

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y SU CONTRIBUCIÓN A LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ITS CONTRIBUTION TO INNOVATION IN COMPANIES

Jonás Sneider Calle García¹, Ailen Stefania Sotaminga Andi², Gleise Nicole Garay Arias³,

Richard Roberto Villavicencio Tuares⁴

RESUMEN

Este estudio se centra en la contribución de la inteligencia artificial (IA) a la innovación en las empresas, es por ello que el objetivo principal es determinar cómo la IA impulsa la innovación y determinar los desafíos asociados con su implementación. Para ello se empleó una metodología que combinó la revisión de literatura, análisis de casos de estudio y datos de mercado para comprender el impacto de la IA en diferentes sectores empresariales. Los resultados revelaron que la IA ofrece beneficios significativos, como optimización de procesos, mejora en la toma de decisiones y personalización de experiencias para los clientes. Además, se examinó cómo empresas de diversos sectores están adoptando y beneficiándose de la IA, resaltando porcentajes específicos que respaldan estas tendencias. Por ejemplo, se destacaron datos como el 25% de las empresas que integrarán NLP en sus sistemas de atención al cliente para 2025, o el 80% de las empresas que informan mejoras en la eficiencia operativa después de implementar soluciones de ML en sus operaciones. Sin embargo, se identificaron desafíos, como la falta de talento especializado, preocupaciones sobre privacidad de datos y resistencia cultural.

Palabras clave: Innovación, inteligencia artificial, empresas, riesgos, procesos.

ABSTRACT

This study focuses on the contribution of artificial intelligence (AI) to innovation in companies. Therefore, the main objective is to determine how AI drives innovation and identify the challenges associated with its implementation. A methodology combining literature review, case study analysis, and market data was employed to understand the impact of AI across different business sectors. Results revealed that AI offers significant benefits such as process optimization, improved decision-making, and personalized customer experiences. Furthermore, it examined how companies from various sectors are adopting and benefiting from AI, highlighting specific percentages supporting these trends. For example, data like 25% of companies integrating NLP into their customer service systems by 2025, or 80% reporting operational efficiency improvements after implementing ML solutions in their operations were highlighted. However, challenges were identified, including a lack of specialized talent, data privacy concerns, and cultural resistance.

Keywords: Innovation, artificial intelligence, companies, risks, processes.

1. Universidad Estatal del Sur de Manabí. jonas.calle@unesum.edu.ec. <https://orcid.org/0000-0003-0178-4428>

2. Universidad Estatal del Sur de Manabí. sotaminga-ailen0840@unesum.edu.ec. <https://orcid.org/0009-0008-6283-7603>

3. Universidad Estatal del Sur de Manabí. garay-gleise4788@unesum.edu.ec. <https://orcid.org/0009-0005-8989-8981>

4. Universidad Estatal del Sur de Manabí. villavicencio-richard5870@unesum.edu.ec. <https://orcid.org/0009-0006-3909-7964>



RESUMO

Este estudo investiga o papel da auditoria externa como estratégia empresarial para otimizar recursos. Começando com uma introdução detalhada sobre os fundamentos e princípios da auditoria externa, o objetivo do estudo é abordar seus benefícios, desafios e limitações no contexto empresarial atual. A metodologia empregada combinou abordagens qualitativas e quantitativas, incluindo estudos de caso, para obter uma compreensão completa da implementação e eficácia da auditoria externa. Os resultados mostram que 75% das empresas participantes implementaram programas de auditoria externa, destacando sua importância na melhoria da transparência financeira e na identificação de áreas de melhoria interna. No entanto, o estudo identifica desafios significativos, como altos custos e resistência interna, que afetam a eficácia da auditoria externa. Em conclusão, é recomendado adotar abordagens flexíveis, promover uma cultura de transparência e abordar a resistência interna para maximizar os benefícios da auditoria externa na gestão empresarial contemporânea.

Palavras-chave: Auditoria externa, empresas, otimização de recursos, benefícios.

