

***INTELIGENCIA ARTIFICIAL: UN IMPULSO HACIA LA EFICIENCIA Y EL
CRECIMIENTO SOSTENIBLE***

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

ANGELY SILDANA MONROY PINEDA

ARTÍCULO DE OPINIÓN

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ D.C.

2024-2

Introducción

Vivimos en una era en la que la tecnología avanza a un ritmo acelerado, y una de las fuerzas más disruptivas de este siglo es la inteligencia artificial (IA). Lejos de ser una moda pasajera, la IA se ha consolidado como una herramienta indispensable en los negocios internacionales, transformando industrias clave como el comercio, el marketing, la logística y las inversiones. Algunos críticos sostienen que la implementación masiva de estas tecnologías podría generar desempleo, aumentar la desigualdad o incluso representar una amenaza para las relaciones comerciales internacionales, al hacer que algunas empresas dependan excesivamente de la tecnología. Otros, sin embargo, ven en la IA una oportunidad única para mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y hacer negocios más ágiles y sostenibles.

Como señaló el reconocido autor y futurista *Yuval Noah Harari* en su libro *“Homo Deus: Breve historia del mañana”*: *“La inteligencia artificial cambiará el mundo de maneras que no podemos prever, pero no necesariamente de manera negativa. Aquellos que sepan cómo adaptarse a estos cambios serán los que realmente prosperen en el futuro.”* Esta cita refleja mi postura sobre la inteligencia artificial: lejos de ser una amenaza, la IA es un aliado estratégico que, si se utiliza correctamente, puede abrir nuevas oportunidades, transformar modelos de negocio y hacer que las empresas sean más competitivas a nivel global.

Los objetivos de este artículo son, en primer lugar, analizar cómo la inteligencia artificial está transformando la internacionalización de las empresas, al facilitar la expansión en mercados globales y mejorar la toma de decisiones estratégicas. En segundo lugar, profundizaremos en el impacto de la IA en el marketing donde las herramientas basadas en datos están revolucionando la manera en que las empresas interactúan con los consumidores y en la logística optimizando cadenas de suministro, mejorando la eficiencia operativa. Finalmente, abordaré cómo los negociadores internacionales, como

nosotros, podemos adecuarnos y adaptarnos a estas nuevas tecnologías, aprendiendo a usar la inteligencia artificial como una herramienta poderosa para potenciar nuestras áreas de trabajo y ser más efectivos en la gestión de los negocios internacionales.

Inteligencia Artificial: Un Impulso hacia la Eficiencia y el Crecimiento Sostenible

En un entorno global en constante evolución, las reglas del comercio internacional se están redefiniendo de manera continua. En este contexto, la inteligencia artificial (IA) ha emergido como una herramienta esencial, cuyo potencial para fomentar la innovación y mejorar la competitividad es incuestionable. Sin embargo, surge una interrogante fundamental: ¿estamos realmente preparados para aprovechar esta transformación tecnológica, o seguimos siendo cautelosos ante lo desconocido? Como profesionales con experiencia en los negocios internacionales, nuestra responsabilidad no se limita a adaptarnos a estos cambios; debemos ser, además, los principales impulsores de esta evolución, asegurando que las empresas que representamos no solo se mantengan a flote, sino que logren prosperar en un entorno cada vez más digitalizado y competitivo.

Teniendo en cuenta las siguientes definiciones:

Cook, T. (2017). *La inteligencia artificial es algo muy importante. Es una de las tecnologías más grandes, más impactantes que vamos a tener, y es esencialmente fundamental en muchas de las cosas que hacemos. The Washington Post.*

Nadella, S. (2017). *La inteligencia artificial es la habilidad de las máquinas para interpretar, aprender y realizar tareas que normalmente requerirían de la inteligencia humana. Harvard Business Review.*

Quiero definir la inteligencia artificial como el conjunto de sistemas tecnológicos creados y continuamente actualizados para desarrollar procesos que, en el pasado, solo podían ser realizados por los seres humanos, tales como la toma de decisiones, la creatividad y la resolución de problemas. La finalidad de la inteligencia artificial es poder replicar estos

procesos humanos de manera más efectiva y rápida, mejorando la eficiencia y la calidad de los resultados.

Al hablar de la inteligencia artificial, podemos remontarnos a décadas atrás, ya que esta es el resultado de centenas de años de trabajo, investigación y desarrollo. Desde Alan Turing en 1950 con su célebre "prueba de Turing" —mejor conocida como el test de Turing, que evaluaba la capacidad de una máquina para generar respuestas indistinguibles de las de un ser humano—, hasta lo que conocemos hoy como inteligencia artificial, que se ha integrado de tal manera a nuestras vidas que la llevamos a todas partes a través de nuestros dispositivos electrónicos.

