



Impacto de la Inteligencia Artificial para la Toma de Decisiones de Emprendedores y Empresas durante la Creación y Expansión, Panamá, 2024

The Help of Artificial Intelligence for Entrepreneurs' Decision-Making during Creation and Expansion, Panama, 2024

Juan Guillermo González Mosquera
Universidad de Panamá, Facultad de Ingeniería, Panamá
Juan.gonzalez-m@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0002-4574-675X>

Recibido: 12/4/2024 Aceptado: 28/5/2024
DOI: <https://doi.org/10.48204/reict.v4n1.5380>

Resumen

Este artículo presenta un estudio hipotético sobre el uso de la inteligencia artificial en estrategias empresariales para la creación y expansión de negocios. Los objetivos incluyen explorar cómo la inteligencia artificial puede mejorar la toma de decisiones de los emprendedores y empresas, así como analizar la efectividad de herramientas como el Modelo Canvas, el análisis FODA y la matriz de Ansoff en este contexto. Los métodos utilizados implicaron la investigación bibliográfica y la creación de escenarios ficticios para ilustrar la aplicación de estas herramientas. Los principales resultados indican que la inteligencia artificial puede mejorar la identificación de oportunidades de mercado, la optimización de modelos de negocio y la mitigación de riesgos en la expansión empresarial. Se concluye que la integración de la inteligencia artificial en estrategias empresariales puede conducir a decisiones más informadas y a una mayor competitividad en el mercado. Se

destaca la importancia de continuar investigando en este campo para comprender mejor el potencial de la inteligencia artificial en el ámbito empresarial.

Palabras clave: inteligencia artificial, estrategias empresariales, Modelo Canvas, análisis FODA, matriz de Ansoff.

Abstract

This article presents a hypothetical study on the use of artificial intelligence in business strategies for the creation and expansion of businesses. The objectives include exploring how artificial intelligence can improve the decision-making of entrepreneurs and companies, as well as analyzing the effectiveness of tools such as the Canvas Model, SWOT analysis and the Ansoff matrix in this context. The methods used involved bibliographic research and the creation of fictitious scenarios to illustrate the application of these tools. The main results indicate that artificial intelligence can improve the identification of market opportunities, the optimization of business models and the mitigation of risks in business expansion. It is concluded that the integration of artificial intelligence in business strategies can lead to more informed decisions and greater competitiveness in the market. The importance of continuing research in this field is highlighted to better understand the potential of artificial intelligence in the business field.

Keywords: artificial intelligence, business strategies, Canvas Model, SWOT analysis, Ansoff matrix.

Introducción

En un mundo empresarial cada vez más dinámico y competitivo, los emprendedores enfrentan constantemente cambio en el desafío de tomar decisiones cruciales para la creación y expansión de sus empresas. La toma de decisiones efectiva es fundamental para el éxito empresarial, ya que puede determinar la viabilidad de un negocio, su capacidad para adaptarse a cambios en el mercado y su capacidad para alcanzar sus objetivos estratégicos.

La integración de la Inteligencia Artificial (IA) en empresas y emprendimientos es crucial para optimizar la toma de decisiones. Uno de sus principales beneficios radica en su capacidad para ofrecer información instantánea sobre aspectos clave del negocio, facilitando la toma de medidas correctivas oportunas para garantizar el éxito y la estabilidad empresarial. (OMeara, 2022, p. 12)

La creación y expansión de empresas son procesos complejos que requieren la toma de decisiones informadas y estratégicas por parte de los emprendedores. En este sentido, la capacidad de tomar decisiones efectivas puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Además, en el contexto actual, caracterizado por la rápida evolución tecnológica y la creciente competencia global, los emprendedores enfrentan desafíos cada vez más complejos y dinámicos.

Donde para tenerlo más en claro se explica de la siguiente manera:

La toma de decisiones gerenciales se ha vuelto compleja en el mundo actual, esto debido al desarrollo acelerado de la tecnología, lo que origina que los encargados de tomar las decisiones procesen grandes cantidades de información variada de forma inmediata y se enfrenten a las posibles consecuencias. Ante esta problemática que viven las organizaciones, la inteligencia artificial (IA) se ha vuelto un aliado ideal en la toma de decisiones, así como un posible reemplazo del gestor de decisiones humano. Así pues, el objetivo del presente trabajo consiste en identificar la relación entre la Inteligencia Artificial y la toma de decisiones en las organizaciones fue investigada mediante una revisión sistemática de la literatura. Este enfoque metodológico permitió obtener resultados centrados en la interacción entre la IA y la toma de decisiones por parte de los gerentes. (Villodas, 2022, p. 17)

Sin embargo, la complejidad y la incertidumbre inherentes a la toma de decisiones empresariales pueden dificultar el proceso y llevar a resultados subóptimos.

Afortunadamente, en los últimos años ha surgido un nuevo aliado para los emprendedores: la inteligencia artificial (IA).

En el siguiente trabajo de Tejada Ray (2018) nos da a saber:

Los avances tecnológicos han transformado la vida cotidiana, permitiendo a las personas realizar lo antes impensable y establecer conexiones remotas. Esta evolución impulsa la toma de decisiones para adaptarse y mejorar continuamente. La comunicación ha cambiado, contribuyendo al bienestar laboral en diversas áreas. (Tejada, 2018, p. 5)

Pero que es esta Inteligencia artificial, para eso tenemos esta cita importante el cual nos da un entendimiento explícito:

Por medio de: “La Inteligencia Artificial se define como la habilidad de una máquina para replicar el comportamiento humano inteligente. En este campo, se destacan los Sistemas Expertos,

que son programas informáticos capaces de aprender de experiencias pasadas, realizar juicios y tomar decisiones.” (Castelló, 2000, p. 2)

La IA ofrece una variedad de herramientas y técnicas que pueden ayudar a los emprendedores a tomar decisiones más informadas y basadas en datos durante todo el ciclo de vida de su empresa, desde la concepción hasta la expansión.

Por parte importante hay que resaltar lo siguiente, ya que se debe al gran cambio actual:

Lo amerita: “La pandemia de COVID-19 ha impulsado a las empresas a cumplir con regulaciones de salud, como el distanciamiento social, generando oportunidades para emprendedores que buscan emplear inteligencia artificial para innovar y aumentar sus ingresos en un mercado cambiante.” (Ramirez, 2022, p. 5)

Es crucial, por lo tanto, examinar en profundidad cómo la IA puede influir en la toma de decisiones de los emprendedores y cómo puede ser aprovechada de manera efectiva para mejorar la gestión empresarial.

