



**TRABAJO DE GRADO**  
**Seminario Inteligencia de Negocios.**

**Como la IA está trasformando la toma de decisiones en las grandes empresas**

Corporación Universitaria Remington.  
Facultad de Ciencias Empresariales.  
Tecnología en Gestión Empresarial y Financiera.

Yuliana González Restrepo.  
Daniela López Flórez.

Oscar Arley Meneses Zapata

Opción de Trabajo de grado Seminario BI

09 Agosto 2025.

## Tabla de Contenidos

Resumen.....	3
Palabras clave.....	4
Pregunta orientadora de la búsqueda .....	5
Objetivos General .....	5
Objetivos Específicos.....	5
La IA como aliada estratégica de las empresas para la toma de decisiones .....	6
Toma de decisiones inteligentes con IA .....	7
Metodología de búsqueda de la información .....	9
Sustentación teórica de la pregunta.....	10
Conclusiones .....	14
Referencias.....	15

## Resumen

En la actualidad la inteligencia artificial se ha convertido en un aliado fundamental para las organizaciones, convirtiéndose en una estrategia implementada especialmente por las grandes empresas a nivel mundial para mejorar su productividad y sus procesos, ayudando a la toma de decisiones. La IA está transformando la manera de trabajar y de cómo una empresa debe llevar su foco para ser exitosa facilitando la toma de decisiones tácticas y operativas, en áreas como el marketing, ventas, atención al cliente, gestión de inventarios, finanzas, recursos humanos, investigación y desarrollo, seguridad informática, así aumentando la eficiencia, reduciendo errores y optimizando recursos, permitiendo a las empresas anticiparse a cambios del mercado, identificar patrones de consumo y adaptar sus estrategias en tiempo real.

Las grandes empresas se ayudan de la IA para analizar datos en grandes cantidades en tiempo real, logrando así tomar decisiones con ventajas competitivas y poder permanecer en el mercado, con grandes estrategias y fidelizando clientes, esta les permite estar en constante innovación de nuevos modelos de negocio, creando nuevos productos y servicios, mejorando así la experiencia del cliente.

**Palabras clave**

Toma de Decisiones, Inteligencia artificial (IA), Estrategia, Liderazgo, Análisis de Datos

### **Pregunta orientadora de la búsqueda**

¿Qué impacto tiene la IA en la toma de decisiones en las empresas?

### **Objetivos General**

Analizar la toma de decisiones con la ayuda de la IA en las grandes empresas describiendo los beneficios y riesgos que se pueden presentar, a su vez describir su impacto al ser implementadas en sus estrategias de ventas, atención al cliente manejo de inventarios, optimización y eficiencia de procesos, así adaptándose al entorno y logrando fidelizar clientes.

### **Objetivos Específicos**

Identificar la importancia de la IA para la optimización de procesos en la toma de decisiones organizacionales.

Describir los beneficios que se obtienen al implementar la IA garantizando eficiencia en análisis de grandes cantidades de datos en tiempo real, disminuyendo errores humanos logrando decisiones asertivas.

Determinar el papel de la IA en la predicción de la demanda y el comportamiento de los consumidores y como estas predicciones influye en la toma de decisiones de inventario y producción.

## **La IA como aliada estratégica de las empresas para la toma de decisiones**

En la actualidad las empresas están tomando la IA como aliada estratégica para la toma de decisiones, convirtiéndose en una herramienta clave, demostrando su eficiencia en los resultados de sus procesos, y teniendo un bajo margen de error en la toma de decisiones, según encuestas realizadas por SAP Colombia 2025 las empresas reportan un impacto alto en las decisiones tomadas, alcanzando un 69 % de efectividad, a su vez el 65 % afirma haber aumentado su productividad, y alrededor del 40 % logró una reducción en el costo operativo.

En los entornos empresariales herramientas de IA como lo es Copilot, Gemini, ChatGPT, Dall-e entre muchas otras van tomando fuerza y son más utilizadas entre los miembros de las organizaciones convirtiendo entornos laborales cada día más competitivos y dinámicos capaces de tomar decisiones acertadas y oportunas a las situaciones del mundo cambiante que vivimos en la actualidad, en este contexto la IA se ha convertido en un socio estratégico no solo capaz de optimizar procesos si no también ayudando a la toma de decisiones a través de análisis de datos que le suministremos y los que hay en la web (artículos, libros, investigaciones científicas foros y noticias) redes sociales (Facebook, Instagram, tiktok) en entornos empresariales datos internos (ventas, inventarios, sensores, manufactura, agricultura) en tiempo real, siendo capaz de generar escenarios predictivos y adelantarnos a posibles resultados, logrando una mayor precisión en los objetivos planteados y cumplimiento de metas propuestas.

