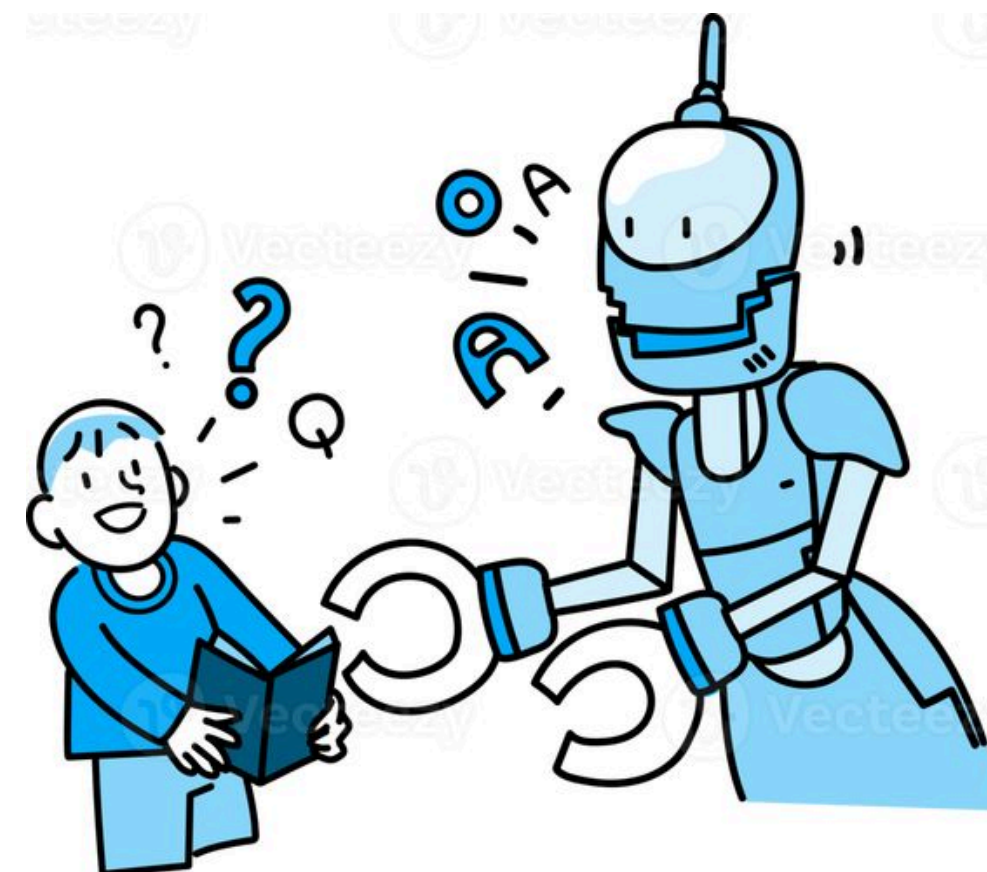


Inteligencia Artificial

Chingal Muñoz Gabriela
Cuaspud Mueses Fernanda
Getial Delgado Yeimy
Fuertes Gomez Paula
Vidal Gomez Diana



Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas Administración De Empresas