Sin embargo, a pesar del potencial prometedor de la IA, su implementación en el contexto empresarial plantea una serie de desafíos y preguntas importantes que deben abordarse. Como las siguientes: ¿Qué impacto tiene la IA en la toma de decisiones de los emprendedores durante la creación y expansión de sus empresas? ¿Qué beneficios puede aportar la IA en términos de eficiencia, precisión y adaptabilidad en la toma de decisiones empresariales? ¿Cuáles son los desafíos y limitaciones asociados con la implementación de la IA en el contexto empresarial? Estas son algunas de las preguntas que este estudio busca abordar.

En respecto a estas incógnitas se da la salvedad de que es y cómo tratarlo:

Según Negrón (2023):

La Inteligencia Artificial ofrece una solución eficaz para promover la sostenibilidad empresarial. Al aplicar el aprendizaje automático y el análisis de datos, se generan beneficios económicos, sociales y ambientales, como lo demuestran las empresas mineras que han adoptado IA para optimizar sus operaciones. (Negrón, 2023, p. 14)

El problema específico que abordaremos en esta investigación es el impacto de la inteligencia artificial en la toma de decisiones de los emprendedores durante la creación y expansión de sus empresas. Ya que se encuentran varias limitantes en la labor o la capacidad humanas dado que

en: “La toma de decisiones de un gerente constituye una de las principales responsabilidades en el entorno laboral. No obstante, la habilidad del ser humano para analizar vastas cantidades de información tiene sus límites” (Agreda Rodríguez & Chávez Cárdenas, 2022, p. 13)

Nos centraremos en explorar cómo la implementación de sistemas de IA puede influir en la eficiencia, precisión y adaptabilidad de las decisiones empresariales, así como en identificar los desafíos y limitaciones asociados con esta implementación.

El propósito central de esta investigación es evaluar el impacto de la implementación de herramientas de inteligencia artificial en la toma de decisiones de los emprendedores durante el proceso de creación, lanzamiento e implementación de un producto en un mercado competitivo o con poca competencia. Se buscará entender cómo la inteligencia artificial puede mejorar las decisiones empresariales y explorar su efectividad en la aplicación de herramientas como el Modelo Canvas, el análisis FODA y la matriz de Ansoff, todas las cuales tienen como objetivo principal facilitar la toma de decisiones.

Lo que se refiere: “La inteligencia artificial se refiere a la teoría de avances tecnológicos que a menudo requieren habilidades humanas.” (Rosales, 2021, p. 2)

La integración de la inteligencia artificial en estos procesos se ha vuelto cada vez más relevante, ya que ofrece capacidades avanzadas de análisis de datos y predicción que pueden ayudar a los emprendedores a tomar decisiones más informadas y estratégicas. Por ejemplo, al utilizar algoritmos de aprendizaje automático, las herramientas de inteligencia artificial pueden identificar patrones en los datos del mercado, predecir tendencias futuras y evaluar el potencial de éxito de un producto en diferentes escenarios.

Además, la implementación de la inteligencia artificial puede agilizar el proceso de toma de decisiones al proporcionar información en tiempo real y análisis automatizados. Por ejemplo, al utilizar sistemas de procesamiento del lenguaje natural, los emprendedores pueden analizar rápidamente comentarios de clientes y tendencias en redes sociales para ajustar su estrategia de marketing o mejorar la calidad de su producto.

En cuanto a las herramientas mencionadas, como el Modelo Canvas, el análisis FODA y la matriz de Ansoff, la inteligencia artificial puede complementar su utilidad al proporcionar insights adicionales y análisis más profundos. Por ejemplo, al utilizar algoritmos de clustering, la

inteligencia artificial puede identificar segmentos de mercado específicos para dirigir mejor las estrategias de marketing. De igual manera, puede ayudar a evaluar la viabilidad de diferentes estrategias de crecimiento o identificar riesgos potenciales en el análisis FODA.

Ya que por ejemplo tenemos estas implementaciones que han hecho muchas empresas durante la época:

Negrón Luis (2022) nos indica:

El estudio longitudinal sobre IA desde 2008 hasta ahora revela que el 93% de los encuestados implementa IA en diversos procesos, con énfasis en áreas como atención al cliente y marketing. Beneficios reportados incluyen mejora de procesos, mayor productividad y toma de decisiones mejorada. (Negrón, 2022, pág. 3)

Se busca comprender el impacto global de la inteligencia artificial en la eficiencia, precisión y adaptabilidad de las decisiones empresariales en este contexto específico, así como identificar los desafíos y limitaciones asociados con esta implementación.

“Se sugiere que basta con automatizar la contabilidad, ya que la economía puede ser un obstáculo para adoptar la inteligencia artificial. En cuanto al análisis comparativo, este facilita la automatización de tareas repetitivas para optimizar los recursos disponibles.” (Panduro, 2023, p. 2) Además, se pretende ofrecer recomendaciones prácticas para ayudar a los emprendedores a integrar de manera efectiva la inteligencia artificial en su proceso de toma de decisiones, con el objetivo de mejorar el desempeño y la competitividad de sus empresas en un entorno empresarial en constante cambio.

Para cumplir con estos objetivos en la toma de decisiones se necesitan un conjunto de pasos importantes que todo emprendedor y empresas necesitan saber a la hora de querer crear o expandirse a un productos o servicios similares a los que ya hacen.

En el contexto actual, la toma de decisiones gerenciales se ha vuelto más desafiante debido al rápido avance tecnológico, lo que requiere que los responsables procesen gran cantidad de información diversa de manera inmediata y enfrenten las posibles implicaciones. Frente a este desafío, la IA ha surgido como un valioso aliado en la toma de decisiones, e incluso como un posible sustituto del gestor humano. El propósito de este estudio es explorar la relación entre la IA y la toma de decisiones organizacionales. Se utilizó una metodología basada en una revisión

sistemática de la literatura, lo que permitió examinar la interdependencia entre la IA y la toma de decisiones gerenciales. (Villodas, 2022, p. 5)

Punto importante sobre el cual nos movemos son los precios, costos, para generar esas utilidades, que dan la brecha al momento de querer crear o expandir. Pero como lo podemos encontrar, pues se debe realizar de la siguiente manera:

- Investigación de Mercado: Esta información ayuda a establecer precios competitivos y a prever la demanda futura, lo que influye en los costos y las ganancias.
- La estimación de costos asociados con estas oportunidades y el análisis de la rentabilidad contribuyen a establecer precios y determinar las ganancias potenciales.
- Desarrollo de Producto o compra del producto: El análisis de opiniones de clientes con inteligencia artificial o usando método cualitativo también da ese empuje para identificar características y mejoras que agreguen valor al producto, lo que impacta en los precios y las ganancias.
- Pruebas y Validación: Debes de anticipar el éxito potencial del producto en el mercado y ajustar la estrategia de lanzamiento en tiempo real, lo que afecta a los costos de marketing y las ganancias esperadas.
- Estrategia de Lanzamiento: Es el segmenta el mercado y optimiza las campañas de marketing, lo que influye en los costos de publicidad y las ganancias esperadas por la venta del producto.