## **Toma de decisiones inteligentes con IA**

Hoy en día vemos a grandes empresas con gran impulso en el mercado a nivel mundial y su mayor éxito es la utilización de la inteligencia artificial en sus campañas de marketing, vemos como por medio de algoritmos y datos inteligentes sacan e impulsan sus productos para obtener mayores ventas y llegar a más compradores, antes de sacar el producto al mercado predicen con la ayuda de la IA la demanda que van a tener basados en la búsqueda y comportamiento de los clientes, también ayudando a optimizar su inventarios, ajustándose así a las tendencias de consumo de los nichos de mercado que tiene estas empresas.

Una decisión estratégica basada en la IA que están adoptando muchas organizaciones desde varios años atrás la cual tiene un impacto positivo para las empresas es la implementación de chatbots ayudándolos a optimizar procesos, reducir costos y aumentar ingresos, y a la vez transformando la forma en que se relaciona con sus clientes brindándoles la ayuda en tiempo real evitando las filas y los desplazamientos, optimizando su tiempo y obteniendo el servicio requerido las 24 horas del día y en cualquier lugar del mundo, esta es una muy buena decisión ya que no solo mejora la eficiencia operativa sino que también ofrece calidad del servicio y fidelización de clientes y mayor capacidad de innovación , a la vez obtienen mejor calidad del dato de los clientes mejorando el entorno analítico, posicionándose en un mercado altamente competitivo.

Un claro ejemplo son los casos de éxito de las grandes empresas que han aplicado la IA en sus procesos, posicionándolas a nivel mundial como empresas líderes, vemos su enfoque tecnológico e innovador. En la tabla a continuación podemos ver el impacto que tiene cada una de ellas, a que se dedican y los principales clientes que tiene.

**Tabla 1**

*Comparativo empresas más reconocidas a nivel mundial.*

Empresa	A que se dedica	Clientes principales	Clientes estimados
Amazon	E-commerce, servicios en la nube (AWS), entretenimiento, dispositivos	Consumidores individuales, empresas, suscriptores Prime, usuarios de AWS	+200 millones Prime +4.19 millones empresas en AWS
Microsoft	Software (Windows, Office), nube (Azure), hardware, videojuegos	Empresas, consumidores, desarrolladores, usuarios de Xbox y LinkedIn	+82.5 millones Office 365 +347,924 clientes de Azure
Google	Buscador, publicidad digital, nube, Android, YouTube	Usuarios digitales, anunciantes, empresas y consumidores móviles	+2.7 mil millones usuarios YouTube +61.95 mil millones ingresos publicitarios
Samsung	Electrónica de consumo, semiconductores, electrodomésticos, móviles	Consumidores globales, empresas, operadores móviles, minoristas	Millones de usuarios de móviles y TVs en más de 38 países

Fuente: elaboración propia. Basada en:

- Canvas Business Model. (s.f.). *Amazon Target Market*. CanvasBusinessModel. Recuperado de <https://canvasbusinessmodel.com/blogs/target-market/amazon-target-market>
- Apps Run The World. (2023). *List of Microsoft Customers*. Apps Run The World. Recuperado de <https://www.appsruntheworld.com/customers-database/vendors/view/microsoft>
- Crystalloids. (s.f.). *Google Cloud CDP: The Complete Guide to Customer Data Platform*. Recuperado de <https://www.crystalloids.com/insights/google-cloud-customer-data-platform>
- Business Model Analyst. (2024). *Samsung Marketing Strategy*. Recuperado de <https://businessmodelanalyst.com/es/estrategia-de-marketing-de-samsung/>

## **Metodología de búsqueda de la información**

Investigativa ya que se consulta en varias fuentes el tema tratado, dichas fuentes son Google académico y Copilot, estos ayudan a encontrar artículos y textos en los cuales se puede apoyar para afianzar ideas y plasmar diferentes puntos de vista sobre el tema planteado. Este enfoque permite construir una base teórica sólida que respalda el análisis del impacto de la IA en el contexto empresarial actual.

Cualitativa por que se realizan tablas comparativas para que sea mas clara y visible la información teniendo un analisis mas profundo de los datos en la toma de decisiones dentro de las organizaciones.

Descriptivo por que se plasma las ideas, conocimientos que se obtiene de la investigación realizada donde se evidencian beneficios y riesgos de la IA.