INTRODUCCIÓN

La Inteligencia Artificial (IA) es un motor que redefine los límites de la innovación empresarial, ya que en un mundo donde la velocidad y la precisión son cruciales, la IA se alza como el catalizador que transformará radicalmente la forma en que las organizaciones realizan sus operaciones y estrategias comerciales (Gordon, 2023).

De esta manera, las organizaciones están recurriendo a la IA para optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones y ofrecer experiencias personalizadas a los clientes, sin embargo, a pesar del potencial de la IA, su implementación efectiva plantea desafíos significativos que requieren una comprensión profunda y un enfoque estratégico.

De acuerdo a Estopiñán (2023), el crecimiento exponencial de los datos en los últimos años ha generado una necesidad urgente de herramientas y tecnologías que puedan extraer información significativa de información y es donde la inteligencia artificial entra en juego, ofreciendo capacidades de análisis avanzadas que pueden identificar patrones, predecir tendencias y generar ideas valiosas a partir de datos complejos y heterogéneos. No obstante, el acceso a datos de calidad y la capacidad para procesarlos de manera

eficiente siguen siendo obstáculos importantes en la aplicación efectiva de la IA en las empresas, según lo menciona Pérez et al. (2023).

En este contexto, el objetivo principal de este estudio es determinar cómo la inteligencia artificial puede impulsar la innovación en las empresas y determinar los desafíos asociados con su implementación. Al comprender los beneficios y las limitaciones de la IA, las organizaciones pueden desarrollar estrategias adaptativas que aprovechen al máximo su potencial mientras mitigan los riesgos inherentes. Además, al examinar casos de estudio y mejores prácticas, este estudio busca proporcionar recomendaciones prácticas para las empresas que buscan integrar la IA en sus operaciones y estrategias comerciales.

Cabe señalar que, la innovación empresarial es un proceso multifacético que abarca la generación de nuevas ideas, la implementación de soluciones creativas y la creación de valor para los clientes y las partes interesadas (Coronado, Arias, & Perdomo, 2023). En este sentido, la inteligencia artificial puede actuar como un catalizador poderoso al automatizar tareas repetitivas, mejorar la eficiencia operativa y liberar recursos humanos para actividades más estratégicas y creativas. Desde el punto de vista de García (2023), al utilizar algoritmos de aprendizaje

automático y análisis predictivo, las empresas pueden descubrir insights ocultos en sus datos y tomar decisiones informadas que impulsen la innovación y el crecimiento.

La implementación exitosa de la inteligencia artificial no es una tarea trivial, dado que requiere una combinación de expertise técnico, liderazgo visionario y una cultura organizacional receptiva al cambio. La falta de talento especializado en IA, la preocupación por la privacidad de los datos y la resistencia cultural son solo algunos de los desafíos que las empresas deben abordar en su viaje hacia la adopción de la IA, según señala (Macías, 2024). Por otro lado, la capacidad única de la IA para analizar datos a una velocidad sin precedentes y derivar patrones significativos no solo acelera la toma de decisiones, sino que también proporciona una profunda comprensión de la dinámica del mercado (Asitimbay, 2024). Esta capacidad predictiva se convierte en un activo invaluable, permitiendo a las empresas anticiparse a las tendencias y adaptarse proactivamente a un entorno empresarial en constante cambio.

La personalización, otro pilar clave de la revolución de la IA, redefine fundamentalmente la relación con los clientes. Según (Armas, 2021) al comprender con precisión sus preferencias y comportamientos, las empresas pueden ofrecer experiencias a medida, cultivando la lealtad del cliente en un nivel sin precedentes y abriendo nuevas oportunidades de crecimiento. En el corazón de esta revolución yace la eficiencia operativa.

De este modo, la IA automatiza tareas rutinarias, liberando recursos humanos para enfoques más estratégicos y creativos. Procesos como la gestión de inventarios, el servicio al cliente y la logística se vuelven ágiles y precisos, otorgando una ventaja competitiva significativa en un mundo empresarial cada vez más exigente.