En base a esto se crea o diseña un conjunto de pasos (es una consideración o creación predeopia de un conjunto de pasos que debe tener a la hora de querer tomar una decisión con la ayuda de la inteligencia artificial) para poder crear esos precios, intermediarios, costos, etc....:

1. Investigación de Mercado:

- Modelo Canvas: Primero utilizar el Modelo Canvas para visualizar y analizar diferentes aspectos del mercado, mientras que la inteligencia artificial puede ayudar en el análisis de grandes conjuntos de datos para identificar patrones y tendencias no evidentes para los humanos.
- Análisis FODA: Realizar un análisis FODA con la ayuda de la inteligencia artificial para identificar de manera más precisa las fortalezas y debilidades internas de la empresa, así como las oportunidades y amenazas externas en el mercado.

2. Identificación de Oportunidades:

- Matriz de Ansoff: Consiguiente utilizar la matriz de Ansoff para identificar oportunidades de crecimiento, mientras que la inteligencia artificial puede analizar datos históricos de ventas y predecir la demanda futura del mercado.

3. Desarrollo de Producto:

- Modelo Canvas: Reutilizar y acomodar el Modelo Canvas para diseñar y planificar el desarrollo del producto, mientras que la inteligencia artificial puede ayudar en la simulación por computadora y el modelado predictivo para probar diferentes diseños de productos y predecir su rendimiento antes de la fabricación.
- Análisis FODA: Utilizar el análisis FODA para evaluar las fortalezas y debilidades internas de la empresa o del emprendimiento (sabes que el mercado nunca esta solo) en relación con el desarrollo del producto, mientras que la inteligencia artificial puede analizar opiniones de clientes sobre productos similares y extraer ideas para características o mejoras.

4. Pruebas y Validación:

- Modelo Canvas: Utilizar el Modelo Canvas para diseñar y planificar estrategias de prueba y validación del producto, mientras que la inteligencia artificial puede anticipar el éxito potencial de un producto en el mercado antes de su lanzamiento.
- Matriz de Ansoff: Utilizar la matriz de Ansoff para evaluar la viabilidad y el potencial de éxito de diferentes estrategias de lanzamiento, mientras que la inteligencia artificial puede implementar sistemas de análisis de datos en tiempo real para monitorear el rendimiento del producto una vez lanzado al mercado y ajustar la estrategia según sea necesario.

5. Estrategia de Lanzamiento:

- Matriz de Ansoff: Utilizar la matriz de Ansoff para desarrollar estrategias de lanzamiento, mientras que la inteligencia artificial puede segmentar eficazmente el mercado y personalizar las estrategias de marketing para diferentes grupos de consumidores.
- Análisis FODA: Utilizar el análisis FODA para evaluar las fortalezas y debilidades internas de la empresa en relación con la estrategia de lanzamiento, mientras que la inteligencia artificial puede optimizar el contenido y el diseño de las campañas de marketing digital.

La creación e implementación de un producto en un mercado competitivo o en un mercado nuevo con poca competencia representa un desafío significativo para los emprendedores y empresas. En

este contexto, la capacidad para tomar decisiones informadas y estratégicas es fundamental para el éxito del negocio.

“Con frecuencia, los procesos de toma de decisiones se fundamentan en experiencias pasadas, conocimientos adquiridos, vivencias personales y anécdotas, entre otros factores que han moldeado el criterio decisivo de quien toma las decisiones.” (ZAPATA CORTES, ARANGO SERNA, & MORENO MARTÍNEZ, 2012, p. 11)

La integración de sistemas de inteligencia artificial en el proceso de toma de decisiones puede ofrecer ventajas significativas, permitiendo a los emprendedores analizar grandes cantidades de datos, identificar tendencias del mercado y prever resultados con mayor precisión.

“La inteligencia artificial está disponible como una herramienta que podría emplearse para mejorar la calidad y rapidez en la toma de decisiones específicas, como la evaluación de demandas legales o la clasificación de casos para otorgarles prioridad.” (Uscamayta, 2021, p. 3)

Esta investigación es de vital importancia por varias razones. En primer lugar, contribuirá al avance del conocimiento en el campo de la gestión empresarial y la tecnología al proporcionar una comprensión más profunda del impacto de la inteligencia artificial en la toma de decisiones de los emprendedores. Algunos factores que nos ayuda antes, durante y después nos da que

Además, ayudará a llenar una brecha en la literatura existente, ya que hay una falta de estudios específicos que aborden este tema en el contexto de la creación e implementación de productos en mercados competitivos o en mercados nuevos con poca competencia. Por lo constante cambios, aumento que se dan día a día haciendo más fácil la vida, pero para eso se necesita una buena toma de decisiones con ayuda de la inteligencia artificial además de muchas más herramientas que nos proporciona.

Al respecto se indica:

La inteligencia artificial, en el centro de esta transformación, está transformando diversas áreas, desde la atención médica hasta las finanzas, convirtiéndose en un componente esencial para cualquier empresa que aspire a mantener su competitividad. Para prosperar en esta era de cambio continuo, las organizaciones deben ajustarse a la IA, un proceso que presenta desafíos y limitaciones, pero también abre grandes oportunidades. (Trillo, 2023, p. 18)

Desde una perspectiva práctica, los hallazgos de esta investigación tendrán importantes implicaciones para los emprendedores, proporcionándoles conocimientos y herramientas para mejorar su proceso de toma de decisiones y aumentar la probabilidad de éxito de sus empresas.