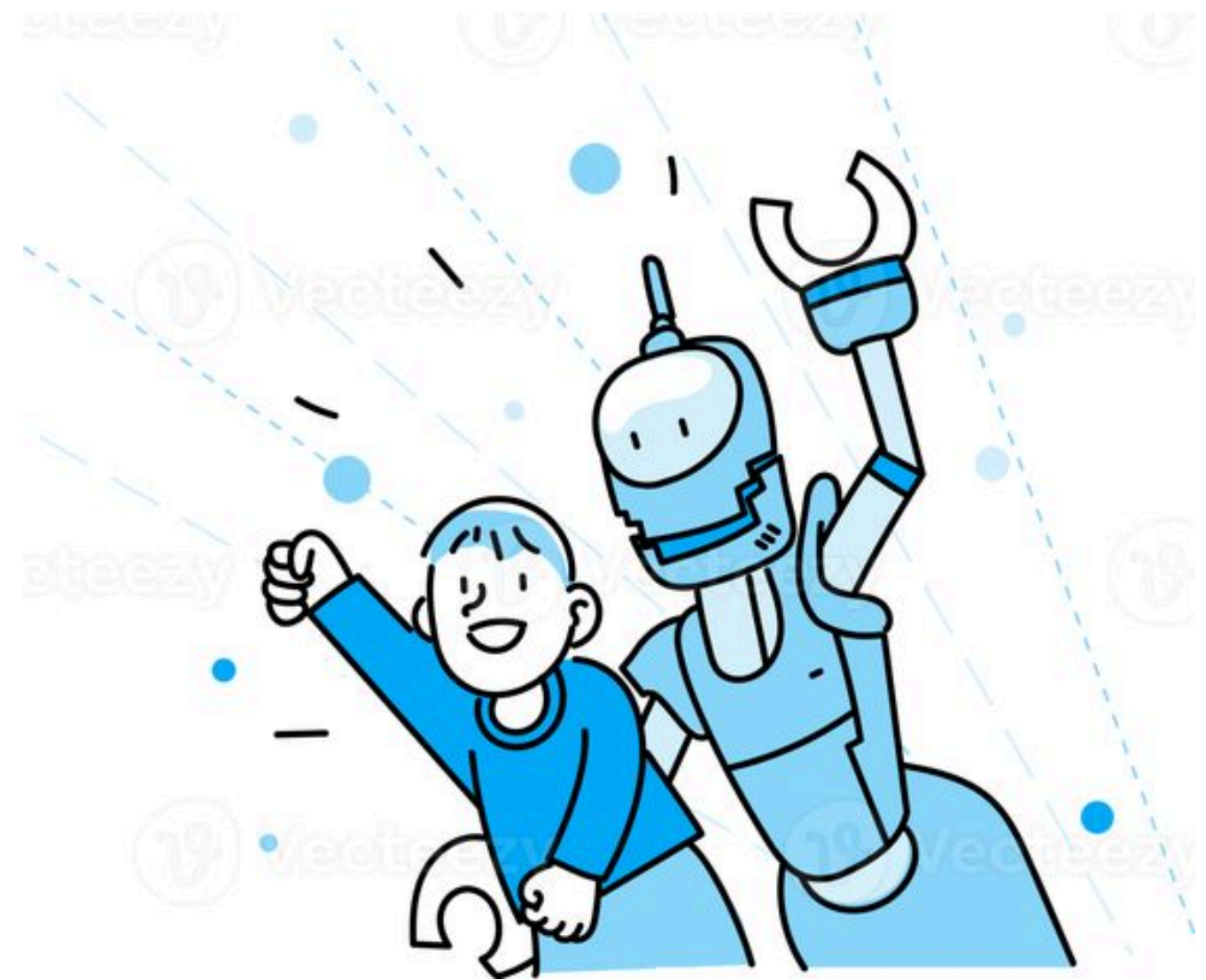
Carlos Omar Ojeda Enríquez

2024

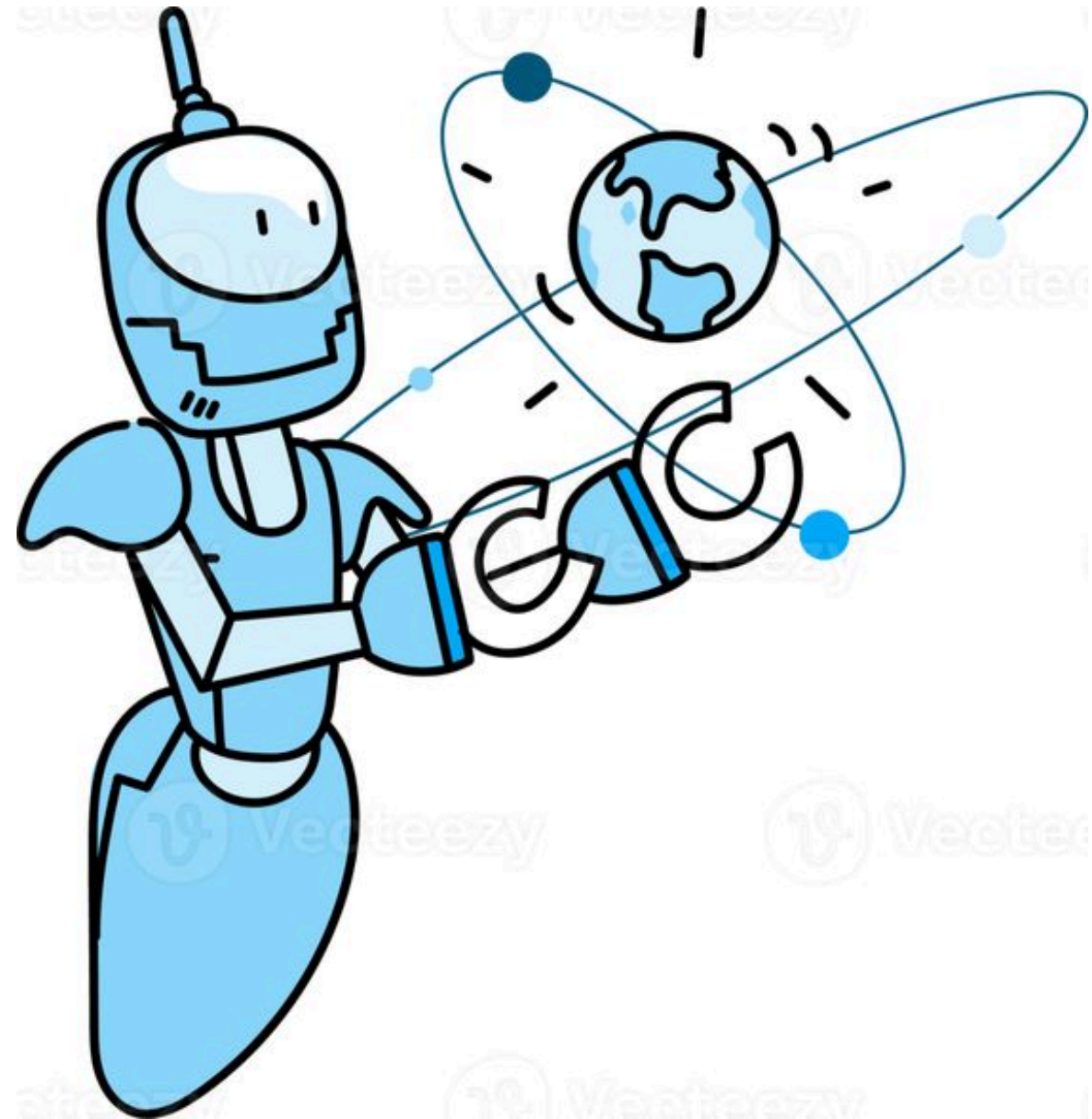


Tabla de contenido

- 1. Introducción
- 2. Aplicaciones de IA
- 3. Ventajas Desafíos y Riesgos
- 4. La era de la IA generativa
 - 4.1 Aplicaciones y desafíos
- 5. La sostenibilidad Empresarial
- 6. Estrategia en consecuencia decisión
- 7. Customer journey