Para abordar estos desafíos de manera efectiva, las empresas deben adoptar un enfoque integral que abarque tanto los aspectos técnicos como los humanos de la inteligencia artificial. Esto

implica invertir en capacitación y desarrollo de habilidades para su personal, establecer políticas y procedimientos claros para el manejo de datos y promover una cultura de experimentación y aprendizaje continuo. Además, la colaboración con socios externos, como instituciones académicas y startups de tecnología, puede proporcionar acceso a conocimientos especializados y recursos adicionales que impulsen la innovación.

Tipos de IA usadas por las empresas

Las empresas de todo el mundo están adoptando una variedad de tipos de inteligencia artificial (IA) para mejorar sus operaciones, impulsar la innovación y ofrecer experiencias excepcionales a los clientes. Estos tipos de IA pueden clasificarse en varias categorías según su funcionalidad y aplicaciones específicas (Daza, Orjuela, Paredes, Salamanca, & San Martín, 2021). A continuación, se describen algunos de los tipos más comunes de IA utilizados por las empresas, junto con ejemplos de sus resultados y el impacto que están teniendo en diferentes sectores:

IA de Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP)
El Procesamiento del Lenguaje Natural (NLP) ha evolucionado rápidamente en la última década, convirtiéndose en un componente esencial de la inteligencia artificial (IA) aplicada en diversos sectores empresariales (Moreira, Cruz, & Gonzalez, 2021). Esta rama de la IA se centra en la comprensión y generación del lenguaje humano de manera natural, permitiendo a las máquinas interpretar y responder a los textos de manera efectiva. Barrera (2023), manifiesta que su versatilidad se refleja en una amplia gama de aplicaciones, desde el análisis de sentimientos hasta la traducción automática. En este contexto, las empresas han adoptado activamente soluciones basadas en NLP para mejorar la interacción con los clientes, optimizar la gestión de datos y mejorar la eficiencia operativa.

Uno de los usos más destacados de la NLP en el ámbito empresarial es la implementación de chatbots para proporcionar atención al cliente automatizada. Grandes empresas como Amazon, Google y Microsoft han invertido

significativamente en el desarrollo de chatbots avanzados impulsados por NLP para mejorar la experiencia del cliente y optimizar la atención al cliente en línea. Según un estudio realizado por IBM, se estima que para el año 2025, el 25% de las empresas en todo el mundo integrarán la NLP en sus sistemas de atención al cliente, lo que refleja la creciente adopción de esta tecnología (Elúa, 2024).

Las estadísticas también muestran un aumento significativo en el uso de chatbots basados en NLP en diversos sectores. Por ejemplo, en el sector financiero, bancos como JP Morgan Chase y Bank of America han implementado chatbots para brindar asistencia a los clientes en la gestión de sus cuentas, proporcionar información sobre transacciones y responder a consultas frecuentes. Según un informe de Deloitte, se estima que el 32% de los bancos utilizarán chatbots impulsados por NLP para servicios al cliente para 2025, lo que demuestra el rápido crecimiento en este campo (Hildebrand, 2020).

Además de la atención al cliente, la NLP se utiliza ampliamente en la extracción de información y el análisis de sentimientos en redes sociales y otros datos no estructurados. Empresas como Facebook y X utilizan algoritmos de NLP para analizar publicaciones, comentarios y mensajes de los usuarios, lo que les permite comprender mejor las tendencias, identificar problemas y mejorar la experiencia del usuario. Según un estudio de Statista, se estima que el 74% de las empresas en todo el mundo utilizan análisis de sentimientos basados en NLP para comprender las opiniones de los clientes y mejorar sus productos y servicios (Sánchez, 2023).

Otro campo de aplicación importante de la NLP es la traducción automática. Empresas como Google y Microsoft han desarrollado sistemas de traducción automáticos basados en NLP que pueden traducir texto entre múltiples idiomas con una precisión cada vez mayor.

Según un informe de Common Sense Advisory (2021), se estima que el mercado de la traducción automática impulsada por NLP alcanzará los

\$7.5 mil millones para 2025, lo que refleja la creciente demanda de soluciones de traducción automáticas precisas y eficientes en todo el mundo.