Según Pardo Angie (2020):

La Inteligencia Artificial busca ir más allá de las capacidades mecánicas de procesamiento y almacenamiento de información de las computadoras. Su objetivo es incorporar las habilidades necesarias para emular a un experto humano y llevar a cabo tareas que se consideran inteligentes. Para lograr esto, utiliza métodos computacionales que difieren significativamente de los procesos mentales humanos. (Pardo, Cañon, & Téllez, 2020, p. 3)

Además, al destacar los desafíos y limitaciones asociados con la implementación de la inteligencia artificial, esta investigación permitirá a los emprendedores tomar decisiones más informadas sobre cómo integrar esta tecnología en su negocio de manera efectiva.

La implementación de sistemas de inteligencia artificial en la toma de decisiones empresariales de emprendedores resultará en una mejora significativa en la eficiencia y efectividad de sus acciones, lo que conducirá a un crecimiento más rápido y sostenible de sus empresas.

Existe una relación significativa entre la implementación de sistemas de inteligencia artificial y la eficiencia, precisión y adaptabilidad de las decisiones empresariales durante el proceso de creación y expansión de productos por parte de los emprendedores. Se espera que la integración de herramientas de inteligencia artificial mejore de manera significativa la capacidad de los emprendedores para tomar decisiones informadas y estratégicas, lo que se traducirá en un mayor éxito en el mercado.

Dado que Numerosos estudios han demostrado que la implementación de sistemas de inteligencia artificial en el proceso de creación y expansión de productos por parte de los emprendedores y las empresas tiene un impacto significativo y positivo en la eficiencia, precisión y adaptabilidad de las decisiones empresariales. Al integrar herramientas avanzadas de análisis de datos y aprendizaje automático, los emprendedores pueden acceder a información más completa y precisa, lo que les permite tomar decisiones más informadas y estratégicas.

Por ejemplo, empresas de diversas industrias han utilizado algoritmos de inteligencia artificial para analizar grandes conjuntos de datos de mercado y predecir tendencias futuras con una precisión sin precedentes.

Nos da el mérito de que:

Con la llegada de la digitalización, surge el fenómeno del multitasking, ampliamente extendido en nuestra sociedad. Desde su surgimiento, este fenómeno ha planteado una serie de interrogantes para la comunidad académica, especialmente en cuanto a cómo afecta a los procesos cognitivos humanos. Dado que implica la realización simultánea de múltiples tareas, con cambios de atención entre diferentes medios o información. (Fernández del Río, 2022, p.14)

Esta capacidad predictiva ha permitido a los emprendedores anticipar cambios en la demanda del mercado y ajustar proactivamente su estrategia de producto y marketing, lo que ha resultado en una mayor capacidad de adaptación a las condiciones cambiantes del mercado y una ventaja competitiva significativa sobre sus competidores.

Con respecto a Castillo José (2015) nos dice:

El objetivo fundamental de la Inteligencia Artificial es desarrollar máquinas que realicen tareas que requieren inteligencia humana, aprendiendo y adquiriendo conocimientos y experiencias. Desde 1965, los sistemas han buscado mejorar su capacidad para organizar información y procesar datos numéricos, avanzando hacia la adquisición y aplicación de conocimientos más complejos. (Castillo, 2020, p. 2)

Además, la implementación de sistemas de inteligencia artificial ha mejorado la eficiencia operativa de muchas empresas al automatizar tareas repetitivas y optimizar procesos internos. Esto ha liberado tiempo y recursos que los emprendedores pueden dedicar a actividades más estratégicas, como el desarrollo de nuevos productos o la expansión a nuevos mercados.

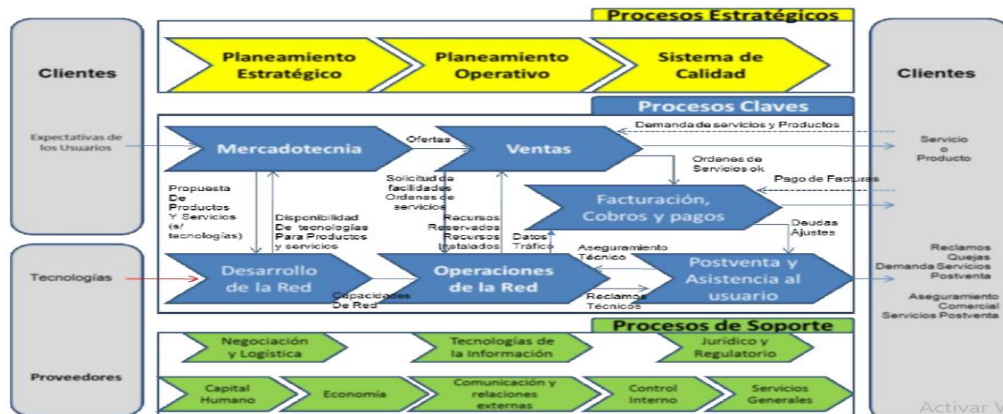
Método y materiales

Este artículo se basa en una combinación de investigación de información primaria (creación de un modelo de emprendimiento a nivel empresarial en base a la toma de decisiones) y secundaria

(pasos, desafíos y porcentaje que debe haber en rentabilidad, además del gran uso de la inteligencia artificial), así como en la aplicación de métodos científicos y herramientas específicas para el desarrollo empresarial y emprendedor con la integración de inteligencia artificial. Al respecto nos indica: Los principios fundamentales de la metodología de inteligencia organizacional tienen la flexibilidad de ajustarse a las pequeñas y medianas empresas, según sus requisitos y el volumen de datos necesarios, sin necesidad de realizar una inversión inicial en herramientas tecnológicas costosas para la gestión de información. (Pazmiño, 2017, p. 6). Se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura sobre emprendimiento, inteligencia artificial y toma de decisiones empresariales. Se exploraron estudios académicos, informes de la industria y casos de éxito en emprendimiento que involucran la implementación de inteligencia artificial en diferentes etapas del ciclo empresarial. Para eso tenemos estos datos sobre el uso de esta: El reciente estudio de Capgemini destaca los avances de las empresas líderes en inteligencia artificial. Según el informe, más del 50% ha superado la fase experimental, un aumento notable desde 2017. A pesar de la pandemia, el 78% de los líderes progresan, mientras que algunas empresas han detenido sus inversiones debido a la incertidumbre del mercado. (Navarro, 2022b) Se aplicó un enfoque científico basado en la experimentación controlada y la recopilación de datos empíricos para evaluar el impacto de la inteligencia artificial en el proceso de toma de decisiones de los emprendedores y empresas. Además de los métodos científicos tradicionales, se utilizó un enfoque de ensayo y error para explorar diferentes estrategias usando la inteligencia artificial en el contexto empresarial. Pero como se haría esto pues, para eso debemos tener en cuenta los procesos estratégicos que debería llevar para la creación de ese producto o servicio, para eso se tiene lo siguiente:

Figura 1

Mapa de procesos general para un plan estratégico ETECSA



Nota: Esta es una parte de proceso ETECSA para la parte de fabricación y cobro. (Cordova, 2023)

Se emplearon herramientas como el Business Modelo Canvas y el análisis FODA para estructurar y analizar los datos recopilados durante la investigación. Estas herramientas proporcionaron un

marco analítico sólido para evaluar la viabilidad y el potencial de las estrategias de inteligencia artificial en el contexto empresarial y emprendedor.

