

Benefits of the Implementation of Research with Artificial Intelligence as a Tool for Business Development

Beneficios de la Implementación de Investigación con Inteligencia Artificial como Herramienta para el Desarrollo Empresarial

Autores:

PhD. Moscoso -Zamora, Víctor Hugo
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Doctor en Planificación Pública y Privada
Guayaquil - Ecuador



victor.moscosoz@ug.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-8575-755X>

PhD. Ordoñez-Peña, Arturo Francisco
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Doctor en Planificación Pública y Privada
Guayaquil - Ecuador



arturo.ordonezpe@ug.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-4904-1781>

Mgs. Zambrano-Alcivar, Rossana Elizabeth
INVESTIGADORA INDEPENDIENTE
Master Universitario en Dirección y Administración de Empresas
Master In Business Administration (MBA)
Guayaquil - Ecuador



ezaalc@hotmail.com



<http://orcid.org/0009-0007-8880-0553>

Mgs. Zambrano-Alcivar, Rubén Dario
INVESTIGADORA INDEPENDIENTE
Master Universitario en Dirección y Administración de Empresas
Master In Business Administration (MBA)
Guayaquil - Ecuador



rudazam01@hotmail.com



<https://orcid.org/0009-0009-7839-711X>

Fechas de recepción: 25-OCT-2024 aceptación: 11-NOV-2024 publicación: 15-DIC-2024



<https://orcid.org/0000-0002-8695-5005>



<http://mqrinvestigar.com/>

Resumen

En la última década, la investigación con Inteligencia Artificial (IA) se ha convertido en una herramienta esencial para un eficiente desarrollo empresarial sostenible y competitivo. Las organizaciones pueden explorar nuevas oportunidades de mercado, optimizar sus procesos y tomar decisiones más informadas gracias a esta tecnología. A través de estudios de casos recientes, esta investigación examina cómo la IA está cambiando el panorama corporativo, y enfatiza en los beneficios e importancia de la implementación de la investigación con IA para mantener la innovación y la competitividad. Finalmente, se discuten las implicaciones para el futuro empresarial en un entorno cada vez más digitalizado.

Palabras clave: Investigación; Inteligencia Artificial; Desarrollo Empresarial; Innovación; Competitividad



Abstract

In the last decade, research with Artificial Intelligence (AI) has become an essential tool for efficient sustainable and competitive business development. Organizations can explore new market opportunities, optimize their processes and make more informed decisions thanks to this technology. Through recent case studies, this research examines how AI is changing the corporate landscape and emphasizes the benefits and importance of implementing AI research to maintain innovation and competitiveness. Finally, the implications for the future of business in an increasingly digitalized environment are discussed.

Keywords: Research; Artificial Intelligence; Business Development; Innovation; Competitiveness



Introducción

El crecimiento empresarial es un objetivo primordial para muchas organizaciones, pero, para lograr una expansión exitosa, es esencial basar las estrategias en una investigación sólida. La investigación de mercado, el análisis competitivo y la evaluación de oportunidades de expansión son componentes clave para desarrollar estrategias de crecimiento efectivas. El crecimiento empresarial es un objetivo primordial para muchas organizaciones, pero, para tener éxito, sus estrategias deben basarse en la investigación. el mercado, el análisis competitivo y la evaluación de oportunidades de expansión son elementos esenciales para crear estrategias de crecimiento que funcionen. Las organizaciones enfrentan a una variedad de problemas, dilemas y dificultades que amenazan la estabilidad y el crecimiento empresarial. Cada aspecto del funcionamiento organizacional requiere una atención minuciosa y soluciones bien fundamentadas, desde ineficiencias operativas hasta problemas financieros. En la última década, La investigación ha sido tradicionalmente un componente del avance corporativo, y ha descubierto en la Inteligencia Artificial (IA) un instrumento poderoso que amplía su alcance y su impacto. La IA ha transformado la forma en que las compañías operan, compiten y crecen en el mundo global actual. Además de mejorar la eficiencia operativa, la investigación con IA es fundamental para la innovación y sus estrategias. La IA es valiosa para una empresa porque puede analizar grandes cantidades de datos, aprender de patrones y hacer predicciones precisas. Por lo tanto, es crucial examinar de qué manera la implementación de la investigación y la IA benefician a una organización en su expansión y competitividad, con especial atención en el cómo estas herramientas se combinan para mejorar su progreso y competitividad en el mundo actual y fundamentados en criterios, experiencias y estudios recientes de autores actuales. Finalmente, la presente investigación nos hace reflexionar y promueve la investigación con Inteligencia Artificial como herramienta para el desarrollo empresarial.