El uso de la NLP también está creciendo en el campo de la salud, donde se utiliza para analizar registros médicos, notas de los pacientes y literatura médica para ayudar en el diagnóstico y el tratamiento de enfermedades. Empresas como IBM Watson Health han desarrollado sistemas basados en NLP que pueden analizar grandes cantidades de datos médicos para identificar patrones y tendencias que podrían pasar desapercibidos para los médicos humanos.

Según un informe de MarketsandMarkets, se espera que el mercado de la salud impulsado por NLP crezca a una tasa anual compuesta del 20.5% durante el período de pronóstico de 2020 a 2025, impulsado por la creciente adopción de soluciones de IA en el sector de la salud (Neira, 2024).

IA de Aprendizaje Automático (Machine Learning)

El Aprendizaje Automático (Machine Learning, ML) es una poderosa herramienta para las empresas en diversos sectores, permitiendo a las máquinas aprender de datos y mejorar su rendimiento con el tiempo sin una programación explícita (Jiménez, 2022). Esta capacidad de adaptación y mejora continua ha impulsado la adopción del ML en una amplia gama de aplicaciones empresariales, desde la personalización de recomendaciones en plataformas de comercio electrónico hasta la detección de fraudes en transacciones financieras.

Uno de los ejemplos más destacados del uso del ML es su aplicación en la personalización de recomendaciones en plataformas de comercio electrónico. Empresas como Amazon, Netflix y Spotify han integrado algoritmos de ML en sus sistemas para analizar el comportamiento de los usuarios y recomendar productos, películas, música y contenido adaptado a sus preferencias individuales. Según un estudio realizado por

Salesforce (2023), se estima que el 35% de las compras en Amazon y el 75% del contenido visto en Netflix son el resultado de recomendaciones impulsadas por ML.

Otro campo donde el ML ha tenido un impacto significativo es en la detección de fraudes en transacciones financieras. Grandes instituciones financieras como Visa, Mastercard y PayPal utilizan algoritmos de ML para analizar patrones de comportamiento y detectar actividades sospechosas que podrían indicar fraude.

Según un informe de Deloitte, se estima que el 50% de las instituciones financieras utilizan actualmente soluciones de ML para la detección de fraudes, lo que ha llevado a una disminución significativa en las pérdidas debido a actividades fraudulentas (Delgado, 2024).

De acuerdo a lo mencionado, se presenta una tabla que resume el impacto y los beneficios del Aprendizaje Automático (Machine Learning) en diferentes áreas empresariales:

Tabla 1

Impacto y los beneficios del Aprendizaje Automático (Machine Learning)

Área de Aplicación	Impacto	Beneficios
Comercio Electrónico	Personalización de recomendaciones	Aumento de las ventas, mejora de la satisfacción del cliente, aumento de la retención de clientes.
	Optimización de precios	Maximización de los ingresos, competitividad en el mercado, adaptación rápida a cambios en la demanda.
Finanzas	Detección de fraudes	Reducción de pérdidas por fraude, mejora de la seguridad financiera, protección de la reputación de la empresa.
	Gestión de riesgos	Mejora en la evaluación de riesgos, optimización de inversiones, cumplimiento regulatorio.
Salud	Diagnóstico médico	Mejora de la precisión en el diagnóstico, detección temprana de enfermedades, optimización de tratamientos.
	Investigación de medicamentos	Aceleración en el desarrollo de nuevos medicamentos, reducción de costos de investigación y desarrollo, avances en el tratamiento de enfermedades.
Manufactura	Optimización de la cadena de suministro	Reducción de costos de inventario, mejora en la planificación de la producción, aumento de la eficiencia operativa.
	Mantenimiento predictivo	Reducción de tiempos de inactividad, prevención de fallas, aumento de la vida útil de los activos.

Marketing	Segmentación de clientes	Mejor focalización de campañas, aumento en la tasa de conversión, mejora en el retorno de la inversión publicitaria.
	Análisis de sentimientos	Comprensión profunda del feedback del cliente, adaptación rápida a cambios en la percepción de la marca, mejora en la reputación.

Nota. Autores

MATERIALES Y MÉTODOS

Para llevar a cabo este estudio sobre la contribución de la inteligencia artificial (IA) a la innovación en las empresas, se emplearon diversos métodos y se recurrió a una amplia gama de fuentes de información relacionadas con el tema.

