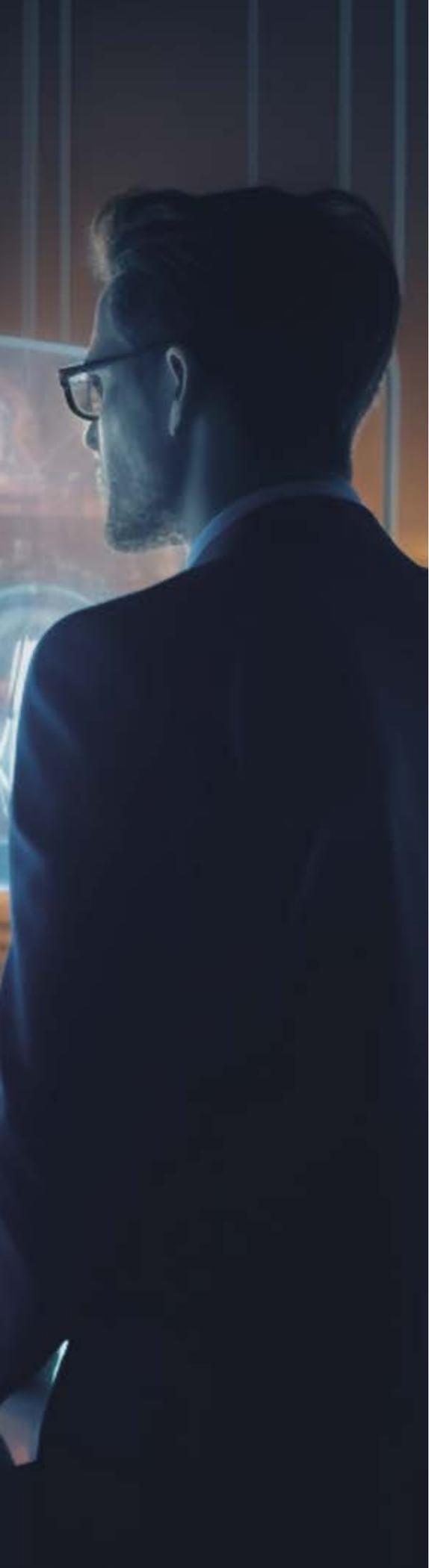


La influencia de la inteligencia artificial en la carrera de Negocios Internacionales

The image features a person's hands typing on a laptop keyboard. The laptop screen displays a blue-toned image of a city or landscape. The background is a blurred cityscape at night, with warm lights from buildings. Overlaid on the scene are various digital and futuristic elements: a large, semi-transparent blue grid, glowing lines, and several floating windows or panels containing abstract data visualizations, including a sunburst icon and a line graph. The overall color palette is dominated by blues and oranges, creating a high-tech, digital atmosphere.



Dra. María Luisa Montás Valera

ORCID: 0000-0003-4885-9642D

Doctorado en Administración Gerencial, Universidad Benito Juárez, México. Maestría en Gerencia de Mercadeo y Maestría en Educación, Universidad de Camagüey, Cuba. Posgrado en Tutor Virtual, en Argentina. Licenciada en Informática, Universidad APEC (Unapec). En el ámbito laboral, tiene más de treinta años en el desempeño de posiciones como gerente de informática, en Baninter; y gerente de mercadeo y ventas, en las multinacionales 3M y Baxter Dominicana. En el ámbito académico, tiene más de veinticinco años como docente de grado y posgrado. Ha desempeñado las posiciones de coordinador académico, director de admisiones y actualmente directora de la Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales, de Unapec.

Ha colaborado en las siguientes investigaciones: Estudio de necesidades y demanda de estudios técnicos o formativos en la juventud de Villa Juana y su entorno, Promapec, 2018; Estudio de mercado sobre la imagen institucional de la Universidad APEC, 2019; Reforma curricular de las carreras de Mercadeo y Negocios Internacionales, 2019; Análisis valorativo de la virtualidad en los docentes y estudiantes de la Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales, mayo-agosto 2020, Unapec; Comportamiento de compras del consumidor, de las etiquetas de salud en los alimentos, a través del convenio entre Unapec y EAN, Colombia, 2021; investigación doctoral: Mejora de la gestión universitaria a partir de la retroalimentación sobre calidad del servicio al cliente externo e interno, 2022.