Introduccion



La Inteligencia Artificial (IA) se ha transformado en un motor de cambio en el mundo contemporáneo, transformando sectores, configurando la tecnología e impactando en nuestra vida diaria. Desde asistentes virtuales en nuestros celulares hasta sugerencias personalizadas en plataformas de transmisión.



Universidad de Nariño
FUNDADA EN 1904



Universidad de Nariño
ACREDITADA DE ALTA CALIDAD
RESOLUCIÓN MEN 00022 - ENERO 11 DE 2023

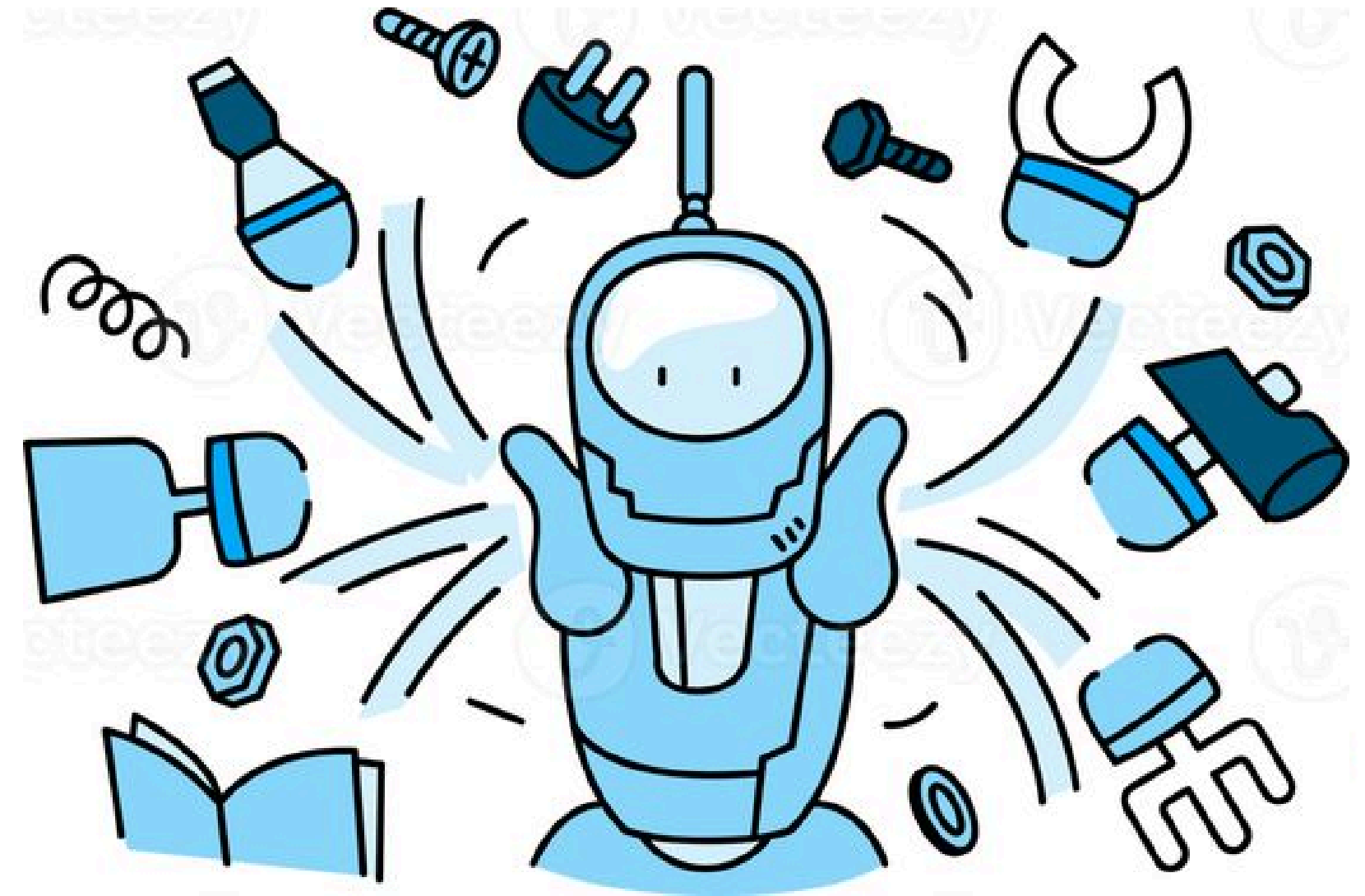


Universidad de Nariño



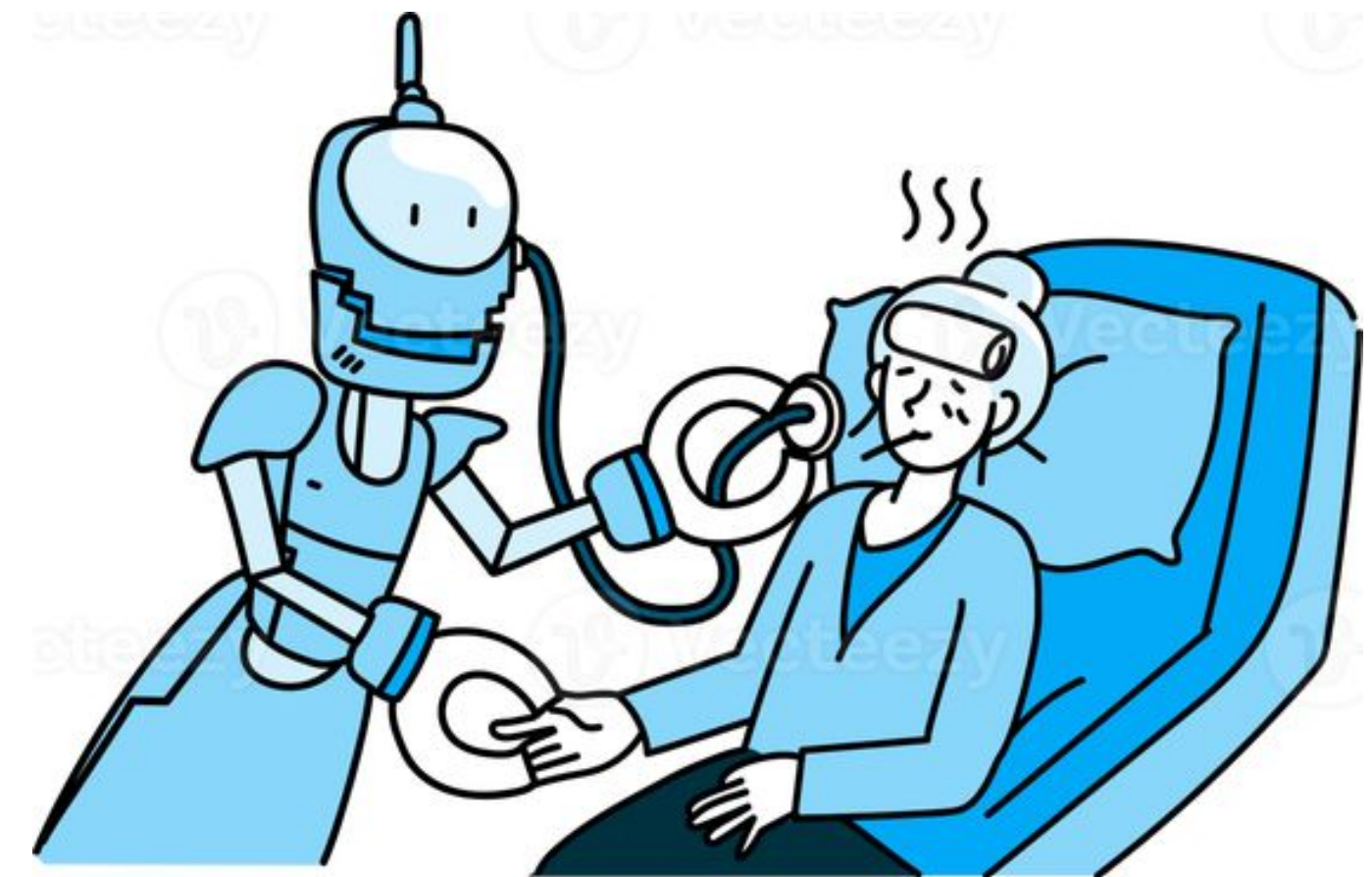
Historia de la IA

Desde sus inicios en los años 40 hasta su desarrollo moderno esta a evolucionado significativamente con avances y capacidades de procesamiento como en el año 1956 donde se crea el primer programa de IA en 1970 se crea un programa para el diagnostico medico y en 2010 se lanza Siri.



Aplicaciones de IA

1. Asistentes virtuales: herramientas como Siri y Alexa que nos ayudan a responder preguntas y realizar tareas.
2. Pantallas de recomendación: en plataformas de streaming o Netflix, la IA sugiere películas y series según nuestros gustos.
3. Salud: la IA tiene la capacidad de analizar imágenes médicas y así poder ayudar a diagnosticar enfermedades.
4. Automóviles autónomos: vehículos que tienen la capacidad de conducirse solos utilizando sensores y algoritmos de IA.