## Sustentación teórica de la pregunta

Como lo dice Soto Alsua "La IA puede revolucionar la forma en que las empresas operan, ofreciendo una serie de ventajas clave. Para comenzar, la IA puede permitir a las empresas innovar y optimizar sus operaciones, aumentando la eficiencia al automatizar tareas rutinarias. Con capacidades como el procesamiento del lenguaje natural y el análisis predictivo, las empresas pueden mejorar la toma de decisiones basadas en datos y optimizar la eficiencia operativa" (Soto Alsua, 2024, p. 17) consideramos que la inteligencia artificial ha surgido como una de las tecnologías más transformadoras en el ámbito empresarial, especialmente en la toma de decisiones. Su impacto en la capacidad de analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real, predecir comportamientos del mercado generando sugerencias precisas, permitiendo así que las empresas puedan tomar decisiones más completas, oportunas y eficientes, nos ayudan a la automatización de procesos, mejorar el inventario logrando así llevar la empresa por el mejor camino mejorando los objetivos y metas planteadas.

Segun Soto Alsua "La IA, especialmente a través de la automatización de procesos robóticos (APR), puede realizar operaciones rutinarias que son consumidoras de tiempo cuando se realizan manualmente. Ejemplos de estas operaciones podrían ser la entrada de datos, el procesamiento de facturas y la gestión de inventarios. En resumen, la identificación de oportunidades de IA implica una evaluación estratégica de áreas para la mejora de la eficiencia y la innovación dentro de la empresa" (Soto Alsua, 2024, p. 50) pensamos que desde el punto de vista operativo la IA logra optimizar procesos rutinarios como lo son la gestión de inventarios,

atención al cliente y análisis financiero, al implementar soluciones como chatbots, copilots o asistentes virtuales, con estos las organizaciones no solo reducen costos si no también mejoran la experiencia del usuario y logran recopilar información para tomar decisiones estratégicas futuras, consideramos que estas automatizaciones de procesos son oportunidades para las personas que laboramos en las empresas busquemos a afianzar nuestros conocimientos en IA , logrando así hacer nuestros trabajos más fáciles y ágiles, optimizando tiempos y ahorrando costos extras a las empresas.

Basados en Decaroli Liendo “La IA puede identificar fácilmente patrones de comportamiento, preferencias y necesidades de los consumidores. Se pueden adaptar los anuncios a las preferencias individuales de los consumidores, lo que aumenta significativamente la efectividad de las campañas publicitarias” (Decaroli Liendo, 2025, p. 13) consideramos que en cuanto al nivel estratégico la IA fortalece la toma de decisiones al proporcionar análisis predictivos que ayudan a que las empresas puedan adelantarse a realizar cambios y ajustar sus campañas de marketing y desarrollar productos con mayor precisión según las tendencias del mercado y necesidades del cliente. Siendo así la IA no reemplaza al ser humano en el proceso de decisión, al contrario se convierte en un complemento que incrementa sus capacidades cognitivas y analíticas.

Por otra parte, la IA contribuye a la reducción del riesgo empresarial, permite evaluar posibles impactos antes de ejecutar una decisión, lo que favorece una gestión más proactiva y menos reactiva frente a los desafíos del entorno.

De esta manera el aprovechamiento de la IA no solo implica la aceptación de las nuevas herramientas tecnológicas, sino también un cambio en la cultura organizacional. Las empresas que promueven la innovación están un paso más adelante para adaptarse al cambio, mejorar continuamente sus procesos y ser más competitivas en el entorno dinámico y digital.

En la tabla comparativa se puede ver los beneficios y riesgo de las IA en la toma de decisiones en las grandes empresas, lo que permite evidenciar los diferentes factores que se deben de tener presente y en cuenta en toda organización al momento de aplicarla.

**Tabla 2**

*Tabla comparativa los beneficios y riesgo de las IA*

Beneficios	Descripción	Riegos	Descripción
Eficiencia operativa y rapidez	Análisis de grandes cantidades de datos en tiempo real, toma de decisiones más ágiles	Costos elevados al inicio	Inversión elevada en tecnología, infraestructura y capacitación
Precisión y reducción de errores	Disminuye errores humanos y toma decisiones más objetivas	Fallas o errores algorítmicos	Mala programación lo que puede llevar a dar resultados de datos errados
Personalización	Adapta el servicio y mejora la experiencia del cliente	Sobreconfiar en la IA	Decisiones automatizadas sin supervisión crítica humana
Reducción de costos operativos	Automatización de tareas repetitivas y optimización de recursos	Desplazamiento laboral	Riesgo de pérdida de empleo para tareas rutinarias
Mejor gestión del riesgo	Predicción anticipada de problemas y soporte para decisiones estratégicas	Seguridad y privacidad de datos.	Vulnerabilidad frente a brechas, uso indebido o fraude de datos.