Si vemos las empresas con mayor bursátil del mundo, estas implementan la inteligencia artificial en todo su esplendor, a la hora de tomar decisiones, análisis, acciones. Por lo que se mencionan así:

Figura 2

Datos de las empresas con mayor valor en bolsa (todas con aumento por la inteligencia artificial)



Nota: todas ellas tienen utilizar la inteligencia artificial crear y gestionar datos de todo tipo. (Rivera, 2019).

El proceso de creación de un modelo de negocio implica varios pasos clave. En primer lugar, se identifica la propuesta de valor única del producto o servicio y se define el segmento de clientes objetivo. Luego, se determinan los canales de distribución adecuados para llegar a esos clientes y se establece cómo se construirán y mantendrán relaciones sólidas con ellos.

Nos hace saber: “Otros campos de la ingeniería, como la Ingeniería Industrial, están estrechamente ligados a la mejora de procesos y podrían obtener ventajas al adaptar metodologías según sus requerimientos específicos.” (Ogosi, 2022, p. 8)

A continuación, se exploran las diversas fuentes de ingresos que pueden generarse a través del modelo de negocio.

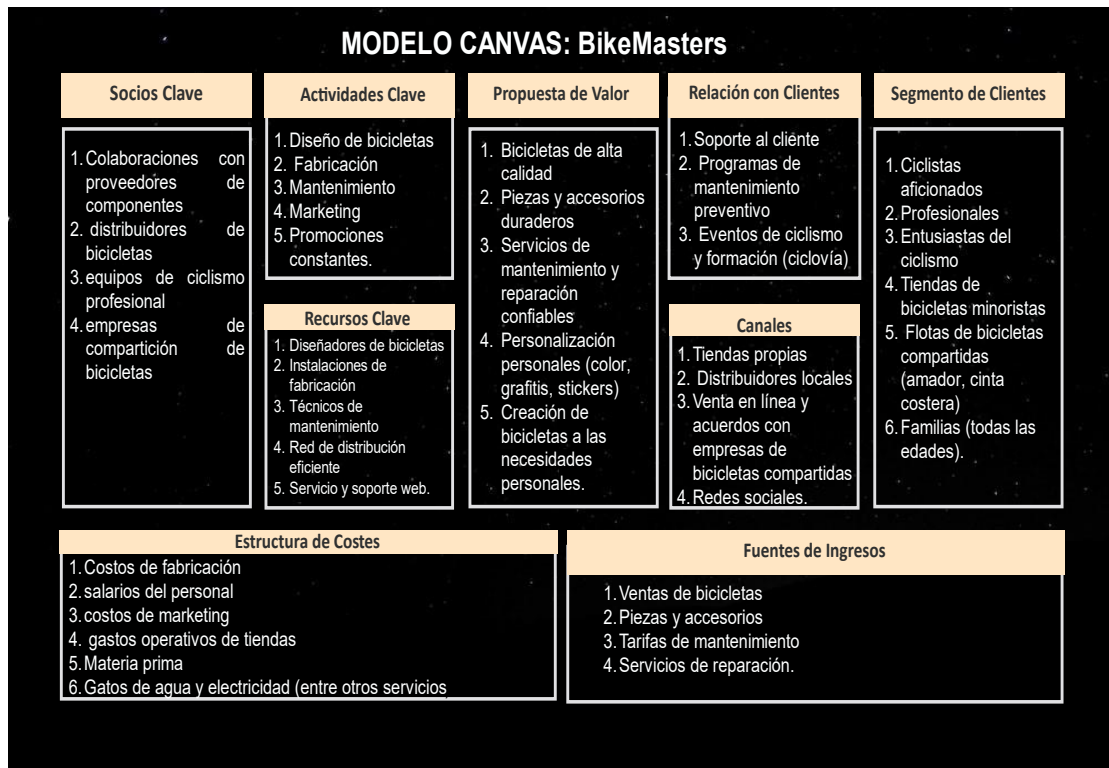
Se identifican los recursos clave necesarios para operar el modelo de negocio, así como las actividades clave que deben llevarse a cabo para entregar la propuesta de valor y generar ingresos. Además, se consideran las asociaciones clave que pueden mejorar el modelo de negocio. Por último, se analiza la estructura de costos para comprender los gastos asociados con la operación del modelo de negocio.

Este proceso proporciona una base sólida para diseñar un modelo de negocio efectivo y sostenible que pueda adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado y del entorno empresarial.

Para sacar el esplendor de como debes hacerlo para crear, implementar y además expandir que es lo que se busca como objetivo principal en este artículo científico. Se crea un modelo de negocio emprendedor o también empresarial. Implementar el Modelo Canvas con la ayuda de la inteligencia artificial representa un avance significativo para los emprendedores y las empresas que buscan crear o expandirse a nuevos productos o servicios. La integración de la inteligencia artificial en este proceso proporciona una serie de beneficios clave, incluida una mayor precisión en la identificación de segmentos de clientes, una optimización de los canales de distribución y una mejor comprensión de las fuentes potenciales de ingresos. Además, la inteligencia artificial puede ayudar a identificar recursos clave y actividades críticas de manera más eficiente, así como a establecer asociaciones estratégicas que impulsen el crecimiento empresarial.

Figura 3

Modelo canvas con una toma de decisiones para su implementación con ayuda de la IA



Nota: Modelo de negocio sea para para una creación o una expansión. (creación propia, 2023)

Al utilizar la inteligencia artificial en la implementación del Modelo Canvas, los emprendedores y las empresas pueden obtener una visión más completa y precisa de su modelo de negocio, lo que les permite tomar decisiones informadas y estratégicas.