Ha publicado los artículos “Sistematización de las jornadas de limpieza de las costas, como Acción de Responsabilidad Social Universitaria”, *Unapec Verde*, núm. 3, 2022; “La virtualidad en los docentes y estudiantes de la Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales”, *Pensamiento*, núm. 3, 2023; y “Mejora de la gestión universitaria a partir de la satisfacción del cliente mediante el Net Prometer Score”, *Observatorio de las Ciencias Sociales Iberoamérica, Eudmed*, núm. 4, 2023; The Impact of Nutritional labels on consumer purchase intentions: The Roles of ethnocentrism and senocentrism and ages as control variable, *www.Albus.lat*, Puebla, México y “La Importancia del Consumidor Verde: impulsando la economía sostenible”, *Unapec Verde*, núm. 5, 2024.

La influencia de la inteligencia artificial en la carrera de Negocios Internacionales

Dra. María Luisa Montás Valera

RESUMEN

Este artículo examina el impacto transformador de la inteligencia artificial (IA) en la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad APEC. La IA ha revolucionado la forma de operar de las empresas, desde la automatización de procesos y optimización de las cadenas de suministro hasta la mejora en la toma de decisiones estratégicas mediante el análisis de datos en tiempo real. Asimismo, su capacidad para personalizar la experiencia del cliente permite a las empresas adaptarse a las demandas culturales y de consumo de los mercados globales.

Se abordan también los desafíos éticos y prácticos asociados con la implementación de la IA, como la privacidad de los datos, el sesgo algorítmico y el impacto en el empleo. Esas cuestiones subrayan la importancia de desarrollar políticas responsables y promover un uso ético de la tecnología. Además, se analizan las competencias esenciales que los profesionales deben adquirir –como análisis de datos, adaptabilidad tecnológica y pensamiento ético– para prosperar en un entorno internacional en evolución constante. Por último, el artículo destaca el potencial de la IA para impulsar la sostenibilidad y la equidad en mercados emergentes, en los que las inversiones estratégicas y la regulación adecuada pueden potenciar su impacto positivo. En ese contexto, la IA no solo representa una herramienta tecnológica, sino además un motor clave para la innovación, el desarrollo sostenible y la competitividad global.

Palabras claves

Inteligencia artificial, negocios internacionales, automatización, análisis de datos, ética empresarial, personalización del cliente.

ABSTRACT

This article examines the transformative impact of artificial intelligence (AI) on the International Business program at APEC University. AI has revolutionized business operations, from process automation and supply chain optimization to enhancing strategic decision-making through real-time data analysis. Additionally, its ability to personalize customer experiences enables companies to adapt to the cultural and consumer demands of global markets.

The article also addresses the ethical and practical challenges associated with AI implementation, such as data privacy, algorithmic bias, and the impact on employment. These issues highlight the importance of developing responsible policies and promoting the ethical use of technology. Furthermore, it discusses the essential skills that professionals must acquire –such as data analysis, technological adaptability, and ethical reasoning– to thrive in an ever-evolving international environment. Finally, the article emphasizes AI's potential to drive sustainability and equity in emerging markets, where strategic investments and appropriate regulation can amplify its positive impact. In this context, AI is not only a technological tool but also a key driver of innovation, sustainable development, and global competitiveness.

Keywords

Artificial intelligence, international business, automation, data analysis, business ethics, customer personalization.