En el ámbito de los negocios internacionales, la inteligencia artificial juega un papel crucial. Desde mi punto de vista, es mucho más beneficioso estar del "lado de la cancha" de la inteligencia artificial, por así decirlo. Hoy en día, más del 50% de las empresas globales incluyendo pymes encontrando diariamente eficiencias operativas sin importar el sector utilizan la IA en el desarrollo de sus funciones, Afortunadamente, el campo de los negocios internacionales tiene muchas áreas de acción, y me gustaría centrarme en dos de ellas: el marketing y la logística. Ambas son áreas que me apasionan, en las cuales tengo experiencia y que he venido desarrollando a lo largo de mi carrera como negociadora internacional, como estudiante, emprendedora y profesional.

Como mencioné anteriormente, el marketing ha sido uno de los mayores regalos que me ha dado mi carrera, admiro y aprendo cada día de cómo la inteligencia artificial ha transformado por completo la manera en que las empresas se conectan con sus consumidores a nivel global.

Existen varios puntos clave donde podemos evidenciar este impacto, y me gustaría resaltar algunos de los más significativos. En primer lugar, la inteligencia artificial facilita el análisis masivo de datos, lo que permite a las empresas comprender mejor las necesidades de sus consumidores. Además, mejora la innovación y la rapidez en los

estudios de mercado, permitiendo realizar predicciones más acertadas y eficientes. Otro aspecto relevante es el seguimiento de tendencias en redes sociales, lo que ayuda a las marcas a mantenerse al tanto de los comportamientos cambiantes de los usuarios. Las plataformas para la creación y edición de contenido, como Adobe, Autodesk Maya y Canva también se han visto transformadas por la inteligencia artificial, ofreciendo nuevas herramientas para diseñar material de marketing más atractivo y efectivo. Además, los algoritmos de recomendación —que son el pilar de las redes sociales y las estrategias de marketing— permiten llegar a los clientes potenciales de manera más precisa, optimizando así las campañas publicitarias. La IA también ha cambiado radicalmente el panorama de la publicidad digital, las páginas web y las landing pages, permitiendo una personalización que antes era impensable.

Cabe mencionar que, en un contexto marcado por la pandemia, las empresas han acumulado una "deuda digital" significativa, derivada de la rápida necesidad de adaptarse a un mundo virtual. De un día para otro, la única forma de mantener la comunicación con los consumidores fue a través de canales digitales. Esto llevó a una inversión masiva en herramientas digitales, que incluyen desde la publicidad hasta la automatización de procesos. En este sentido, la inteligencia artificial no solo ha permitido optimizar las operaciones, sino que ha sido crucial para reducir tiempos y costos. Por ejemplo, en áreas como la programación, el uso de IA para la traducción de códigos y la implementación de soluciones personalizadas en diferentes industrias, como la banca o los programas de edición, ha permitido un ahorro significativo de tiempo, alcanzando hasta un 40% en eficiencia.

La inteligencia artificial ha logrado abarcar prácticamente todos los aspectos del marketing, desde los anuncios hasta las tecnologías de atención al cliente, como los bots de chat, y las encuestas de CRM para la fidelización de clientes. Gracias a ella, podemos entender mejor los comportamientos de los consumidores y saber qué ofrecerles en el

momento adecuado. Este proceso de personalización es realmente fascinante, pues permite a las empresas crear estrategias mucho más efectivas y centradas en el cliente.

Al escuchar todo lo anterior, podríamos pensar que la inteligencia artificial es algo fuera de nuestro alcance. Sin embargo, aunque es una tecnología poderosa, su alcance depende exclusivamente de nosotros como profesionales o empresarios. A lo largo de mi carrera, uno de mis enfoques ha sido siempre buscar la manera de crear empresa y proyectos innovadores. He tenido la suerte de ser parte de iniciativas increíbles en las que me he visto obligada a rodearme del mundo empresarial real, y en cada uno de esos proyectos, la búsqueda de herramientas tecnológicas ha sido esencial para llevar mis emprendimientos a otro nivel. En particular, he utilizado la inteligencia artificial para fidelizar a mis clientes, buscar mercados potenciales y analizar tendencias de consumo, lo que me ha permitido emprender de manera más efectiva y acertada. Aunque aprender siempre presenta desafíos, nunca es algo imposible, y la IA nos brinda millones de herramientas para hacerlo. Un ejemplo claro de esto es el uso de aplicaciones como Canva, que hoy en día es una plataforma ampliamente conocida, y que tiene como base el uso de inteligencia artificial para crear contenido visual atractivo.