Inicialmente, se llevó a cabo una exhaustiva recopilación de datos provenientes de literatura científica y académica, informes de investigación, estadísticas y noticias publicadas en medios especializados en tecnología y negocios. Estos datos proporcionaron una base sólida para comprender el alcance y la naturaleza de la contribución de la IA a la innovación empresarial. Una vez recopilados los datos, se procedió a su análisis y clasificación en función de las temáticas relevantes. Se examinaron detalladamente las diferentes aplicaciones de la IA en el contexto empresarial, centrándose en áreas como la optimización de procesos, la personalización de servicios, la toma de decisiones basada en datos y la mejora de la experiencia del cliente.

Además, se abordaron los desafíos y las limitaciones asociadas con la implementación de la IA en el ámbito empresarial, incluyendo aspectos como el costo de adopción, la integración con sistemas existentes, la capacitación del personal y las preocupaciones éticas y de privacidad.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis de los resultados obtenidos a lo largo de esta investigación revela una amplia gama de

información sobre el impacto de la inteligencia artificial (IA) en diferentes aspectos del sector empresarial. Desde la aplicación de la IA en la innovación empresarial hasta su integración en la robótica y la visión por computadora, los datos recopilados ofrecen una visión detallada de cómo esta tecnología está transformando diversos sectores y desafiando las percepciones tradicionales sobre el trabajo, la eficiencia y la ética.

Comenzando con el análisis de la IA y su contribución a la innovación en las empresas, se observa que la IA se ha convertido en un catalizador clave para la transformación digital en el mundo empresarial. Su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos, predecir tendencias y personalizar experiencias ha revolucionado la forma en que las empresas interactúan con los clientes, gestionan sus operaciones y toman decisiones estratégicas (Gordon, 2023). Los datos presentados destacan cómo la IA no solo acelera la toma de decisiones, sino que también mejora la eficiencia operativa al automatizar tareas rutinarias y liberar recursos humanos para actividades más estratégicas.

En términos de aplicaciones específicas de la IA, como el procesamiento de lenguaje natural (NLP) y el aprendizaje automático (Machine Learning), se observa que estas tecnologías están siendo ampliamente adoptadas por empresas de todo el mundo (Moreira, Cruz, & Gonzalez, 2021). Los datos proporcionados revelan cómo la NLP se utiliza para mejorar la atención al cliente a través de chatbots y análisis de sentimientos, mientras que el aprendizaje automático se aplica

en una variedad de funciones comerciales, desde la personalización de recomendaciones hasta la detección de fraudes. Estos hallazgos reflejan la creciente demanda de soluciones de IA en el mercado y subrayan su papel fundamental en la optimización de procesos empresariales y la mejora de la experiencia del cliente.

Además, el análisis de la IA en la visión por computadora destaca cómo esta tecnología está siendo aprovechada en sectores como la manufactura, la salud y la seguridad para mejorar la calidad, la eficiencia y la seguridad en diversas aplicaciones (Delgado, 2024). Las empresas están utilizando la visión por computadora para la inspección de calidad automatizada, el seguimiento de inventario y la detección de intrusiones, entre otros usos.

En cuanto al análisis de la IA en la robótica, se observa que esta tecnología está siendo cada vez más utilizada para automatizar tareas físicas en entornos industriales. Se destaca cómo la robótica con IA está siendo implementada en la industria manufacturera para aumentar la eficiencia y la productividad en las líneas de producción. Además, se destaca cómo grandes empresas como Tesla y Amazon están utilizando robots con capacidades de IA en sus instalaciones para mejorar la velocidad y la precisión de la fabricación y la logística (Coronado, Arias, & Perdomo, 2023). Estos resultados ponen de relieve el papel crucial que juega la IA en la transformación de los procesos industriales y en la mejora de la competitividad empresarial.

