



WOBI on AI Business Transformation

La IA está redefiniendo la forma en que
las empresas operan y generan valor, y
esto es apenas el comienzo.

 **Bancolombia**

AI & Business
Transformation | 

La IA no representa una simple tendencia emergente, es una disrupción tecnológica que está redefiniendo los modelos empresariales. Su impacto es comparable al que tuvieron la digitalización y el internet, al transformar radicalmente los entornos laborales y los canales de comunicación.

En estas memorias reunimos las principales lecciones de esta versión de WOBI AI 2025. Lecciones que nos guían en este momento de cambio, evolución y nuevas posibilidades.





Zack Kass

IA y estrategia

Lección #1

La tecnología no basta: la aceptación social es clave

Zack Kass propone el concepto de *“umbrales sociales”* para explicar que el éxito de una tecnología no depende solo de su capacidad técnica, sino de la disposición de la sociedad a adoptarla. Aunque una innovación funcione perfectamente, si las personas no confían en ella, no la usarán. Esto se debe a factores como el miedo, la necesidad de control y la falta de empatía hacia las máquinas.

Lo anterior lo ejemplifica con una controversial tecnología: los vehículos autónomos. Las estadísticas muestran que ahora son más seguros que los conductores humanos, pero solo el 25 % de la población los aprueba. ¿Por qué? Kass explica que las personas toleran los errores humanos, pero no los de las máquinas. Además, muchos no saben cuán avanzados son realmente estos sistemas, lo que refleja una brecha entre el progreso tecnológico y la percepción pública.

Lección #2

La IA redefine el valor humano: lo emocional supera lo intelectual

En un mundo donde la inteligencia artificial puede realizar tareas cognitivas mejor que los humanos, lo que nos hará valiosos no será lo que sabemos sino cómo nos relacionamos con los otros. Las habilidades humanas como la empatía, la compasión, la curiosidad y la capacidad de inspirar serán más importantes que nunca.

Usa como ejemplo el caso de un paciente de su padre, donde esta persona lo eligió como su oncólogo no por su diagnóstico (que era igual al de otros expertos), sino por la esperanza que él le transmitió. En un entorno donde la IA puede ofrecer diagnósticos precisos, el “trato humano” se convierte en el verdadero valor diferencial.

Lección #3

El mayor riesgo no es económico, sino existencial

La automatización no solo amenaza empleos, sino identidades. Muchas personas definen su propósito existencial a través del trabajo. Si la IA elimina esa necesidad, podríamos enfrentar una crisis de sentido. No se trata solo de cómo ganaremos dinero, sino de cómo encontraremos propósito y pertenencia.

“No es lo que sabes, sino cómo haces sentir a los demás lo que marcará la diferencia en la era de la inteligencia no medida.”

1.3 millones

de personas mueren anualmente en accidentes de tránsito a nivel mundial. Sin embargo, solo el 25% de la población aprueba los vehículos autónomos, a pesar de que según cifras son más seguros que los conductores humanos.





Randi Zuckerberg

IA y liderazgo

Lección #1

La innovación nace del riesgo y la creatividad

Randi Zuckerberg destaca que los entornos que permiten la experimentación sin miedo al fracaso son esenciales para el surgimiento de ideas verdaderamente disruptivas. En su experiencia, muchas de las ideas innovadoras más importantes no surgieron de planes estratégicos formales, sino de momentos lúdicos, de la curiosidad y de la libertad creativa.

La innovación, según ella, no es un proceso lineal ni predecible, sino una consecuencia de permitir que las personas exploren ideas sin restricciones, incluso si parecen absurdas al principio.

Lección #2

El liderazgo en la era de la IA requiere humanidad y responsabilidad

En un mundo donde la tecnología avanza a un ritmo vertiginoso, Zuckerberg subraya que el liderazgo no puede limitarse a la adopción de herramientas. Debe incluir una profunda conciencia ética y una visión humanista. El liderazgo moderno implica anticipar los impactos sociales, emocionales y culturales de la tecnología, y actuar con responsabilidad para mitigar riesgos.

También implica crear culturas organizacionales inclusivas, donde la diversidad de pensamiento y experiencia sea valorada, especialmente en espacios donde históricamente ciertos grupos han sido excluidos. La responsabilidad no es solo técnica, sino también moral y social.

Lección #3

Todos somos creadores y líderes potenciales

Zuckerberg afirma que el liderazgo y la creatividad no están reservados para unos pocos elegidos. Todos, sin importar su formación o rol actual, tienen la capacidad de generar ideas que pueden cambiar el mundo. Lo fundamental es estar en un entorno que fomente la participación, la expresión y la toma de riesgos.