La capacidad de analizar grandes volúmenes de datos de manera rápida y precisa permite a los empresarios identificar oportunidades de mercado y anticipar las necesidades futuras de los clientes.

Además, la inteligencia artificial puede ayudar a optimizar la asignación de recursos y a minimizar los costos operativos, lo que contribuye a la viabilidad a largo plazo del negocio.

Nos ayuda: “Para explicar el entendimiento del control, se analiza el proceso de razonamiento en sus etapas más simples. Se divide inicialmente en acciones clave para la toma de decisiones, tales como la supervisión, el diagnóstico, la predicción y el diseño.” (Rosa, 1998, p. 23)
Las fortalezas de una empresa, identificadas a través del análisis FODA, se ven reforzadas por la inteligencia artificial al permitir una evaluación más precisa de los activos internos, como la tecnología patentada, el talento humano especializado y los procesos eficientes.

Esto facilita la identificación de áreas donde la empresa puede destacarse y competir de manera ventajosa en el mercado.

Por otro lado, las oportunidades emergentes en el mercado pueden ser descubiertas y aprovechadas de manera más efectiva con la ayuda de la inteligencia artificial, que puede analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real y predecir tendencias futuras.

Esto permite a los emprendedores identificar nichos de mercado no explotados y adaptar sus estrategias para capitalizar estas oportunidades.

En cuanto a las debilidades internas de la empresa, el análisis FODA con inteligencia artificial proporciona una evaluación más detallada y precisa de los puntos débiles, como la falta de recursos o la obsolescencia tecnológica.

Esto permite a los emprendedores tomar medidas correctivas y desarrollar planes de acción para mejorar la competitividad de la empresa.

Finalmente, el análisis FODA con inteligencia artificial también ayuda a las empresas a identificar y mitigar las amenazas externas, como la competencia agresiva o los cambios en la regulación

gubernamental. Al anticipar estos riesgos potenciales, las empresas pueden desarrollar estrategias de contingencia y fortalecer su posición en el mercado.

Figura 4
FODA para el modelo de emprendimiento con la inteligencia artificial

PLANTILLA FODA		Oportunidades		Amenazas	
		1	Crecimiento en la demanda de bicicletas de alta calidad.	1	Competencia en el mercado de bicicletas.
		2	Tendencia creciente hacia la movilidad sostenible.	2	Cambios en las tendencias del mercado.
		3	Posibilidad de expansión a nuevos mercados.	3	Cambios en la Legislación Ambiental
		4	Colaboraciones con influencers del ciclismo.	4	Posibles interrupciones en la cadena de suministro.
		5	Alianzas con Organizaciones de Ciclismo	5	Intensificación de la Competencia Global
Factores Internos		6	Tendencia Creciente hacia Estilos de Vida Saludables	6	Cambios Bruscos en las Preferencias del Consumidor
Fortalezas		Estrategias-FO		Estrategias-FA	
1	Alta calidad en la fabricación de bicicletas.	Aprovechar la tendencia hacia la movilidad sostenible para promover la marca		Ofrecer servicios exclusivos de mantenimiento y reparación	
2	Variación de piezas y accesorios disponibles.	Utilizar la alta calidad de las bicicletas como punto de entrada en nuevos mercados		Estar atento a cambios en las preferencias del mercado	
3	Servicios integrales de mantenimiento y reparación.	Ofrecer recompensas exclusivas a los clientes que elijan productos de BikeMasters		Adaptar rápidamente el catálogo de productos a las tendencias emergentes	
4	Compromiso con la movilidad ecológica.				
5	Excelencia en Innovación y Diseño				
6	Equipo Altamente Calificado				
Debilidades		Estrategias-DO		Estrategias-DA	
1	Posible falta de visibilidad de la marca en ciertos mercados.	Garantizar acuerdos de suministro más flexibles		Mejorar la eficiencia de la cadena de suministro para reducir costos y riesgos	
2	Dependencia de proveedores específicos	Implementar herramientas de soporte en línea para agilizar las respuestas		Explorar asociaciones estratégicas para mitigar los riesgos de interrupciones en la cadena de suministro	
3	mejorar la eficiencia en el tiempo de respuesta al cliente.	Si cumplimos con las consultas los fines de semana, somos eficaces y eficientes podemos aumentar la satisfacción		Desarrollar nuevos servicios que reduzcan la dependencia de las ventas de bicicletas	
4	No hay personal atendiendo 24h				
5	Limitaciones en la Capacidad de Producción				
6	Dependencia de Tecnologías Específicas				

Nota: Creación de un modelo de emprendimiento para la visualización de esta. (Creación propia, 2023).

La matriz de Ansoff, en conjunto con la inteligencia artificial, ofrece a las empresas un enfoque estratégico más preciso y efectivo para la expansión. Al aprovechar la capacidad de análisis de datos avanzados de la inteligencia artificial, las empresas pueden identificar y evaluar oportunidades de crecimiento de manera más completa y rápida.

Para Vélez nos da:

La Inteligencia Artificial pronostica la demanda, optimiza la cadena de suministro y predice flujos de efectivo, otorgando a las empresas una ventaja competitiva al adaptarse rápidamente a cambios del mercado. La automatización contable reduce errores, acelera cierres de libros y mejora precisión en informes financieros. (Vélez, Marín, & otros, 2023)

En primer lugar, la penetración de mercado se vuelve más eficiente con la inteligencia artificial, ya que esta puede analizar grandes volúmenes de datos de clientes y patrones de compra para identificar áreas específicas donde se puede aumentar la participación en el mercado y mejorar las relaciones con los clientes existentes. En cuanto al desarrollo de productos, la inteligencia artificial