Como bien señala Andrew Ng, cofundador de Google Brain y Coursera:

"La inteligencia artificial está reescribiendo las reglas del marketing, permitiendo a las marcas predecir y responder a las necesidades de los consumidores de una manera más eficiente y personalizada que nunca antes."

— Andrew Ng, Cofundador de Google Brain.

Al igual que en el marketing, la logística es una de las áreas en las que la inteligencia artificial está marcando una gran diferencia. En mi experiencia profesional, he observado cómo la automatización de procesos logísticos, como la gestión de inventarios y la optimización de rutas de transporte, se ha convertido en una ventaja competitiva clave para las empresas que buscan expandirse

internacionalmente. La inteligencia artificial ha permitido a las organizaciones gestionar sus operaciones logísticas de manera más eficiente, reduciendo costos y mejorando la experiencia del cliente.

Con esto quiero destacar cómo la inteligencia artificial nos ofrece un crecimiento sostenible, ya que permite a las empresas expandirse sin comprometer sus recursos, el medio ambiente ni la eficiencia operativa, especialmente en el caso de las compañías y brokers logísticos.

La integración de la inteligencia artificial en la logística ha transformado la forma en que las empresas gestionan sus operaciones, optimizando la toma de decisiones y mejorando la eficiencia de la cadena de suministro. Gracias a la IA, procesos clave como la gestión de inventarios, el ahorro de costos, el análisis de la demanda y la planificación de rutas de transporte se han vuelto mucho más efectivos. Los algoritmos avanzados permiten identificar rutas óptimas, detectar congestiones y reducir tiempos de entrega, lo que impacta directamente en la satisfacción del cliente, uno de los mayores valores para cualquier empresa. Además, la inteligencia artificial juega un papel crucial en el servicio postventa, asegurando la continuidad de la cadena de suministro y creando una experiencia más fluida y duradera para los consumidores, independientemente del tamaño de la empresa.

Un ejemplo clave que evidencia la aplicación exitosa de inteligencia artificial en la logística es DHL, el gigante amarillo y uno de los líderes mundiales en soluciones logísticas. En su operación de entrega de última milla, DHL ha implementado tecnologías avanzadas, como algoritmos predictivos que analizan patrones de tráfico en tiempo real, condiciones meteorológicas y comportamientos históricos de los consumidores. Esto permite que los vehículos de entrega ajusten sus rutas dinámicamente, reduciendo tiempos de espera y minimizando el consumo de

combustible. Sin embargo, la compañía no se ha limitado solo a optimizar las rutas; ha dado un paso más al integrar robots autónomos y vehículos 100% eléctricos en sus centros de distribución, además de implementar la tecnología de Computer Vision, que permite a las máquinas "ver" su entorno y realizar funciones de supervisión. Esta innovación no solo ha mejorado la eficiencia operativa, sino que también ha contribuido significativamente a la reducción de la huella de carbono, alineándose con los objetivos de sostenibilidad y eficiencia, generando un ahorro considerable de tiempo y dinero para la empresa.

DHL demuestra cómo la inteligencia artificial no solo es una herramienta clave para aumentar la competitividad, sino que también se ha convertido en un pilar fundamental para lograr un crecimiento sostenible en la industria logística.

Increíblemente, todo ha sido modificado, mejorado y optimizado. Las empresas que han implementado la IA, aunque sea en un pequeño porcentaje, estarán muy por encima de aquellas que no lo hacen.

ChatGPT es solo la punta del iceberg; actualmente existen más de 100 herramientas de inteligencia artificial (IA) utilizadas tanto por pequeñas y medianas empresas (pymes) como por grandes corporaciones, abarcando una amplia variedad de sectores, desde la agricultura hasta el cine y las artes. Sin embargo, el desafío radica en la falta de investigación y conocimiento en torno a estas herramientas, lo que lleva a muchas organizaciones a seguir utilizando solo las opciones más conocidas. Es fundamental aprender y explorar para identificar qué herramientas de IA se adaptan mejor a las necesidades específicas de cada empresa.

El primer paso en este proceso es definir claramente qué aspectos de nuestro negocio deseamos mejorar y por qué. Un aspecto clave, especialmente en el ámbito de los negocios internacionales, es el retorno de inversión (ROI). La inteligencia artificial puede desempeñar un papel crucial en la mejora de la eficiencia y la

reducción de errores, lo que a su vez ayuda a minimizar las pérdidas y a maximizar el ROI. En el contexto actual, donde el tiempo es igual a dinero, el uso adecuado de la IA se convierte en una herramienta estratégica esencial para optimizar recursos y lograr resultados más efectivos.