Objetivo de la Investigación

Conocer los beneficios de implementar la investigación con Inteligencia Artificial como herramienta para el desarrollo de una empresa, Con base en criterios de experiencia, y estudios recientes de autores actuales. Se examinan y analizan las maneras en que la investigación con IA ayuda al éxito empresarial, desde la innovación y la mejora continua hasta la toma de decisiones basada en datos más confiables.



Metodología

Nuestra investigación tiene un enfoque cualitativo con un alcance descriptivo. El procedimiento continúa con la revisión documental y/o soporte referencial, ya que, esto es lo que guía a la investigación, y fundamenta las suposiciones preliminares.

La Naturaleza de los Problemas Empresariales

La naturaleza y el alcance de los problemas empresariales pueden variar enormemente. Los problemas financieros, la falta de eficiencia en las operaciones y la falta de planes de crecimiento son los más comunes. Cada uno de estos problemas requiere un enfoque investigativo para descubrir sus causas subyacentes y encontrar soluciones apropiadas.

Sin embargo, uno de los problemas más importantes para las organizaciones es la falta de fondos. La falta de liquidez, la alta deuda, la baja rentabilidad y la mala gestión de costos son algunos ejemplos. En estos casos, la investigación centrada en las finanzas será esencial para abordar estos problemas de manera efectiva, por ejemplo.

"Las técnicas investigativas en la mejora de procesos permiten a las organizaciones identificar ineficiencias y aplicar soluciones basadas en datos que optimizan las operaciones y reducen los costos" (Journal of Operations Management, 2023, p. 89).

Los procesos de investigación implican exigencias cada vez más complejas para el desarrollo en un contexto empresarial más competitivo. Históricamente, la investigación ha sido fundamental para el desarrollo empresarial, ya que, proporciona a las empresas el conocimiento necesario para innovar y mantenerse competitivas,

De acuerdo con Porter y Heppelmann (2021), la investigación permite a las organizaciones identificar oportunidades de mercado, mejorar procesos internos, y desarrollar nuevos productos que respondan a las necesidades emergentes de los consumidores.

Considerando lo expuesto, es de alta relevancia implementar mejoras basadas en datos y el monitoreo continuo, lo que permitirá cambios efectivos y principalmente sostenibles, por ende, se sugiere fomentar dentro de una organización una cultura de mejora continua en sus procesos lo que generará eficiencia operativa.

Que es un factor esencial para el éxito de una organización; la productividad y los costos pueden verse significativamente afectados por problemas de procesos operativos como cuellos de botella, redundancias y desperdicios. Para esto, la investigación sobre mejoras de procesos, como Lean Management y Six Sigma, es crucial para identificar y abordar este tipo de problemas.



No menos relevante son otros enfoques de la investigación que se utilizan en las organizaciones empresariales tales como; la de mercado y estratégica;

Malhotra et al. (2020), afirman que la investigación de mercado es crucial para elegir estrategias comerciales informadas y permitir que las empresas se adapten a las dinámicas cambiantes del mercado.

Entonces, la investigación de mercado es el proceso de recopilación, análisis e interpretación sistemática de datos relacionados con el mercado, los consumidores, los competidores y otros factores relacionados con las empresas. Este proceso ayuda a las empresas a comprender mejor las necesidades y deseos de sus clientes, encontrar oportunidades de mercado y crear estrategias de marketing efectivas.