Fuente: elaboración propia

## Conclusiones

La inteligencia artificial representa una herramienta poderosa para mejorar la toma de decisiones en las empresas. Su impacto se refleja tanto en la optimización de procesos como en la capacidad de respuesta ante situaciones complejas. Sin embargo, su aplicación requiere una visión estratégica, un marco ético claro y una adecuada gestión del cambio organizacional, para garantizar que la tecnología complemente y no reemplace la capacidad humana de decidir.

Las decisiones estratégicas, tácticas y operativas se benefician significativamente del uso de IA, ya que esta permite analizar grandes volúmenes de información en tiempo real, generar recomendaciones y reducir el margen de error humano, por lo tanto es importante mantener un equilibrio entre la automatización y la participación humana para establecer controles y principios que regulen su uso responsable.

Consideramos que la IA es gran aliada para las grandes empresas ayudándolas en la predicción de la demanda y el comportamiento de los consumidores, gracias a esto se logra la fidelización y la perdurabilidad en el mercado, alineadas con las tendencias del consumo, al mismo tiempo que se utiliza el inventario, es importante considerar que la precisión de estas predicciones depende de la calidad de los datos utilizados en conjunto con la supervisión humana y el criterio para la toma de decisiones

## Referencias

1. **Apps Run The World.** (2023). *Microsoft Customers Database*. Recuperado de <https://www.appsruntheworld.com/customers-database/vendors/view/microsoft>
2. **Business Model Analyst.** (2022). *Samsung Marketing Strategy*. Recuperado de <https://businessmodelanalyst.com/samsung-marketing-strategy/>
3. **Canvas Business Model.** (s.f.). *Amazon Target Market*. CanvasBusinessModel.com. Recuperado de <https://canvasbusinessmodel.com/blogs/target-market/amazon-target-market>
4. **Decaroli Liendo, R. del C.** (2025). *Desarrollo y aplicación de la Inteligencia Artificial en Marketing y Publicidad 2023–2024 en Latinoamérica y Europa. Hacia una revisión de la literatura* [Nota académica, Universidad de Lima].
5. **Erazo-Castillo, J.** (2023). Auditoría del futuro, la prospectiva y la inteligencia artificial para anticipar riesgos en las organizaciones. *Revista Digital Novasinergia*, 6(1), 105-119.
6. **Gartner.** (2025). *AI roadmap: What it is and how to build one*. <https://www.gartner.com/en/articles/ai-roadmap>
7. **Google Cloud.** (s.f.). *Customer Data Platform*. Recuperado de <https://cloud.google.com/solutions/customer-data-platform>
8. **McKinsey & Company.** (2025). *El estado de la IA: Cómo se transforman las organizaciones para capturar valor*. [https://www.mckinsey.com/~/\\_/media/mckinsey/locations/south%20america/latam/latam/el%20estado%20de%20la%20ia%20como%20se%20renuevan%20las%20organizaciones%20para%20capturar%20valor/new%20folder/el%20estado%20de%20la%20ia%20como%20se%20transforman%20las%20organizaciones%20para%20capturar%20valor.pdf](https://www.mckinsey.com/~/_/media/mckinsey/locations/south%20america/latam/latam/el%20estado%20de%20la%20ia%20como%20se%20renuevan%20las%20organizaciones%20para%20capturar%20valor/new%20folder/el%20estado%20de%20la%20ia%20como%20se%20transforman%20las%20organizaciones%20para%20capturar%20valor.pdf)
9. **OECD.** (2024). *Algorithmic management in the workplace*. [https://www.oecd.org/en/publications/algorithmic-management-in-the-workplace\\_287c13c4-en.html](https://www.oecd.org/en/publications/algorithmic-management-in-the-workplace_287c13c4-en.html)
10. **Rangel Saltos, J. E., Triviño Bloisse, S. Y., Lavayen Yavar, H., & Villamar Piguave, W. G.** (2024). Inteligencia Artificial. La nueva transformación de la administración empresarial. *RECIAMUC*, 8(1), 759-767. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/8.\(1\).ene.2024.759-767](https://doi.org/10.26820/reciamuc/8.(1).ene.2024.759-767)
11. **SAP Colombia.** (2025, 31 de julio). SAP impulsa la IA en empresas colombianas. *La República*. <https://www.larepublica.co/alta-gerencia/sap-impulsa-la-ia-en-empresas-colombianas-4193332>
12. **Soto Alsua, I.** (2025). *Inteligencia Artificial: Implementación en el mundo empresarial y sus consecuencias e impacto*. [https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/73789/TFG\\_Soto.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/73789/TFG_Soto.pdf?sequence=1&isAllowed=y)