



Columna



Adolfo Alvial,
consultor internacional en acuicultura

Sin estrategia de datos, no hay estrategia de IA

Durante los últimos años, la conversación sobre inteligencia artificial ha capturado la atención de prácticamente todas las industrias. Es lo que hemos visto en el reciente Innovation Technology Summit de Puerto Varas, lo que demuestra que la salmonicultura no es la excepción. Modelos predictivos, automatización, optimización productiva, monitoreo ambiental en tiempo real: el potencial es enorme. Sin embargo, hay una realidad menos visible, pero mucho más determinante. La principal limitación para avanzar en inteligencia artificial no está en los algoritmos ni en la capacidad computacional. Está en los datos.

Una reciente publicación de Neil Ward - Dutton, Vice president for automation, analytics, and AI, titulado "Data Strategies for AI Leaders", en MIT Technology Review Insight, plantea con claridad: sin una estrategia de datos robusta, la estrategia de inteligencia artificial simplemente no funciona. En salmonicultura, esto no solo es cierto, es evidente.

Históricamente, la industria ha generado enormes volúmenes de información, tanto por decisión propia de las empresas, como por exigencia de las diversas autoridades, a saber: productiva, sanitaria, ambiental, logística. Sin embargo, gran parte de esos datos se encuentra fragmentado en sistemas que no conversan entre sí, con estándares distintos, calidad variable y, en muchos casos, con históricos incompletos o poco accesibles. El re-

sultado es conocido: dificultades para implementar analítica avanzada, en consecuencia, limitaciones para obtener modelos predictivos robustos y una enorme brecha entre el potencial tecnológico disponible y su aplicación real en terreno. La paradoja es evidente. Una industria intensiva en datos, pero con baja capacidad efectiva de utilizarlos estratégicamente para optimizar sus procesos, cautelar la continuidad operacional y mejorar la toma de decisiones ampliamente informada.

Recuperar ese valor no es trivial. Implica mucho más que incorporar nuevas tecnologías. Requiere integrar sistemas, establecer estándares, mejorar la calidad de los datos, y sobre todo, avanzar en gobernanza: definir quién accede, cómo se usan y con qué propósito. Pero también implica algo más profundo: un cambio cultural. Entender que los datos no son un subproducto de la operación, sino un activo estratégico. La oportunidad es significativa. Las empresas que logren ordenar, integrar y activar sus datos estarán en condiciones de dar un salto relevante en eficiencia, sostenibilidad y capacidad de anticipación.

En un escenario cada vez más exigente –ambiental, regulatorio y competitivo–, esa diferencia puede ser decisiva. Porque, en definitiva, la ecuación es simple: sin estrategia de datos, no hay estrategia de inteligencia artificial. Y sin inteligencia aplicada, la competitividad futura queda en entredicho.