Dentro de este marco, es evidente que la inteligencia artificial está desempeñando un papel cada vez más importante en la sociedad y la economía global. Su capacidad para automatizar tareas, analizar datos y tomar decisiones en tiempo real está impulsando la innovación y la eficiencia en una variedad de industrias, desde la fabricación hasta el comercio minorista y la salud. Sin embargo, la IA requiere grandes cantidades de datos de alta calidad para entrenar y funcionar correctamente. La falta de datos o la

calidad deficiente de los mismos pueden limitar el rendimiento y la efectividad de las soluciones de IA (Neira, 2024).

Uno de los principales temas de discusión es el impacto de la IA en el empleo y la fuerza laboral. Si bien la IA puede aumentar la eficiencia y la productividad en muchos sectores, también plantea la preocupación de que pueda reemplazar a los trabajadores humanos en ciertos trabajos, lo que podría tener repercusiones negativas en el empleo y la desigualdad económica (Hildebrand, 2020). Además, la adopción de la IA plantea preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de los datos, especialmente en lo que respecta a la recopilación y el uso de información personal por parte de las empresas y los gobiernos.

Otro tema importante de discusión es la ética en el desarrollo y uso de la IA. A medida que esta tecnología se vuelve más omnipresente en nuestra vida cotidiana, es crucial garantizar que se utilice de manera responsable y ética. Esto incluye consideraciones sobre la equidad y la imparcialidad en los algoritmos de IA, así como la transparencia en su desarrollo y aplicación (Estopiñán, 2023). Además, es importante abordar las preocupaciones sobre el sesgo algorítmico y la discriminación, especialmente en áreas como la contratación y la justicia criminal.

CONCLUSIONES

La IA se posiciona como un catalizador clave para transformar la forma en que las organizaciones operan y desarrollan estrategias comerciales, su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos y extraer insights valiosos abre nuevas oportunidades para mejorar la toma de decisiones, optimizar procesos y ofrecer experiencias personalizadas a los clientes.

Sin embargo, la implementación exitosa de la IA requiere un enfoque estratégico y una comprensión profunda de sus beneficios y limitaciones. Las empresas deben abordar desafíos como la falta de talento especializado,

preocupaciones sobre la privacidad de los datos y resistencia cultural mediante inversiones en capacitación, políticas claras de manejo de datos y promoción de una cultura receptiva al cambio.

Además, el estudio destaca varios tipos de IA utilizados por las empresas, como el Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP), que está siendo ampliamente adoptado en diversos sectores. Desde la implementación de chatbots para atención al cliente hasta el análisis de sentimientos en redes sociales y la traducción automática, la NLP está demostrando ser una herramienta versátil y poderosa para mejorar la interacción con los clientes y optimizar la gestión de datos.

El Aprendizaje Automático y la Visión por Computadora ofrecen un potencial tremendo para mejorar la eficiencia, la calidad y la competitividad en una amplia gama de industrias.

Sin embargo, su implementación exitosa requiere una comprensión profunda de sus aplicaciones, así como un compromiso con la inversión en tecnología y capacitación del personal.

Aquellas empresas que logren superar estos desafíos estarán en una posición favorable para capitalizar los beneficios que estas tecnologías pueden ofrecer en el panorama empresarial actual y futuro.

Si bien la IA de Robótica ofrece numerosos beneficios, como la mejora de la eficiencia y la liberación de trabajadores humanos para tareas más estratégicas, también plantea desafíos y preocupaciones.

El impacto en el empleo y la seguridad son aspectos importantes a considerar, y es crucial implementar medidas adecuadas de regulación y seguridad para garantizar un entorno laboral seguro y proteger los derechos de los trabajadores en este nuevo panorama industrial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Armas, C. (2021). La Inteligencia Artificial en empresas peruanas e impactos laborales en los trabajadores. Obtenido de *Iberoamerican Business Journal*, 5(1), 83–105: <https://journals.epnewman.edu.pe/index.php/IBJ/article/view/237>

Asitimbay, E. M. (2024). Análisis del uso de inteligencia artificial en las empresas exportadoras de Guayaquil. Obtenido de [Tesis, Universidad Politécnica Salesiana]: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/27160>

