en un "mar de lo mismo"

04

Escasez

La priorización parte de muy pocas opciones

05

Precipitación

Priorizamos demasiado pronto

Pedirle ideas a un LLM no crea diferenciación.

La diferenciación está en cómo alimentamos, interrogamos, configuramos y complementamos la IA

Alimentar

Alimentarla con señales y evidencia que otros no están utilizando.

Interrogar

Interrogar los datos de forma distinta para provocar ideas menos obvias.

Configurar

Configurar la IA para explorar de forma más amplia y profunda.

Complementar

Complementar con criterio, experiencia e ideación humana.

— IA + criterio humano —

Interrogar los mismos datos de forma distinta puede revelar oportunidades distintas

Métodos para provocar lo no obvio

**Distintas formas de interrogar la evidencia
obligan al modelo a explorar fuera de las
respuestas más probables**

Detección de baja frecuencia

Análisis de co-ocurrencia

Minería de intersecciones

Minería de soluciones improvisadas

Detección de anomalías

**Análisis
lingüístico**

Novedad semántica

Cambio de perspectiva

Creatividad basada en restricciones

Pensamiento por analogías

Pensamiento opuesto

El modelo y su configuración también cambian el espacio que exploramos

Modelo

Distintas capacidades, entrenamiento y comportamiento.



ChatGPT



CLAUDE



Grok



Deepseek



Meta Ai



Kimi

Nivel de razonamiento

Mayor o menor esfuerzo para analizar y contrastar.

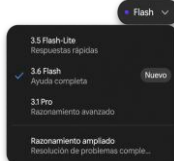
OpenAI Reasoning effort



Claude Modelo



Gemini



Grok



Parámetros de generación

Ajustes como

- Temperature
- Top-p
- Top-k
- Frequency penalty

modifican cómo se seleccionan las siguientes respuestas/tokens y, por tanto, cuánto se exploran alternativas.

TOP-K



TOP-P



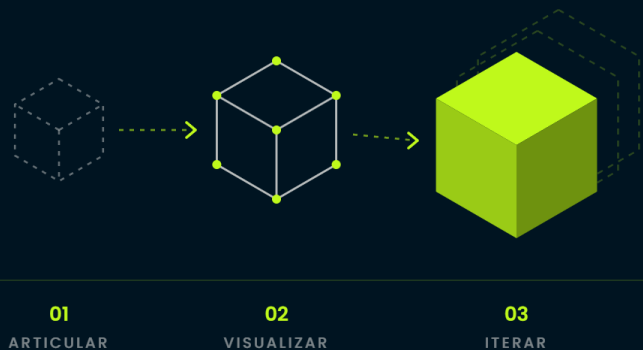
TEMPERATURA



● CONCEPTUALIZACIÓN

Desarrollo de conceptos: la IA reduce radicalmente el costo de volver tangible una idea

Uso de IA para convertir las ideas seleccionadas en propuestas más completas, claras y listas para validar.



CONCEPTUALIZACIÓN 03

Conceptualizar era lento y costoso, así que materializábamos muy pocas ideas

01

Costo

Llevar una idea a concepto consumía tiempo y recursos

02

Selección temprana

Había que descartar ideas antes de poder verlas

03

Abstracción

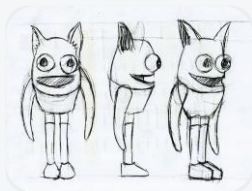
Las ideas se discutían en abstracto, sin algo que ver o probar

04

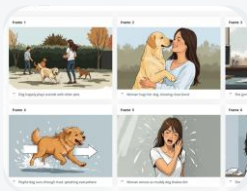
Rigidez

Cada iteración implicaba rehacer el trabajo

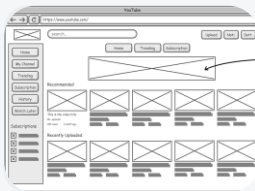
El lenguaje natural puede convertir una idea en algo que ya podemos ver, interactuar, evaluar e interar



Bocetos



Storyboards



Wireframes



Mockups



Renders



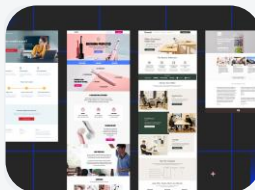
Empaques



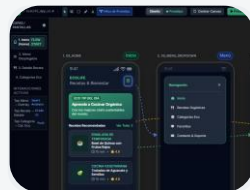
Diseños 2D/3D



Interfaces



Landing pages



Prototipos navegables



Customer journeys



Conceptos de servicio



Mensajes y claims



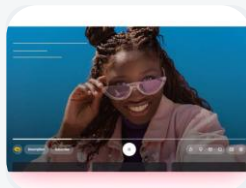
Naming



Piezas publicitarias



Campañas



Videos



Simulaciones de punto de venta

Estas capacidades ya están disponibles en herramientas especializadas

01 IMAGINAR	02 MAPEAR	03 DISEÑAR	04 PROTOTIPAR	05 COMUNICAR	06 CONSTRUIR
Imagen y diseño visual Midjourney Adobe Firefly Ideogram Bocetos, key visuals y campañas	Experiencias y servicios Miro AI Figma Smaply Journeys, blueprints y conceptos de servicio	Producto y renders Vizcom Substance 3D Pacdora Producto, packaging y variantes	UX/UI e interfaces Figma Make Uizard Framer Wireframes, interfaces y landing pages	Video y contenido Runway Kling Sora Videos, storyboards y anuncios	Desarrollo Lovable v0 Replit MVPs y experiencias digitales funcionales