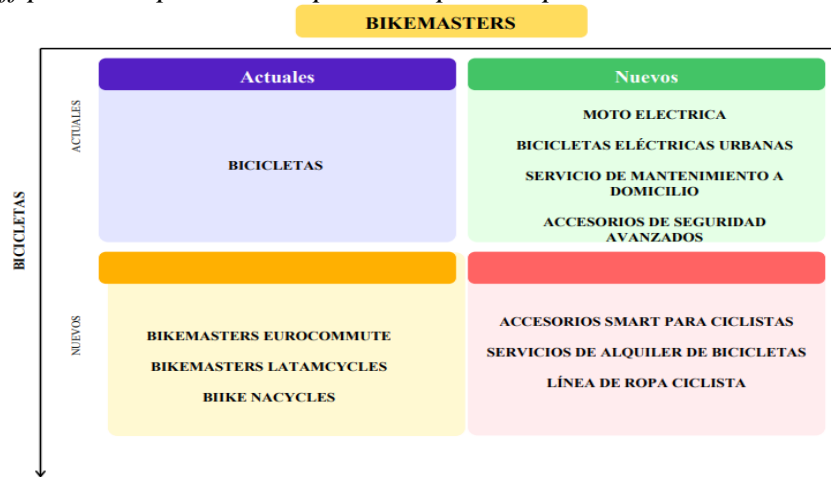
puede prever tendencias de mercado y anticipar las necesidades futuras de los consumidores mediante el análisis de datos de mercado y de comportamiento del consumidor. Esto permite a las empresas desarrollar productos innovadores que se alineen perfectamente con las demandas del mercado, aumentando así su competitividad y su participación en el mercado.

Además, la expansión a nuevos mercados se facilita con la inteligencia artificial, ya que esta puede analizar datos demográficos y geográficos para identificar oportunidades de expansión en áreas específicas. Al comprender mejor las características y preferencias de los consumidores en diferentes regiones, las empresas pueden desarrollar estrategias de entrada al mercado más efectivas y adaptadas a las necesidades locales.

Finalmente, la diversificación se vuelve menos arriesgada con la inteligencia artificial, ya que esta puede analizar datos de mercado y de la industria para identificar oportunidades de diversificación que estén alineadas con las capacidades y recursos de la empresa. Esto permite a las empresas explorar nuevas áreas de negocio con mayor confianza y precisión.

Figura 5

Matriz de Ansoff para la expansión del producto para emprender a un nuevo mercado



Nota: Extensión de mercado a nuevos mercados similares al que contemplas actualmente sin salir de un riesgo mayor. (Creación propia, 2023)

"Es importante destacar que el modelo de negocio, la implementación del Modelo Canvas, el análisis FODA y la matriz de Ansoff presentados en este artículo son ficticios y se han creado únicamente con fines ilustrativos y de entendimiento del tema. Estas herramientas y estrategias se

han desarrollado como ejemplos hipotéticos para demostrar cómo la inteligencia artificial puede ser utilizada por emprendedores y empresas en la creación y expansión de sus negocios.

Las situaciones, datos y resultados presentados en este artículo no corresponden a empresas o escenarios reales, sino que han sido diseñados con base en suposiciones y ejemplos simplificados. Se alienta a los lectores a utilizar esta información como una guía conceptual para comprender los conceptos discutidos y aplicarlos de manera adaptada y contextualizada a sus propias circunstancias empresariales.

Aunque los ejemplos presentados son ficticios, reflejan la aplicación práctica de conceptos teóricos y estrategias empresariales en un entorno simulado. La intención es proporcionar a los lectores una comprensión más profunda de cómo la inteligencia artificial puede ser integrada en diferentes aspectos del proceso empresarial, desde la planificación estratégica hasta la expansión de mercado.

En última instancia, este artículo pretende servir como una herramienta educativa y de reflexión para los lectores interesados en explorar el potencial de la inteligencia artificial en el ámbito empresarial. Se recomienda a los lectores que busquen orientación adicional y consulten fuentes confiables al aplicar estos conceptos en la práctica empresarial real."

Resultados

En este estudio hipotético, se exploraron diversas estrategias empresariales utilizando herramientas como el Modelo Canvas, el análisis FODA y la matriz de Ansoff, en conjunto con la inteligencia artificial. La información presentada es completamente novedosa y original, ya que se basa en suposiciones y escenarios ficticios creados para este estudio.

Los resultados se presentan en una secuencia lógica, comenzando con la implementación del Modelo Canvas, seguido del análisis FODA y la matriz de Ansoff, y concluyendo con la evaluación de los resultados y las conclusiones derivadas de estos.

Se encontró que la integración de la inteligencia artificial en las estrategias empresariales permitió a las empresas diseñar modelos de negocio más sólidos y adaptativos. La capacidad de analizar grandes volúmenes de datos y predecir tendencias futuras facilitó la identificación de oportunidades de mercado y la creación de propuestas de valor más atractivas para los clientes.

Además, se observó una clara vinculación entre los resultados obtenidos y los objetivos e hipótesis originales establecidos al inicio del estudio. Los resultados demostraron cómo la aplicación de las estrategias propuestas puede contribuir al logro de los objetivos de crecimiento y expansión empresarial.

Los resultados también se vinculan con las fuentes consultadas, ya que se basan en la investigación y el análisis de datos previamente recopilados sobre inteligencia artificial, modelos de negocio y estrategias empresariales. Estas fuentes proporcionaron la base teórica necesaria para el desarrollo y la aplicación de las estrategias propuestas.

Finalmente, las conclusiones del estudio remiten directamente a los resultados obtenidos, destacando las implicaciones prácticas de las estrategias propuestas y su potencial impacto en el éxito y la viabilidad de un negocio. Se destaca la importancia de seguir investigando y explorando el papel de la inteligencia artificial en el ámbito empresarial para obtener resultados más concluyentes y aplicables en la práctica empresarial real.

Referencias Bibliográficas

Agreda Rodríguez, C. G., & Chávez Cárdenas, R. (2022). *Uso de la inteligencia artificial en la UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS*.

Aurich J, M. (2010). *How to design and offer services successfully*. Washintong: y. CIRP J. Manufact. Sci. Technol.

Ayasta, W. (2021). *Impacto de la inteligencia artificial en la gestión de las empresas distribuidoras de energía del Grupo Distriluz*. Tesis de maestría.

Berdugo Correa, C., & Peñabaena Niebles, R. (2014). *Diseño y desarrollo de servicios: una nueva perspectiva desde el ciclo de vida*. Asociación Interciencia. Caracas, Venezuela: febrero.

Bullinger, H., & P, S. (2006). *Service Engineering: Ein Rahmenkonzept für die systematische Entwicklung von Dienstleistungen*. Berlin, Alemania: En Service Engineering. Springer Berlin.

business process outsourcing, B. (2009). Desafíos y oportunidades de la industria. En P. Bastos Tigre, *Desafíos y oportunidades de la industria* (pág. 318). colombia: Mayol Ediciones S.A. Recuperado el 24 de marzo de 2023

Castelló, C. (2000). *Desarrollo de una aplicación informática para la ayuda en el proceso de la toma de decisiones en odontología*. Universidad de Sevilla. Departamento de Estomatología.