Ella enfatiza que muchas veces las personas no se ven a sí mismas como innovadoras o emprendedoras, pero cuando se les da la oportunidad de contribuir, pueden sorprender incluso a sí mismas. Esta visión democratiza el liderazgo y empodera a las personas a tomar la iniciativa.

“Cada uno de nosotros está sentado sobre una idea que podría ser usada por dos mil millones de personas.”

4 meses

le tomo a **Facebook live**, servicio ideado por Randi Zuckerberg, pasar de tener tan solo 2 espectadores -sus padres- a ser utilizada por el presidente Barack Obama para dirigirse a millones de personas.





Mitchell Weiss

IA e innovación

Lección #1

Las reglas de juego cambiaron

Estamos en el año de los agentes de la IA. Esto significa que hay mayor automatización en procesos que pueden ser complejos o que requieren de tiempo que se puede invertir en estrategia. Por ejemplo, para crear productos mínimos viables, es una buena idea.

Además, facilitan la colaboración cuando se combinan junto a otras IA para que el flujo de trabajo sea más eficiente. En la práctica, los agentes de IA pueden contribuir a investigar a fondo un tema y consultar múltiples fuentes o interactuar con sitios web y recolectar información.

Lección #2

Conecta, conquista y vende más

La IA tiene una frontera irregular. Este concepto hace referencia a que no todas las plataformas ni herramientas están diseñadas para cumplir la misma función. Es decir, a pesar de que les encarguemos tareas similares, habrá algunas en las que los resultados pueden ser significativamente peores.

Aunque no es fácil intuir de antemano dónde reside esta frontera, el consejo es usar las IA para tareas que conocemos y en las que somos buenos, así podremos tener el criterio de ajustar o pulir los resultados. Haz que la experimentación y la práctica sean tus aliados para sacarles el mayor provecho.

Lección #3

Es hora de la humanidad aumentada

Usar la IA para la innovación significa iterar y probar herramientas nuevas. Un buen comienzo es mejorar los prompts al pedirles a las plataformas que asuman un rol en particular, solicitarles que expliquen la respuesta y ordenarles que apliquen modelos o marcos de pensamiento específicos.

Otros métodos muy recomendables son, por un lado, verificar cuál es el mejor resultado para la misma tarea en dos modelos diferentes y, por el otro, alimentar la IA con datos reales de la empresa como documentos, informes o información de los clientes. De esta forma, es más sencillo aterrizar las respuestas y, posteriormente, hacer un análisis.

“Usa la IA para lo que es buena, producirás más. Pero, úsala para lo que es mala y producirás menos”.

40%

mejor fue el rendimiento de las personas que usaron IA para tareas cualitativas (para las que la herramienta era buena) y un 19 % peor quienes intentaron usar IA para trabajos cuantitativos / matemáticos (para las que no era idonéa en ese momento). Resultados de un estudio del Harvard Business School.





Nathalie Nahai

IA y el futuro del trabajo

Lección #1

En la actualidad, es más importante que nunca crear diseños de IA que estén creados para el bienestar humano. Herramientas como ChatGPT se instalaron en nuestro día a día y las usamos sin cuestionarnos si es lo que realmente necesitamos.

¿Qué tal si empezamos a exigir tecnologías que nos ayuden a construir soluciones reales? Los chatbots y demás plataformas que impulsen la imaginación y el pensamiento crítico de los usuarios, se convertirán en ayudantes fundamentales para reescribir el futuro.

Lección #2

La principal respuesta a los cambios actuales es un cambio sistémico. Este proceso implica entender los sesgos que tiene la IA, como reconocer que no es imparcial o que, debido a su programación, puede transmitir confianza excesiva a los usuarios. Pero, también supone un trabajo por parte de los gobiernos y las personas.

Las instituciones deben priorizar la preservación y la protección de la vida. Mientras que las personas pueden cambiar el rumbo positivamente si piensan en colectivo y construyen asociaciones con otros en las que tengan ideas innovadoras, empresas prósperas y un equilibrio entre el ambiente personal y laboral.

Lección #3

Las inteligencias artificiales han mejorado la eficiencia de las empresas, fortalecido la innovación y han permitido que algunos colaboradores tengan tiempo libre. Pero, también puede llevar a una crisis laboral si las organizaciones delegan los procesos más importantes a estas herramientas.

El éxito de usar IA en el trabajo radica en su implementación. Primero, los equipos deben tener una cultura organizacional sólida y estar en un entorno que favorezca su crecimiento. Segundo, es necesario saber con claridad cuál es su propósito, en qué contexto se usará y qué parámetros se determinarán consolidar un criterio colectivo.