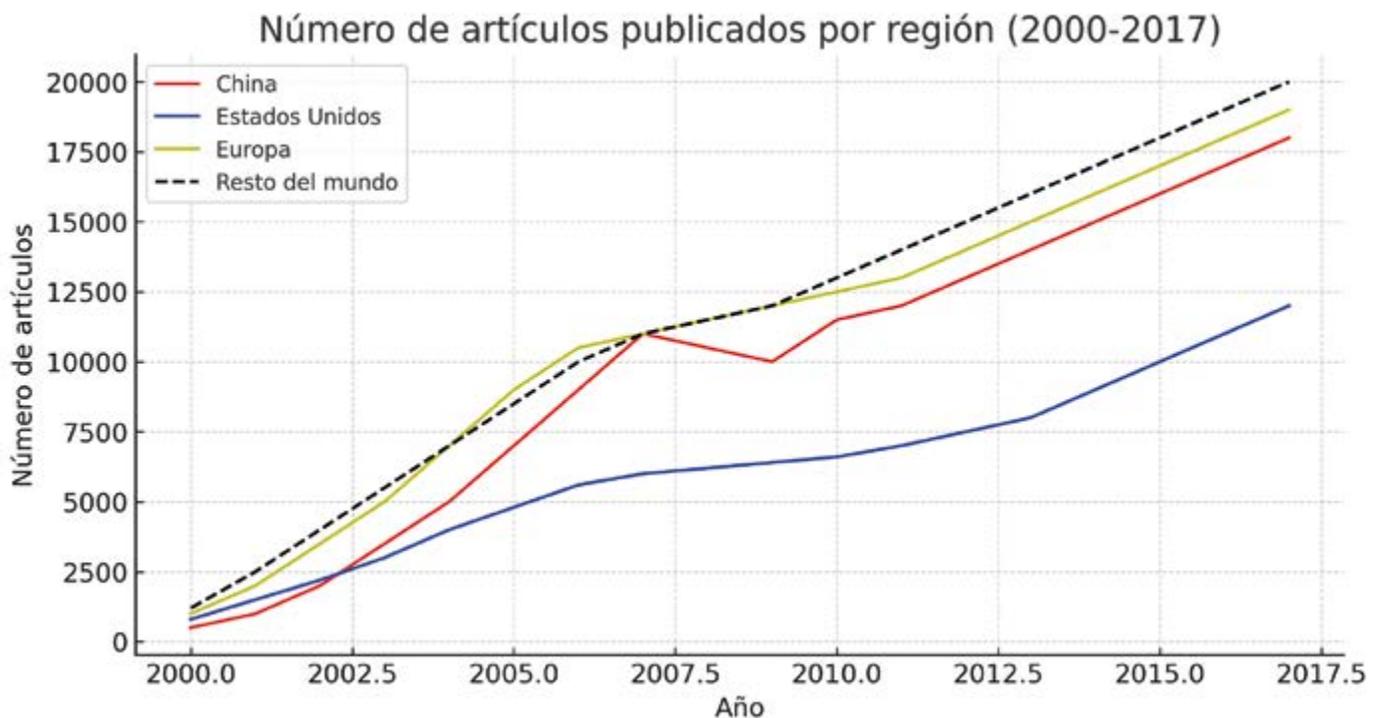
INTRODUCCIÓN

En la última década, la inteligencia artificial (IA) ha evolucionado desde tecnología emergente a convertirse en un pilar esencial de la transformación digital en diversas industrias. En el ámbito de los negocios internacionales, la IA revoluciona la manera en que las empresas interactúan con mercados globales, optimizan sus procesos y responden a las demandas dinámicas de los consumidores. La globalización, junto con los avances tecnológicos, ha ampliado de forma considerable las oportunidades comerciales; sin embargo, también ha introducido desafíos complejos que exigen una adaptación constante por parte de los profesionales del sector. Este artículo examina las diversas formas en que la IA impacta la carrera de Negocios Internacionales, y ofrece una visión integral de las tendencias actuales y las proyecciones futuras.

En un entorno globalizado y competitivo, la inteligencia artificial viene a redefinir los paradigmas

de los negocios internacionales. Esa tecnología no solo transforma la gestión de operaciones y estrategias empresariales, sino que también genera nuevas oportunidades y retos para los profesionales del área (Brynjolfsson y McAfee, 2017). Según datos de Statista, el uso de la IA en América Latina supera el promedio global del 42%. Además, el informe CX Trends 2024 de Zendesk señala que el 70% de los líderes en experiencia de clientes, plantean integrar la IA generativa en múltiples puntos de contacto con los consumidores en los próximos dos años (Zendesk, 2024).