Todas parten del mismo punto de entrada: **lenguaje natural**

● VALIDACIÓN

Validación: la IA permite validar más, antes y a menor costo

Uso de IA para poner a prueba los conceptos con usuarios sintéticos y reales (encuestas, entrevistas y testeo) y analizar los resultados antes de invertir en desarrollo.



VALIDACIÓN

04

Validar era **costoso, lento y ocurría demasiado tarde**

01

Obsolescencia

Los segmentos se vuelven obsoletos rápidamente

02

Costo

Validar a escala era costoso

03

Tiempo

La síntesis tomaba demasiado tiempo

04

Brecha

Lo que las personas dicen no siempre coincide con lo que hacen

De segmentos estáticos a audiencias que evolucionan con el mercado

La IA analiza datos masivos y dinámicos para entender audiencias con mayor precisión y en tiempo real, usando machine learning no supervisado (clustering).

ANTES

Research



Segmentación



Personas



Uso durante
meses o años

AHORA

Datos
continuos



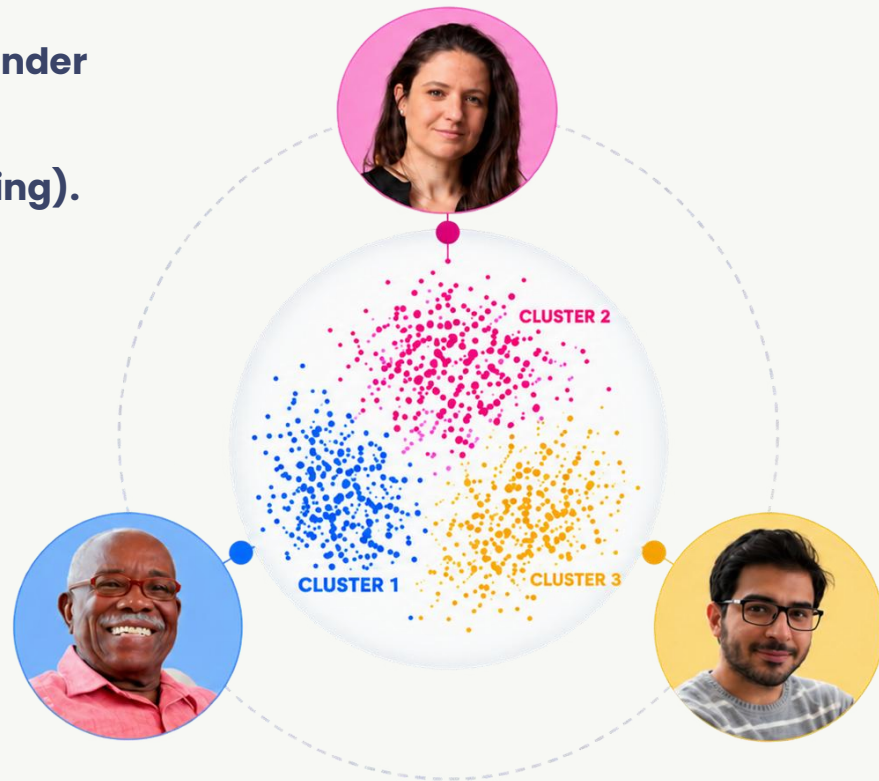
Patrones



Segmentos
dinámicos



Actualización
continua



Personas Sintéticas

Personas Reales

VALIDAR
explorar y
confirmar

PERSONAS SINTÉTICAS

**Simular antes de salir
a campo – Explorar**

PERSONAS REALES

**Escuchar a consumidores
reales a escala – Confirmar**

Personas Sintéticas



PERSONAS SINTÉTICAS • EXPLORAR

Lo sintético permite explorar **más hipótesis** antes de salir a campo

Plataformas
dedicadas de
investigación
sintética

Usuarios
basados en
chat

Individuos
basados en
avatar o video

Personas
sintéticas a la
medida (code-
first)

Personas Reales



PERSONAS REALES · CONFIRMAR

La IA también permite escuchar a consumidores reales a una escala antes impracticable

- 01 Encuestas adaptativas**
Las preguntas se ajustan según cada respuesta
- 02 Entrevistas moderadas por IA**
Conversaciones en profundidad, cientos en paralelo
- 03 Follow-ups automáticos**
Repregunta cuando una respuesta es vaga o reveladora
- 04 Multilingüe**
El mismo estudio en varios mercados a la vez
- 05 Transcripción y síntesis inmediata**
Hallazgos listos al terminar el campo



CUIDADO

La IA acelera el proceso, pero también puede **acelerar los errores**



01

Automatizar sin una pregunta clara

Respuestas rápidas a problemas mal definidos



02

Confundir volumen con calidad

Cientos de ideas no son mejores ideas



03

Usar IA sin evidencia diferenciada

Mismos datos que todos, mismas respuestas que todos



04

Sustituir validación real demasiado pronto

Lo sintético orienta, pero no confirma



05

Eliminar el criterio humano

La IA propone; las personas deciden

El mayor valor no aparece cuando ponemos IA dentro de cada tarea. Aparece cuando **rediseñamos el sistema completo alrededor de las nuevas capacidades** que la IA hace posibles.