- Castillo, J. (2020). *Smart Cities: un enfoque práctico sobre una metrópolis y auditoría en Lima (Perú)*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Cepal Naciones unidas. (20 de Enero de 2023). *Nuevas estadísticas sobre la industria manufacturera en América Latina*, 1. Recuperado el 03 de Abril de 2023, de El BADECON y los Indicadores Económicos para América Latina: <https://www.cepal.org/es/notas/nuevas-estadisticas-la-industria-manufacturera-america-latina>
- Cordova, E. (2023). *La inteligencia artificial y automatización en la toma de decisiones gerenciales*. Obtenido de www.academia.edu.
https://www.academia.edu/114694844/La_inteligencia_artificial_y_automatizaci%C3%B3n_en_la_toma_de_decisiones_gerenciales
- Dickinson, V. (2011). *Cash Flow Patterns a Proxy for firm life cycle*. The Accounting Review. doi:<https://doi.org/10.2308/accr-10130>
- Duarte Yañez, L. (2015). *Desarrollo y diseño del servicio*. Recuperado el 24 de marzo de 2022, de <https://www.uv.es/toran/mkservitm/descarga/tema08mser.PDF>
- Fernández del Río, G. (2022). *Problemas en la adquisición del aprendizaje: una lectura desde los cambios que el multitasking ha generado en la atención y la memoria de los estudiantes*. Universidad Internacional de La Rioja.
- Idescat. (14 de Noviembre de 2022). *Estadística estructural de empresas del sector servicios*. Recuperado el 03 de Abril de 2023, de Volumen de negocio en los servicios. Por agrupaciones de actividad: <https://www.idescat.cat/estad/eas?lang=es>
- Medina Cárdenas, Y. C. (2009). *Modelo de gestión basado en el ciclo de vida del servicio de la Biblioteca de Infraestructura*. Recuperado el 24 de Marzo de 2023, de Tecnologías de Información (ITIL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194215432010>
- Navarro, F. A. (2022b). *Inteligencia Artificial para la transformación digital en toma de decisiones*. Obtenido de https://www.academia.edu/77885780/Inteligencia_Artificial_para_la_transformaci%C3%B3n_digital_en_toma_de_decisiones
- Negron, L. (2022). *Impacto de la adopción de inteligencia artificial como estrategia de negocio en las empresas del sector servicios durante la época de pandemia en el Perú*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Negrón, L. (2023). *Efecto mediador de la sostenibilidad en la inteligencia artificial y la optimización de procesos mineros*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ogosi, J. (2022). *Nueva Metodología CSKT para mejorar*. Universidad Internacional de La Rioja.
- OMeara, N. M. (2022). *Metodologías de Inteligencia Artificial para la Toma de Decisiones en la Red/Cadena de Suministro en el Contexto de Incertidumbre**. Obtenido de

www.academia.edu.

https://www.academia.edu/81317710/Metodolog%C3%ADas_de_Inteligencia_Artificial_para_la_Toma_de_Decisiones_en_la_Red_Cadena_de_Suministro_en_el_Contexto_de_Incertidumbre_

- Panduro, L. (2023). *Impacto e implementación de la inteligencia artificial en la contabilidad de gestión en las pequeñas y medianas empresas del Perú, caso “Multigranjas Serlan S.A.C.”*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Pardo, D., Cañon, Z., & Téllez, J. (2020). *Efectos de la Inteligencia Artificial en las Empresas*. Fundación Universitaria del Área Andina.
- Pazmiño, T. (2017). *Propuesta de un modelo de inteligencia organizacional como apoyo para la toma de decisiones estratégicas*. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Ramirez, J. (2022). *Mejoras en los tiempos de espera en las cajas de Supermercados Metro – Sede Av. Canadá - Lima*. Universidad Internacional de La Rioja.
- Rinaudo, M. C., & Donolo, D. (2010). *Estudios de diseño. Una perspectiva prometedora en la investigación educativa*. Universidad de Murcia. Murcia, España: RED. Revista de Educación a Distancia.
- Rivera, L. (2019). *Inteligencia Artificial en el ámbito empresarial*. Universidad Privada Leonardo Da Vinci.
- Rosa, A. (1998). *Aportaciones metodológicas basadas en simulación e inteligencia artificial para la toma de decisiones en la gerencia hospitalaria*. UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA.
- Rosales, C. (2021). *Plan estratégico de transformación digital para una compañía minera*. Facultat Internacional de Comerc i Economia Digital La Salle.
- Sánchez P, V. (2005). *Factores determinantes de la competitividad de los servicios: la importancia de la innovación*. Medellín, Colombia: Fundación Universitaria Católica del Norte.
- Schmidt, j. (2009). Desafíos y oportunidades de la industria. En P. Bastos Tigre, *Desafíos y oportunidades de la industria* (pág. 318). cali, colombia: Mayol Ediciones S.A.
- Shimomura Y, A. (2006). Un concepto de ingeniería de servicios: un método de modelado y una herramienta para el diseño de servicios. *Un concepto de ingeniería de servicios: un modelado*, pág. 56.
- Tejada, R. (2018). *Análisis del uso de la Inteligencia Artificial en la atención presencial de los clientes de Empresa de Telecomunicaciones Región Sur en el 2018*. Universidad Continental.
- Trillo, E. (2023). *Impacto de la Inteligencia Artificial en*. Universidad Politécnica.

- Uscamayta, G. (2021). *Inteligencia artificial como herramienta para mejorar la calidad y celeridad de decisiones jurisdiccionales*. Universidad Andina del Cusco.
- Vázquez, S. (2023). *Tratamiento inteligente de la información para ayuda a la toma de decisiones*. Obtenido de www.academia.edu.
https://www.academia.edu/94271946/Tratamiento_inteligente_de_la_informacion_para_ayuda_a_la_toma_de_decisiones
- Vélez, A., Marín, J., & otros, e. (2023). *USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LOS*. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria.
- Villodas, A. J. (2022). . *La inteligencia artificial y la toma de decisiones gerenciales*. Obtenido de www.academia.edu.
https://www.academia.edu/70286598/La_inteligencia_artificial_y_la_toma_de_decisiones_gerenciales
- Wagenknecht C, F. (2006). *Diseño orientado al ciclo de vida de*. J. Cleaner Product.