Por otro lado, la inversión en IA varía significativamente entre regiones. Estados Unidos lidera con una inversión privada de 24.9 mil millones de dólares, seguido de China con 9.5 mil millones y el Reino Unido con 4.4 mil millones. Esas cifras reflejan el firme compromiso de esas naciones para posicionarse a la vanguardia del desarrollo y aplicación de la inteligencia artificial en distintos sectores económicos.



Fuente: *Technology Review*, 2019.

AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS Y EFICIENCIA OPERATIVA

La inteligencia artificial (IA) ha demostrado ser una herramienta fundamental en la automatización de procesos dentro de los negocios internacionales. Desde la gestión de cadenas de suministro hasta el análisis de datos de mercado, las soluciones que brinda la IA permiten que las empresas operen con una eficiencia significativamente mayor (Makridakis, 2017). Por ejemplo, los algoritmos de aprendizaje automático pueden prever tendencias de consumo y optimizar las operaciones logísticas internacionales, lo que se traduce en una reducción de costos y una mejora del tiempo de respuesta.

Empresas líderes como Amazon y Tesla han implementado la IA de manera innovadora, lo que ejemplifica su impacto. Amazon utiliza IA para analizar grandes volúmenes de datos, como el historial de compras y búsquedas de los usuarios, con el objetivo de ofrecer recomendaciones de productos altamente personalizadas. Además, ha optimizado su logística global mediante una gestión de inventarios eficiente, planificación de rutas de entrega y previsión precisa de la demanda, con lo que se logró reducir costos en su cadena de suministros. Por otro lado, Tesla aplica sistemas avanzados de IA en sus vehículos para funciones de conducción autónoma, y utiliza redes neuronales y algoritmos de aprendizaje automático que mejoran la seguridad y la experiencia del usuario (Zendesk, 2024).

En los mercados emergentes, la IA acelera la transformación digital al optimizar procesos empresariales y facilitar el acceso a los servicios esenciales. En regiones con infraestructuras logísticas limitadas, los algoritmos de aprendizaje automático ayudan a las empresas a planificar rutas de entrega más eficientes y a prever la demanda de productos, lo que permite reducir costos y tiempos de operación. Eso tiene un impacto especialmente significativo en sectores como la agricultura y el comercio, donde las soluciones basadas en IA impulsan la productividad, se promueven prácticas sostenibles y se fomenta el desarrollo económico.

MEJORA EN LA TOMA DE DECISIONES

La inteligencia artificial (IA) ha transformado la forma en que los profesionales de negocios internacionales acceden y utilizan la información. Gracias a las herramientas basadas en IA, ahora es posible analizar los datos en tiempo real, lo que facilita la toma de decisiones informadas en áreas clave como la selección de mercados, la negociación de contratos y la adaptación a regulaciones locales (Davenport y Ronanki, 2018). Además, las soluciones de inteligencia de mercado impulsadas por IA permiten identificar oportunidades emergentes con mayor precisión y evaluar riesgos potenciales de manera más eficiente.

Entre las aplicaciones más destacadas de la IA en los negocios internacionales se encuentran el análisis y la predicción de datos, la atención al cliente, la automatización de procesos, la personalización de productos y servicios y la optimización de cadenas de suministro. En el ámbito del servicio al cliente, la IA revoluciona tareas rutinarias y predictivas, lo que ofrece valor añadido a los agentes al liberarles de actividades repetitivas y permitirles centrarse en fortalecer las relaciones con los clientes (Zendesk, 2024). Ese uso estratégico de la IA no solo incrementa la eficiencia operativa, sino que también mejora la experiencia del cliente y posiciona a las empresas para competir de manera más efectiva en un mercado globalizado y dinámico.

PERSONALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

En el ámbito del comercio internacional, la personalización es un factor clave para atraer y fidelizar clientes en distintas regiones del mundo. La inteligencia artificial (IA) permite procesar grandes volúmenes de datos y comprender las preferencias culturales y de consumo de audiencias diversas, lo que facilita la creación de estrategias de marketing más efectivas y adaptadas a las particularidades de cada mercado (West, 2018). Un ejemplo destacado es Spotify, que utiliza algoritmos de IA para analizar el historial de escucha y las preferencias individuales de los usuarios. Eso le permite ofrecer recomendaciones musicales personalizadas y listas de reproducción diseñadas específicamente para cada persona, lo que mejora significativamente la experiencia del cliente (Zendesk, 2024).

En regiones con poblaciones sub bancarizadas, la IA también desempeña un papel crucial en la expansión de los servicios financieros. Herramientas como los sistemas de crédito basados en datos alternativos y los chatbots que operan en múltiples idiomas locales ayudan a mejorar la inclusión financiera. Esas tecnologías no solo facilitan el acceso a servicios básicos, sino que además permiten a pequeñas y medianas empresas (PyMEs) participar de manera más activa en el comercio internacional (Statista, 2022).

En los mercados emergentes la IA transforma los negocios internacionales al potenciar la conectividad digital y acelerar el desarrollo tecnológico. Esos mercados, caracterizados por un rápido crecimiento económico y un incremento en la adopción tecnológica, presentan grandes oportunidades para la innovación. Sin embargo, enfrentan desafíos significativos como insuficiencia en la infraestructura digital, escasez de profesionales capacitados en tecnologías avanzadas y diferencias regulatorias entre regiones. Abordar esas limitaciones será fundamental para maximizar el impacto positivo de la IA en esos entornos.

DESAFÍOS ÉTICOS Y DE PRIVACIDAD

Aunque la inteligencia artificial (IA) ofrece innumerables beneficios, su implementación también trae consigo desafíos importantes que deben ser abordados. Entre los más destacados se encuentran la privacidad de los datos, el sesgo algorítmico y el impacto en el empleo, aspectos que requieren la atención de los profesionales de negocios internacionales (Makridakis, 2017). Esos retos subrayan la necesidad de desarrollar políticas y prácticas éticas que promuevan un uso responsable y equitativo de la IA, y que se garantice tanto la protección de los derechos individuales como el bienestar social.

Ahora bien, uno de los mayores obstáculos para la adopción de la IA en los mercados emergentes es la insuficiencia de infraestructura digital. Muchas empresas enfrentan limitaciones derivadas de la falta de conectividad confiable, lo que dificulta su capacidad para implementar soluciones de IA que dependen del análisis de grandes volúmenes de

datos en tiempo real. Además, la fragmentación de las regulaciones entre países complica la creación de estándares unificados para la implementación de esa tecnología. Esas barreras no solo retrasan la adopción, sino que también limitan el impacto potencial de la IA en esos entornos. Asimismo, las diferencias culturales juegan un papel crucial en la aceptación y el uso de la IA. La percepción pública y la disposición para adoptar esas tecnologías pueden variar significativamente entre regiones, lo que exige un enfoque culturalmente sensible para su implementación y regulación. Superar esos desafíos será fundamental para garantizar que los beneficios de la IA sean accesibles de manera global y equitativa, particularmente en contextos con menor desarrollo tecnológico (Makridakis, 2017).

IMPACTO SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD

La inteligencia artificial (IA) emerge como una herramienta esencial para abordar algunos de los mayores desafíos globales relacionados con la sostenibilidad y el impacto social. Su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos, identificar patrones y optimizar procesos transforma sectores claves, promueve una economía más sostenible y fortalece los compromisos hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas. La IA desempeña un papel crucial en la optimización de las cadenas de suministro y ayuda a las empresas a reducir su huella de carbono. A través de algoritmos avanzados, las herramientas de IA pueden:

- Predecir demandas con mayor precisión y minimizar la sobreproducción y el desperdicio de recursos.
- Optimizar rutas logísticas, reducir las distancias de transporte y el consumo de combustible.
- Identificar proveedores más cercanos y sostenibles, disminuir la dependencia de cadenas de suministro extensas y contaminantes (Makridakis, 2017).