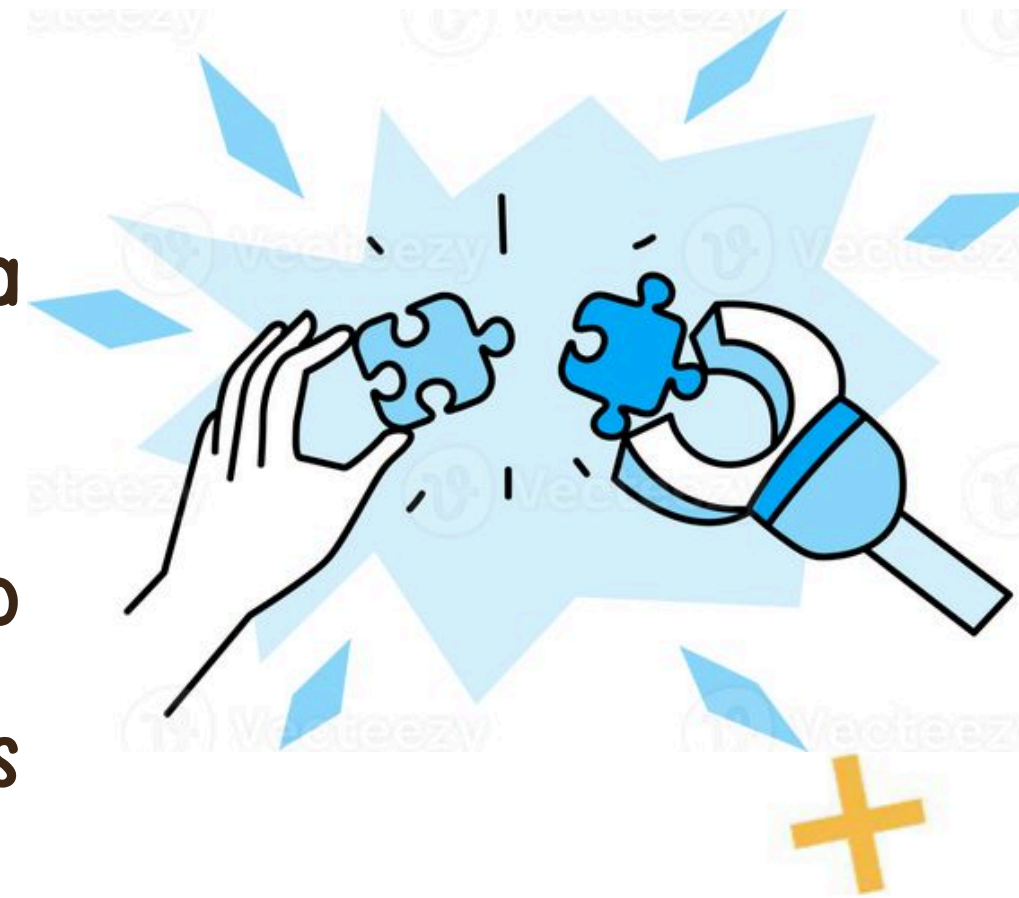
Ventajas de IA

1. Nos facilita la interacción entre humanos y maquinas.
2. Mejora la eficiencia y productividad.
3. Nos ayuda a la toma de decisiones.
4. Reducción de errores y mayor precisión.



Desafíos y riesgos de IA

1. La discriminación: esto puede llevar a situaciones y decisiones injustas como en áreas de contratación.
2. La privacidad: el uso de datos personales en modelos IA plantea preocupaciones sobre la seguridad y la privacidad de los usuarios.
3. Ética y responsabilidad: IA toma decisiones de manera autónoma, pero surge la pregunta de quien responde en caso de que errores o daños causados.



La Era de la IA Generativa

Una de las tecnologías más revolucionarias de la última década se centra en la creación de contenido nuevo desde música imágenes y videos.

Aplicaciones: Creación del contenido: donde encontramos textos como GPT que son capaces de redactar facilitando la escritura automatizada también música y audio como también videos y animación.

Desafíos:

Desinformación: puede ser utilizadas para falsas noticias o manipular información que plantea riesgos para la sociedad.

Impacto en el empleo: la automatización de la creación de contenidos puede afectar a trabajadores creativos.



la sostenibilidad empresarial dependerá del uso de IA

La sostenibilidad empresarial cada vez se ve más influenciada por el uso de la inteligencia artificial algunas formas que puede contribuir IA son:

La optimización de procesos: en la cual ayuda a gestionar los recursos de manera eficiente.

Análisis: permite identificar patrones y tendencias que permiten la sostenibilidad de la empresa.

Mantenimiento predictivo: con la IA puede anticipar fallos en las máquinas.

Al integrar IA en las estrategias de sostenibilidad puede generar grandes ventajas competitivas en el mercado y cumplir con expectativas sociales.



Estrategia en consecuencia decisión

Variables críticas de éxito como sistemas de control, valores esenciales como sistemas de creencia, riesgos a evitar con sistemas de control interactivos. Al seguir esta estrategia podemos mejorar la sostenibilidad y fortalecer el mercado.



Customer journey

Es el conjunto de vivencias que un individuo, y posteriormente un cliente, experimenta con una compañía durante un lapso de tiempo, que puede ser breve o extenso en función del producto o servicio que se trate.

¿Para qué sirve el customer journey?

Customer journey es una táctica de marketing que permite establecer el proceso de adquisición de un producto o servicio, reconociendo las posibles necesidades del posible cliente, además de incrementar su nivel de lealtad posterior.