Ahora bien, ya tenemos una idea clara de cómo la inteligencia artificial está transformando diversas áreas de los negocios internacionales. Pero, ¿cómo podemos, como negociadores internacionales, adaptarnos, aprovechar y dominar estas tecnologías de manera efectiva?

La clave está en nuestra capacidad de evolucionar y aprender, al igual que invertimos en adquirir nuevos conocimientos y habilidades profesionales, también debemos hacerlo en la comprensión y el manejo de las inteligencias artificiales. Esta inversión en nuestra formación será lo que nos permita ser competitivos en un entorno globalizado, donde la IA ya es un factor determinante en los negocios internacionales.

El conocimiento teórico de la IA es solo el primer paso. La implementación efectiva es lo que realmente nos permitirá convertirnos en expertos en el tema. Al momento de elegir en qué inteligencia artificial enfocarnos, debemos considerar varios factores clave: el propósito de la herramienta, su grado de dificultad, el tiempo necesario para su implementación, si requiere otros programas adicionales o si depende de otras IA para funcionar. Sin embargo, lo más importante, como mencioné antes, es asegurarnos de que esta tecnología sea capaz de maximizar el retorno sobre la inversión (ROI) en el área específica en la que planeamos utilizarla.

Una vez que hayamos dominado e implementado estas tecnologías, el siguiente paso será realizar un seguimiento del impacto que tienen en nuestros procesos y en la organización en general. Esto nos permitirá ajustar nuestras estrategias y garantizar que estemos obteniendo los mejores resultados posibles. Además, nunca

debemos dejar de aprender. La globalización, un factor clave en los negocios internacionales, no se detiene, y con ella, la IA avanza a un ritmo acelerado. Por eso, debemos movernos con la misma rapidez. Implementar, probar, aprender y adaptarnos continuamente a las nuevas tecnologías es lo que nos permitirá mantenernos competitivos en un mundo empresarial que está en constante cambio.

Conclusiones

En un mundo cada vez más interconectado y digitalizado, la inteligencia artificial se presenta no solo como una herramienta innovadora, sino como esencial en la transformación de los negocios internacionales.

Este artículo tiene como objetivo mostrar una perspectiva positiva ante la inteligencia artificial y abrir un espacio para que pueda reflexionar sobre su implementación en todos los aspectos que involucran mi desarrollo laboral, empresarial y estudiantil. Al invertir tiempo, recursos y esfuerzo en comprender, estudiar y dominar estas IAs, puedo mejorar mi toma de decisiones, optimizar los procesos y generar un impacto positivo en mis prácticas laborales. La implementación efectiva de las nuevas tecnologías será la clave para redescubrir mis pasiones y permitirme evolucionar, tanto personalmente como para las organizaciones de las que soy parte, manteniéndome a la vanguardia en un entorno globalizado donde la innovación nunca se detiene.

Para nosotros, los negociadores internacionales, el reto no es solo entender cómo funciona la inteligencia artificial, sino también saber cómo integrar eficazmente nuestras prácticas diarias, a inteligencia artificial es más que una tendencia; es una herramienta muy poderosa que, si sabemos utilizarla y evaluarla correctamente, puede impulsar el crecimiento y la competitividad de los negocios internacionales.

Referencias

Yuan, H., Lü, K., & Fang, W. (2025). Machines vs. humans: The evolving role of artificial intelligence in livestreaming e-commerce. *Journal of Business Research*, 188, 115077.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.10.045>

Przegalińska, A., Triantoro, T., Kovbasiuk, A., Ciechanowski, L., Freeman, R. B., & Sowa, K. (2025). Collaborative AI in the workplace: Enhancing organizational performance through resource-based and task-technology fit perspectives. *International Journal of Information Management*, 81, 102853. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102853>

González, M. (2023). Impacto de la inteligencia artificial en la internacionalización de los negocios. *SEDICI - Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de La Plata*.

<https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/143298>

Aden Business School. (2023, marzo 6). La nueva era de la logística: Inteligencia artificial en la cadena de suministro. *Aden Business Magazine*.

<https://www.aden.org/business-magazine/la-nueva-era-de-la-logistica-inteligencia-artificial-en-la-cadena-de-suministro/>

DHL. (2023). Inteligencia artificial en la logística y entrega de última milla. *DHL*.

<https://www.dhl.com/discover/es-es/asesoramiento-logistico/informacion-logistica/ia-en-la-logistica-y-entrega-de-ultima-milla>

AI Insights. (2024, marzo 12). La inteligencia artificial en los negocios internacionales

[Video]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=vSrLiyz2i8>