"El futuro no está escrito. Nosotros lo escribimos juntos. Tenemos que intervenir ahora con nuestra agencia, imaginación y valores. Así es como cambiamos el futuro".

3

elementos para crear un marco de trabajo al usar IA: elegir plataformas seguras, permitir a los empleados experimentar en ambientes confiables y fortalecer habilidades cognitivas, psicológicas y emocionales en los equipos.





Pablo Arboleda

IA y los Cambios Organizacionales

Lección #1

La transformación digital comienza con las personas, no con la tecnología

La tecnología es solo una herramienta. Lo que realmente impulsa la transformación en una organización son las personas: su mentalidad, su disposición al cambio y su capacidad para aprender y adaptarse. Pablo Arboleda enfatiza que no importa cuán avanzada sea una solución tecnológica si no hay una cultura organizacional que la respalde. Las personas son quienes detectan los problemas, proponen soluciones, las implementan y las escalan.

Lección #2

Lo simple también transforma

No se necesita la tecnología compleja o de punta para generar valor. Existe una tendencia a pensar que las soluciones más sofisticadas son las que mayor impacto generan. Sin embargo, la experiencia compartida por Pablo demuestra que muchas veces las soluciones más simples, con esfuerzos concentrados y ejecutadas con claridad, son las que generan mayor valor. Esto implica que no siempre se necesita un despliegue técnico enorme, sino que a veces, basta con resolver un problema puntual de forma eficiente. La clave está en identificar dónde hay valor real y actuar con pragmatismo.

Lección #3

Todos somos creadores y líderes potenciales

Los datos son la materia prima del cambio, pero deben estar disponibles y correctamente gobernados. En un entorno donde las decisiones deben ser ágiles y basadas en evidencia, los datos se convierten en un recurso valioso. Pero no basta con tenerlos: deben estar disponibles, accesibles y en condiciones de calidad adecuadas. Pablo destaca que muchas organizaciones aún no han entendido que el verdadero costo no está en almacenar datos, sino en no tenerlos cuando se necesitan.

“Primero las personas, primero las personas y primero las personas. Son las personas las que pueden ayudar a habilitar el cambio (...) y son las personas las únicas que pueden garantizar que ese tipo de estrategias queden correctamente implementadas”.

500 mil

clientes han desbloqueado la clave dinámica por medio de Tabot (chatbot IA de Bancolombia)





Jesús Cochegrús

IA y Clientes

Lección #1

Tener una mentalidad de Game Changer para enfrentar el mundo y sus desafíos actuales es fundamental. El primer componente es entender al cliente y anticipar sus necesidades. Es necesario comprender cuáles son sus miedos y prioridades. Aquí también se incluyen los equipos de trabajo internos.

Con esta información se analiza lo que los clientes quieren comprar, ya no se trata de productos y servicios, sino de intangibles (ideas y expectativas). La IA puede ser una herramienta valiosa para conocer cuáles son los de tu negocio. Podrías descubrir que brindar tiempo y libertad es fundamental para tus compradores.

Lección #2

El siguiente componente es renovar la estrategia y la propuesta. Un buen punto de partida es contestar las tres preguntas del customer engagement. Primero, ¿qué intangibles impulsan a la gente a regresar a tu negocio y cuáles generan fricción? Segundo, ¿cuánto comparten las personas la experiencia que tienen con tu marca? Y tercero, ¿cómo crecen los clientes o tu equipo gracias a ti?

Hay 5 niveles de conexión con tu cliente que debes incluir para potenciar tu estrategia: resolver una necesidad (funcional), satisfacer los “quieros” (sensorial), vivir una experiencia (emocional), hacerlo sentir parte de una comunidad (social) y trabajar para que se sienta especial (único).

Lección #3

El tercer componente es aprovechar la IA y la tecnología para ser disruptivo. Es clave usar la data para anticipar y entrenar a estas plataformas y, así, crear valor real para tu negocio. Otro pilar para conectar realmente a través de tu marca es pensar en lo que puedes hacer para tener una humanidad aumentada.

Esto significa no subestimar el impacto de las conexiones humanas y enfocarnos en lo que nos diferencia de los robots, como la compasión, la empatía o el creer en el otro.

La IA debe ser una herramienta que potencie a los seres humanos, pero no puede reemplazarlos en su autenticidad.

“El trato que le das a tu gente es el trato que ellos le van a dar al cliente.”

10

años, incluso menos, tardó el smartphone en transformar a la humanidad. La inteligencia artificial, según Cochegrús, lo hará en 3 o 4.