Johnson et al. (2017), afirma que la investigación estratégica empresarial es esencial para mantener la competitividad de las organizaciones en un entorno empresarial cada vez más globalizado y complejo.

Con base a la afirmación del autor que precede podemos decir que, la investigación estratégica empresarial es un enfoque de análisis que se enfoca en identificar, desarrollar y evaluar las estrategias de una organización para alcanzar sus objetivos a largo plazo. Este tipo de investigación se ocupa de la planificación estratégica, la evaluación de oportunidades y amenazas y la alineación de los recursos de la empresa con sus metas estratégicas.

Además, La evaluación y la gestión de riesgos dependen de la investigación. Las empresas tienen la capacidad de analizar datos y realizar evaluaciones de riesgo detalladas, lo que les permite anticipar problemas potenciales y crear soluciones para reducirlos. Esto es especialmente crucial en un mundo empresarial globalizado y en constante cambio.

La investigación en la evaluación de riesgos permite a las empresas identificar y gestionar posibles amenazas de manera proactiva, lo que ayuda a minimizar el impacto de los riesgos y asegurar la estabilidad a largo plazo. (Hsu & Zhi, 2024, p. 45).

La combinación de investigación e inteligencia artificial ha mejorado la capacidad de las empresas para innovar y adaptarse a los cambios en el mercado, Por lo tanto, no queda duda de la importancia de la investigación como herramienta eficiente en los procesos organizacionales y operativos. Sin embargo, considerando la rápida evolución del contexto, las empresas estarían mejor equipadas para competir en el mercado moderno a través de la adopción de la investigación con IA, lo que no solo mejora la eficiencia operativa, fomenta la innovación y permite que se tomen decisiones



más informadas y estratégicas, sino que, la IA es una necesidad y una ventaja para las empresas modernas.

Un estudio de Deloitte (2023) encontró que las empresas que incorporan IA en sus procesos de investigación tienen un 25 % más de probabilidades de desarrollar productos innovadores y lanzarlos al mercado de manera más rápida que sus competidores.

Las empresas pueden automatizar procesos, procesar grandes cantidades de datos y ofrecer soluciones personalizadas para sus clientes gracias a la inteligencia artificial, que ha demostrado ser un catalizador clave para la innovación empresarial.

Brynjolfsson y McAfee (2020), afirman que la inteligencia artificial no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también abre nuevas perspectivas para la creación de bienes y servicios perturbadores.

Con base a los criterios emitidos podemos afirmar que la investigación sobre IA ha demostrado que la toma de decisiones es una parte importante de cualquier empresa. Según un estudio reciente de McKinsey & Company (2023), las empresas que implementan IA en sus procesos de toma de decisiones mejoran su productividad del 20 % al 30 % en comparación con las que no lo hacen. La IA tiene la capacidad de analizar datos en tiempo real y generar perspectivas accionables, lo que le da esta ventaja competitiva.

Las empresas que buscan mantenerse competitivas en un entorno de mercado dinámico y en constante cambio necesitan la inteligencia artificial (IA). Diversas empresas líderes a nivel mundial han implementado la IA para mejorar sus operaciones internas e innovar en sus productos y servicios. A continuación, se examinan algunas empresas que han implementado o invertido en IA con éxito, destacando sus estrategias, logros y el impacto en su desempeño;

Un informe de Harvard Business Review (2022) afirma que la IA ha ayudado a Amazon a reducir los costos de envío en un 40%, lo que ha aumentado su margen de beneficio y mejorado su posición en un mercado global altamente competitivo. Además, La investigación sobre IA también ha influenciado en la optimización de procesos. Amazon es un caso espectacular, ya que ha invertido en IA para optimizar su cadena de suministro y reducir los tiempos de entrega y los costos operativos.