Rediseñar antes de automatizar

Mantener intervención humana donde agrega criterio

La IA está pasando de herramientas aisladas a capacidades conectadas en un sistema de innovación

1. Detectar

Decodificar tendencias, señales de consumidor, demanda y búsquedas en tiempo real.

2. Diseñar

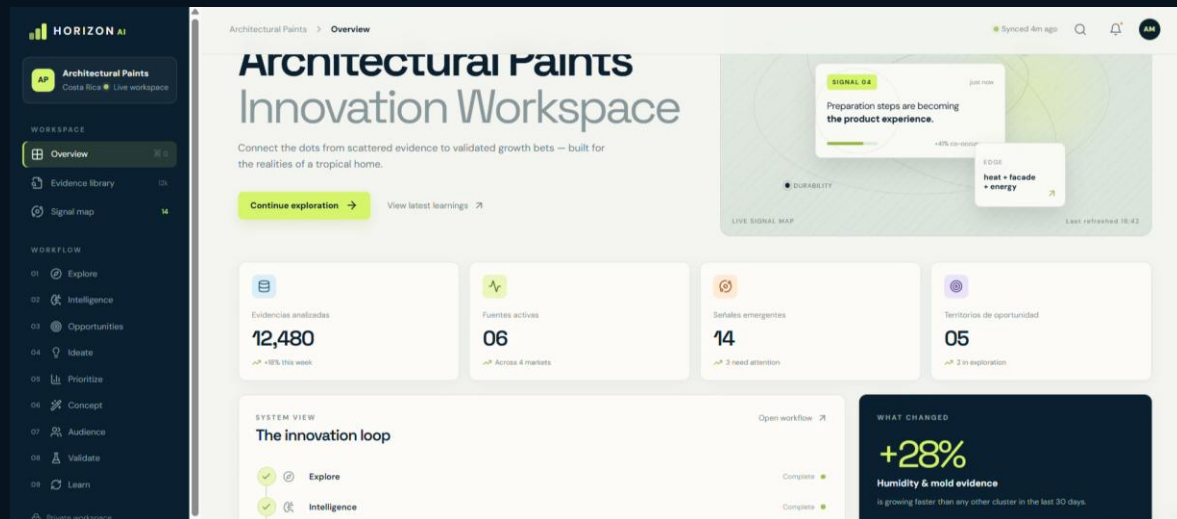
Generar recomendaciones de producto, fórmula, empaque, claims o creatividad.

3. Simular

Usar gemelos digitales, cohortes virtuales y pruebas sintéticas antes de ejecutar físicamente.

4. Escalar

Automatizar producción, personalización, localización y activación con gobernanza.



El resultado no es **"usar más IA"**: son ciclos más cortos, mejores decisiones, conocimiento reutilizable y valor medible.

Las empresas ya están conectando estas capacidades en sistemas de innovación



Sistema integrado de innovación impulsado por IA

Analiza continuamente más de 1.000 fuentes y las conecta con bases internas de ingredientes, formulaciones, pruebas sensoriales, estudios, empaques y claims. También incorpora cohortes virtuales, un asistente de I+D conectado con más de 150.000 documentos científicos y automatización de laboratorio.

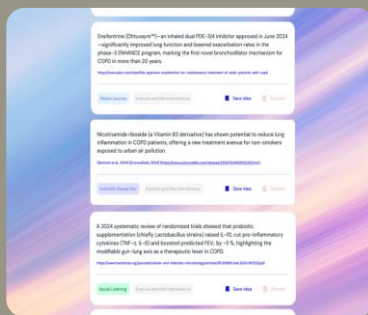


Nestlé is creating AI-powered 'digital twins' for brands like Purina, Nescafé Dolce Gusto and Nespresso



Producción inteligente y reutilizable de activos de marca

Nestlé creó una plataforma de IA que transforma productos físicos en gemelos digitales ("digital twins") precisos. Estos activos pueden reutilizarse para generar imágenes, formatos y variaciones destinadas a comercio electrónico, medios digitales y campañas locales.



Motor autónomo de innovación

Chiesi desarrolló un motor autónomo de ideación que escanea literatura científica, recorridos de pacientes, señales de startups, información de mercado y referentes competitivos. Después genera, enriquece, agrupa y prioriza nuevas oportunidades según factibilidad, creación de valor y alineación estratégica.





Muchas gracias.

Transformamos ideas en soluciones inteligentes que generan impacto real.

**[silvia.segura@abisalgroup.co
m](mailto:silvia.segura@abisalgroup.com)**

abisalgroup.com