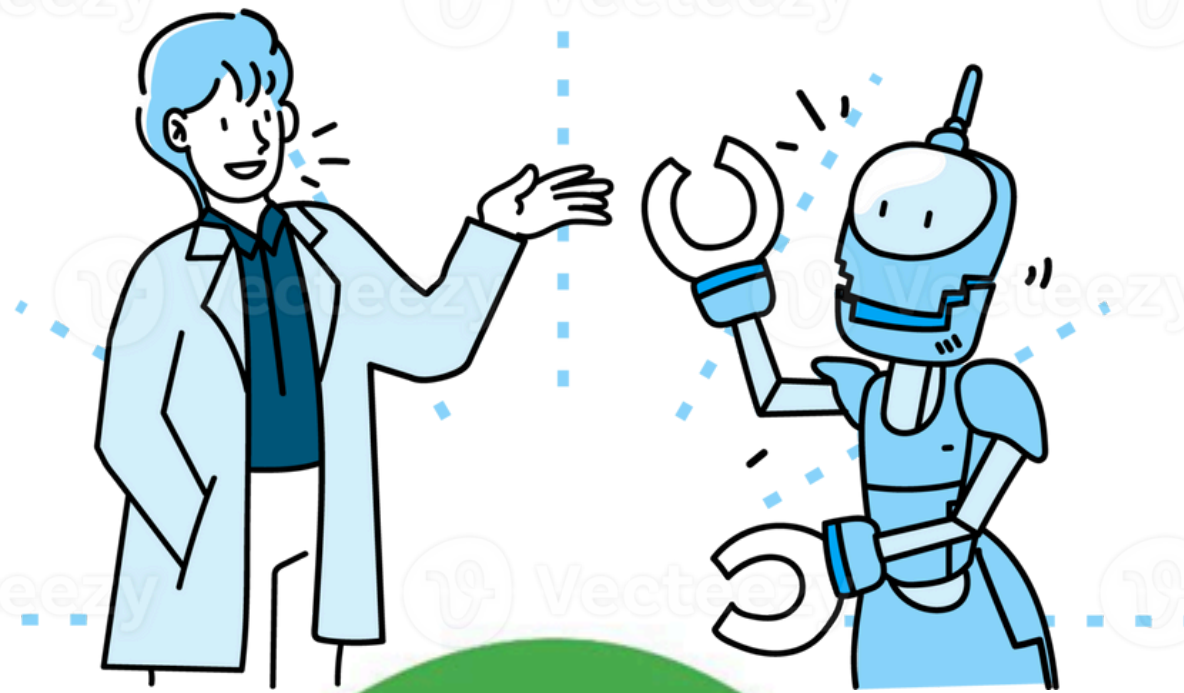
¿Cuáles son las fases del customer journey?

Descubrimiento, Consideración, Decisión, Compra, Promoción.