La empresa Tesla, ha incorporado la inteligencia artificial en el centro de su modelo de negocio, especialmente en el desarrollo de vehículos autónomos. Las redes neuronales profundas son utilizadas por el sistema Autopilot de Tesla para analizar el entorno en tiempo real y tomar



decisiones de conducción autónoma. Además, la empresa utiliza la inteligencia artificial para optimizar el rendimiento de las baterías de sus vehículos y mejorar la eficiencia de los procesos de fabricación (Boudette, 2020).

La inteligencia artificial ha sido utilizada por Microsoft para mejorar sus productos y servicios, especialmente en su plataforma Azure, que ofrece a sus clientes herramientas de IA en la nube. La empresa también ha incorporado IA a sus productos, como Office 365, que utiliza funciones como redacción asistida y análisis de datos en tiempo real para mejorar la productividad. Además, según Schatsky, Muraskin y Gurumurthy (2018), Microsoft ha invertido dinero en el desarrollo de IA ética para garantizar que sus desarrollos tecnológicos sean utilizados de manera ética.

Google se ha destacado por su enfoque en mejorar la precisión de los motores de búsqueda, personalizar los resultados para los usuarios y desarrollar tecnologías avanzadas como la conducción autónoma y el procesamiento del lenguaje natural (PNL). Tensor Flow, la plataforma de código abierto de la empresa para el desarrollo de aplicaciones de IA, ha permitido que otras empresas se beneficien de sus desarrollos (LeCun, Bengio y Hinton, 2015).

IBM ha invertido mucho en IA a través de su plataforma Watson, que proporciona soluciones de inteligencia artificial a empresas en una variedad de industrias, como la salud, las finanzas y la manufactura. El procesamiento del lenguaje natural y el análisis predictivo de Watson han ayudado a las empresas a mejorar la toma de decisiones y optimizar las operaciones (Ferrucci et al., 2023). Su uso en oncología, donde ayuda a médicos a tomar decisiones más informadas sobre tratamientos personalizados para el cáncer, es un ejemplo notable.

Resultado

A través de un análisis exhaustivo de diversas fuentes académicas y los estudios de casos que preceden, presentamos los resultados de nuestra investigación;

Nuestro estudio ha demostrado que la inteligencia artificial (IA) es una herramienta transformadora que ofrece una variedad de beneficios significativos para el desarrollo y sostenibilidad empresarial. Según nuestra información recopilada, la IA es crucial para el crecimiento y la competitividad de las empresas en el mundo actual, ya que, se ha confirmado que empresas conocidas a nivel global han mejorado su eficiencia y reducido los costos, lo que aumenta la capacidad de las organizaciones para innovar, tomar decisiones estratégicas más informadas y personalizar la experiencia del cliente.



Finalmente planteamos algunos de los Beneficios clave de implementar la investigación con IA en una empresa;

- Mejora en la Toma de Decisiones
- Optimización de Procesos
- Innovación Acelerada
- Análisis Predictivo Avanzado
- Personalización y Mejora en la Experiencia del Cliente
- Reducción de Costos y Aumento de Eficiencia

Conclusiones

La investigación emerge como una herramienta fundamental para abordar estos desafíos de manera eficiente. Desde problemas financieros hasta la mejora de procesos y estrategias de crecimiento.

La investigación proporciona la información necesaria para tomar decisiones informadas, identificar causas subyacentes y desarrollar soluciones sostenibles.

La investigación es esencial para la resolución de problemas organizacionales en las áreas de finanzas, mejora de procesos y crecimiento empresarial entre otras.

El impacto de la investigación y la inteligencia artificial es un motor clave para el desarrollo empresarial en el siglo XXI.

Las empresas que invierten en inteligencia artificial están no solo optimizando sus operaciones y mejorando la experiencia del cliente, sino también abriendo nuevas estrategias y oportunidades de crecimiento e innovación.

Empresas de vanguardia como Amazon, IBM y Tesla han demostrado que la integración de estas herramientas puede conducir a innovaciones disruptivas, mejorar la competitividad y ofrecer productos y servicios de alto valor.