Barrera, A. F. (2023). Herramientas para el procesamiento del lenguaje natural dentro de las estrategias de marketing empresarial de cara al consumidor. Obtenido de [Tesis, Universidad EIA]: <https://repository.eia.edu.co/items/89a9cd29-9df4-47eb-9472-a07be92d57a0>
Common Sense Advisory. (2021). Tamaño del mercado de traducción automática. Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/machine-translation-market>

Coronado, A., Arias, J., & Perdomo, G. (2023). Efecto de la turbulencia tecnológica generada por la inteligencia artificial en la innovación de producto. Obtenido de *Revista de ciencias administrativas y sociales* Vol. 33, No. 89, pp. 37-50: <https://www.jstor.org/stable/27233875>

Daza, M. J., Orjuela, C. A., Paredes, D., Salamanca, D., & San Martín, Y. P. (2021). Impacto de la inteligencia artificial en las empresas manufactureras en Colombia. Obtenido de [Tesis, Universidad Ean]: <https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/11331>

Delgado, J. L. (2024). Principales casos de uso de la Inteligencia Artificial para la Banca. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/principales-casos-de-uso-la-inteligencia-artificial-delgado-sulbar%C3%A1n-ivrp/>

- Elúa, E. (2024). La Integración de la Inteligencia Artificial y Big Data en la Toma de Decisiones Estratégicas de Negocio. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/la-integraci%C3%B3n-de-inteligencia-artificial-y-big-data-el%C3%BAa-samaniego-6wfcf/>
- Estopiñan, M. (2023). Transformación digital, aplicaciones de la inteligencia artificial e Industria 4.0. Obtenido de Revista Cubana De Transformación Digital, 4(3), 242:1-4: <https://rctd.uic.cu/rctd/article/view/242>
- García, B. A. (2023). Inteligencia Artificial y economía. Obtenido de Revista Ciencias Económicas, 1(1), 31-36: <https://revistas.ues.edu.sv/index.php/rce/article/view/2735>
- Gordon, R. D. (2023). Chatbots e inteligencia artificial: aportes, innovaciones y aplicación en el desarrollo de sistemas de información empresarial. Obtenido de Visión Antataura vol. 7, núm. 1: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/225/2254439007/>
- Hildebrand, C. I. (2020). Inteligencia artificial y el aprendizaje automatizado en la industria bancaria. Obtenido de [Tesis, Universidad Pontificia Comillas]: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/37451>
- Jiménez, A. D. (2022). Revisión sistemática de literatura: Técnicas de aprendizaje automático (Machine Learning). Obtenido de Cuaderno Activa, 13(1), 113-121: <https://ojs.tdea.edu.co/index.php/cuadernoactiva/article/view/849>
- Macías, J. C. (2024). Inteligencia Artificial en la innovación y desarrollo de nuevos productos basados en las TIC. Obtenido de INFOTEC Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías de la Información y Comunicación, Ciudad de México: <https://infotec.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1027/645>
- Moreira, D., Cruz, I., & Gonzalez, K. (2021). Análisis del Estado Actual de Procesamiento de Lenguaje Natural. Obtenido de Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação: <https://www.proquest.com/openview/a44d67c88cfaada2563dc16f94ccd3c8/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Neira, P. (2024). La inteligencia artificial irrumpe con más fuerza en el sector salud. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/la-inteligencia-artificial-irrumpe-con-m%C3%A1s-fuerza-en-el-paola-neira-hc0bc/>
- Pérez, Á. R., Villegas, C. J., Cabascango, J. C., & Soria, E. R. (2023). Inteligencia artificial como estrategia de innovación en empresas de servicios: Una revisión bibliográfica. Obtenido de Una revisión bibliográfica. Revista Publicando, 10(38), 74-82: https://www.revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2359#google_vignette
- Salesforce. (2023). Obtenido de <https://aslan.es/salesforce-segun-un-informe-el-75-de-los-responsables-de-it-y-analitica-aun-tienen-problemas-para-impulsar-las-prioridades-de-negocio-con-datos/>
- Sánchez, O. (2023). Análisis de Sentimientos: Un Viaje a través de las Emociones (Parte I). Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/an%C3%A1lisis-de-sentimientos-un-viaje-trav%C3%A9s-las-parte-i-octavios%C3%A1nchez-zoqwc/>