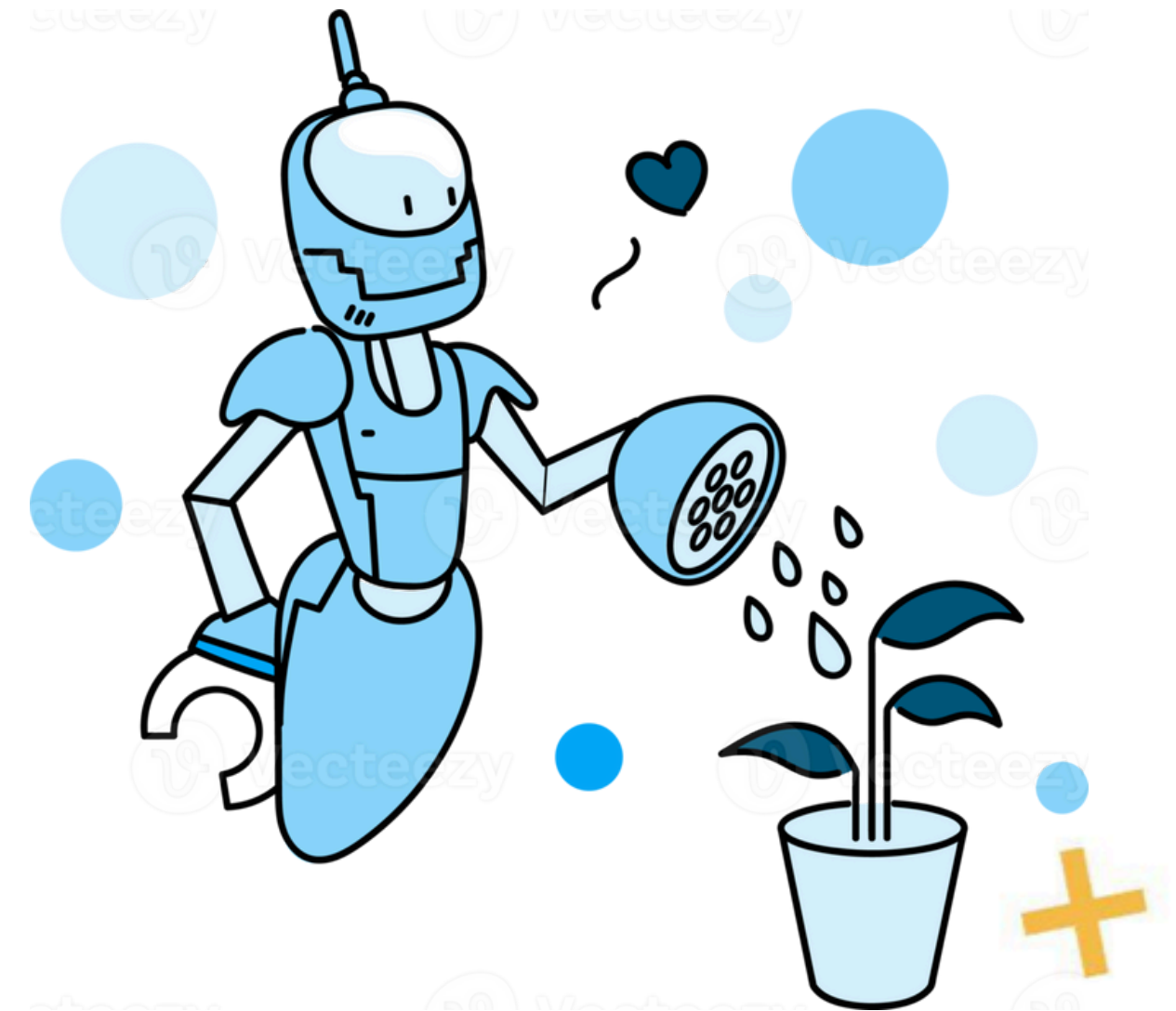
Conclusiones

- La inteligencia artificial está transformando diversas industrias, desde la salud hasta la producción, incrementando la eficiencia y posibilitando innovaciones que anteriormente eran inimaginables.
- La Inteligencia Artificial no es un destino, sino una travesía. Es fundamental la investigación y el desarrollo constantes para enfrentar sus restricciones y descubrir nuevas aplicaciones que favorezcan a la sociedad.
- La habilidad de la Inteligencia Artificial para examinar grandes cantidades de información y identificar patrones brinda a las compañías un beneficio competitivo al permitir tomar decisiones más fundamentadas y estratégicas.



Recomendaciones

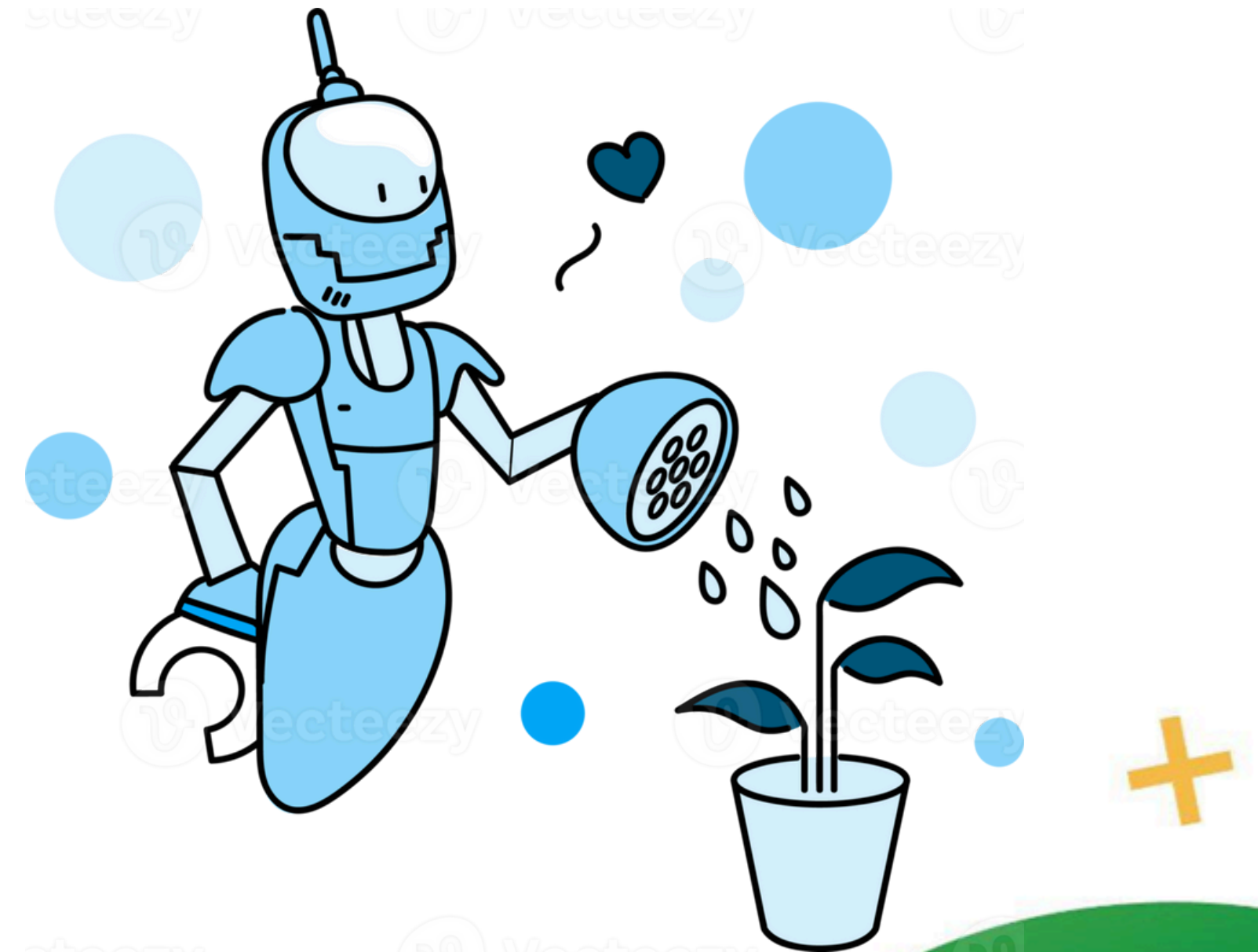
- Promover la capacitación constante en competencias vinculadas a la Inteligencia Artificial, que incluyen el análisis de datos, programación y ética en IA, con el fin de prepararnos para el futuro.
- Mantenernos al día con las últimas tendencias y avances en IA para identificar nuevas oportunidades y adaptarnos rápidamente a cambios en el entorno tecnológico.