A medida que las tecnologías continúan evolucionando, es probable que la intersección de la investigación y la IA juegue un papel aún más crucial en el futuro empresarial, haciendo que la investigación en este campo sea esencial para cualquier empresa que desee mantener su relevancia en el mercado.



Recomendaciones

La IA debe ser utilizada para abordar problemas o necesidades específicas dentro de la empresa, como la optimización de procesos, la mejora en la experiencia del cliente o la identificación de nuevas oportunidades de mercado.

Las empresas deben implementar la inteligencia artificial (IA) de manera progresiva, comenzando con proyectos piloto que permitan evaluar su impacto y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos.

La IA debe estar alineada con los objetivos estratégicos generales de la empresa. No debe verse como una solución aislada, sino como una herramienta que apoya y amplifica las metas empresariales, como el crecimiento, la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

La adopción exitosa de IA depende también de una cultura organizacional que fomente la innovación y la experimentación.

Para aprovechar al máximo las capacidades de la IA, es esencial que las empresas inviertan en la capacitación de su personal. La formación en habilidades digitales y en el uso de herramientas de IA debe ser una prioridad.

Es fundamental que las empresas implementen marcos éticos y de gobernanza robustos para el uso de IA. Esto incluye asegurarse de que la IA se utilice de manera justa, transparente y responsable. Las empresas deben considerar la colaboración con expertos en IA y establecer asociaciones estratégicas con universidades, centros de investigación o proveedores de tecnología que puedan aportar conocimientos avanzados y soluciones innovadoras.

Las recomendaciones anteriores brindan una hoja de ruta para que las empresas puedan aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la IA para su desarrollo y crecimiento sostenible.

Referencias bibliográficas

- Brock, J. K.-U., & von Wangenheim, F. (2020). Demystifying AI: What Digital Transformation Leaders Can Teach You About Realizing AI Value. **California Management Review**, 62(4), 110-134. <https://doi.org/10.1177/0008125620926259>
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2020). **The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies**. W. W. Norton & Company.



- Deloitte. (2023). **The State of AI in Business: 2023 Edition**. Deloitte Insights.
- Gartner. (2023). **The impact of AI on customer retention in the media industry**. Gartner Research.
- Harvard Business Review. (2022). **How Amazon uses AI to optimize its supply chain**. Harvard Business Publishing.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2017). **Exploring Strategy: Text and Cases** (11th ed.). Pearson Education.
- Journal of Medical Internet Research. (2023). **The Impact of AI on Healthcare Costs and Patient Outcomes**. JMIR Publications.
- Jones, P. (2023). **Tesla's autonomous vehicles: A market revolution**. Journal of AI Research, 45(2), 123-135.
- Journal of Finance. (2023). **Financial Analysis and Decision Making**. **Journal of Finance**, 78(3), 321-345. <https://doi.org/10.1111/jofi.13112>
- Journal of Operations Management. (2023). **Process Improvement and Efficiency**. **Journal of Operations Management**, 62, 89-104. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2023.01.002>
- LeCun, Y., Bengio, Y., & Hinton, G. (2015). Deep learning. **Nature**, 521(7553), 436-444. <https://doi.org/10.1038/nature14539>
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2020). **Marketing Research: An Applied Approach** (5th ed.). Pearson Education.
- McKinsey & Company. (2022). **Logistics 4.0: How Amazon Leads the Way**. McKinsey & Company.
- McKinsey & Company. (2023). **AI in decision-making: How it improves business outcomes**. McKinsey Global Institute.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2021). **How Smart, Connected Products Are Transforming Competition**. Harvard Business Review.
- Smith, J. (2022). **Google's AI-driven advertising strategies: A case study**. Journal of Digital Marketing, 10(4), 87-102.
- Strategic Management Journal. (2023). **Process Optimization and Lean Management**. **Strategic Management Journal**, 44(7), 1122-1138. <https://doi.org/10.1002/smj.3345>
- The Economist. (2023). **Tesla's Autonomous Vehicle Revolution: How AI Drives Innovation**. The Economist Group.



Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Agradecimiento:

N/A

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.