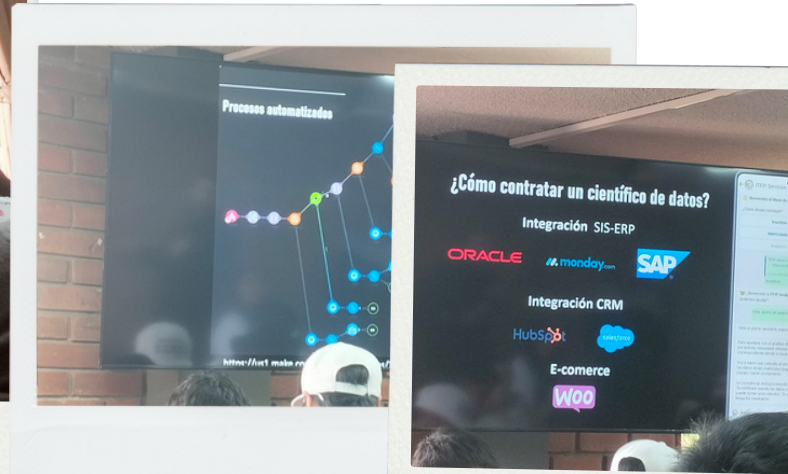
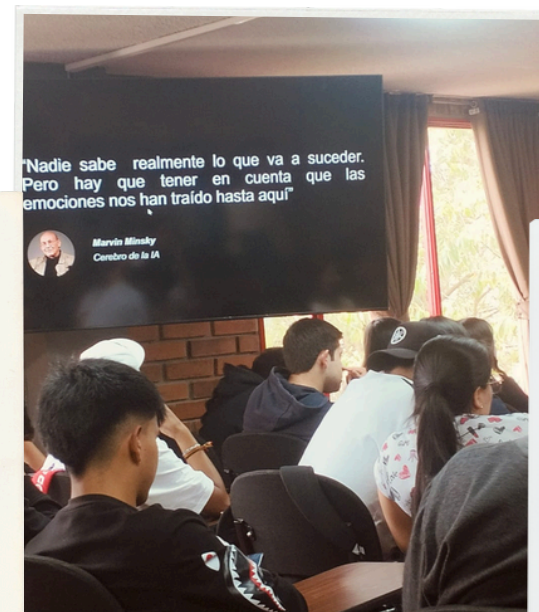
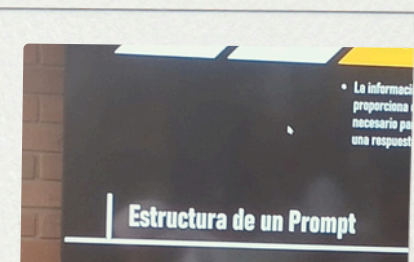
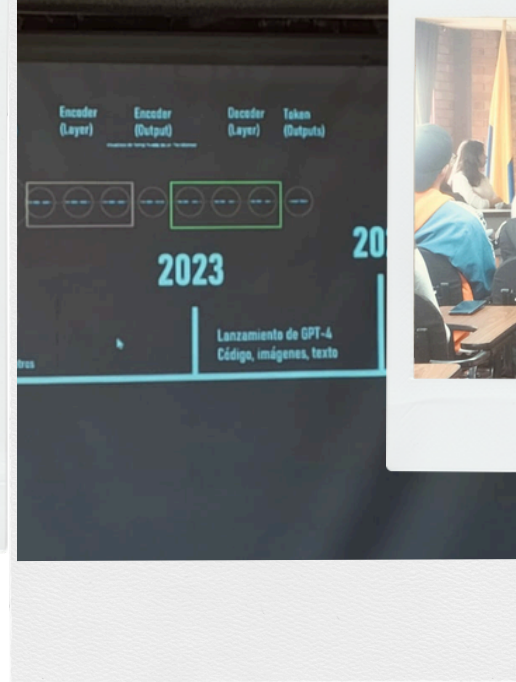
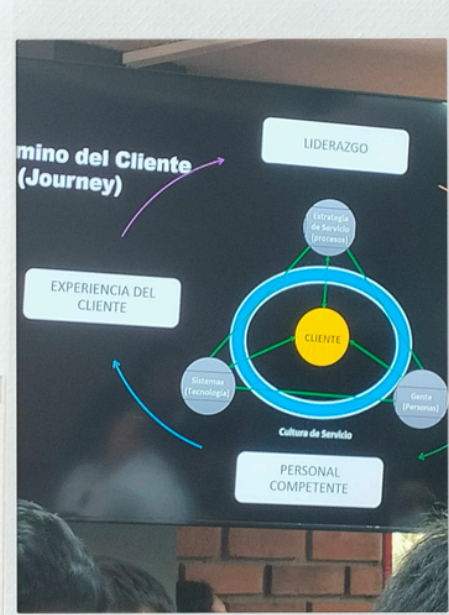
Bibliografía

<https://cloud.google.com/learn/what-is-artificial-intelligence?hl=es-419>

<https://www.iberdrola.com/innovacion/que-es-inteligencia-artificial>



Inteligencia Artificial



MUCHAS GRACIAS