Por ejemplo, empresas globales como DHL y Maersk utilizan sistemas basados en IA para diseñar rutas de transporte más eficientes, lo que ha reducido significativamente las emisiones de

gases de efecto invernadero en sus operaciones internacionales (DHL, s. f.). En sectores como la agricultura, la IA ayuda a gestionar recursos naturales de manera más eficiente (West, 2018 y FAO, 2019). Por ejemplo:

- Se utilizan sistemas de IA para monitorear cultivos y prever necesidades de riego, lo que reduce el consumo de agua.
- Los algoritmos avanzados ayudan a minimizar el uso de fertilizantes y pesticidas, lo que disminuye el impacto ambiental.
- Soluciones basadas en drones e imágenes satelitales permiten identificar áreas de deforestación y diseñar estrategias de reforestación más efectivas.

HABILIDADES REQUERIDAS PARA LOS PROFESIONALES DEL FUTURO

La influencia de la IA redefine las competencias necesarias en la carrera de negocios internacionales. Los profesionales deben desarrollar habilidades en:

- Análisis de datos: comprender cómo interpretar grandes volúmenes de información generados por herramientas de IA.
- Adaptabilidad tecnológica: estar abiertos al aprendizaje continuo sobre nuevas tecnologías y su aplicación en un contexto global.
- Pensamiento ético: ser capaces de tomar decisiones responsables para el uso de tecnologías avanzadas.

Para abordar la escasez de talento especializado, gobiernos y empresas invierten en programas de capacitación en IA y en plataformas de educación accesible. Esas iniciativas buscan cerrar la brecha de las habilidades y fomentar la innovación local, lo que capacita a las nuevas generaciones de profesionales para desarrollar soluciones adaptadas a las necesidades específicas de sus regiones (West, 2018).

El gobierno dominicano ha implementado diversas iniciativas para promover y regular el uso de la inteligencia artificial (IA) en el país. Una de las acciones

más destacadas es el lanzamiento de la Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial (ENIA) en octubre de 2023 (MINPRE, 2023), lo que convierte a República Dominicana en la primera nación de Centroamérica y el Caribe en desarrollar una estrategia de ese tipo. La ENIA tiene como objetivo automatizar los servicios ciudadanos, mejorar la educación personalizada y desarrollar aplicaciones que conecten a la sociedad dominicana con un Estado más eficiente. Esa estrategia forma parte de la Política Nacional de Innovación 2030, y busca posicionar al país como líder regional en IA.

Además, el Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (Mescyt) ha aprobado veinte proyectos de investigación financiados por Fondocyt, enfocados en áreas como Agricultura 4.0 y el uso de IA para mejorar los niveles de inocuidad de los alimentos, con una inversión superior a los 120 millones de pesos. También se han establecido programas de formación en IA que incluyen maestrías y doctorados, en colaboración con instituciones nacionales e internacionales (Mescyt, 2024). Esas iniciativas reflejan el compromiso del gobierno dominicano para impulsar el desarrollo y la adopción de la inteligencia artificial, así como mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos y fortalecer la competitividad del país en el ámbito tecnológico.

CONCLUSIONES

La inteligencia artificial (IA) transforma profundamente la forma en que se desarrollan los negocios internacionales, ya que proporciona herramientas avanzadas para mejorar la eficiencia operativa, optimizar la toma de decisiones y personalizar estrategias comerciales. Su impacto es innegable, no solo por las ventajas competitivas que ofrece, sino también por las oportunidades que abre para la innovación y la expansión en mercados globales cada vez más dinámicos. No obstante, su implementación exige un enfoque ético, un aprendizaje constante y una gestión adecuada de los retos asociados, como la privacidad de los datos, el sesgo algorítmico y las disparidades en el acceso a la tecnología.

A pesar de los desafíos, los mercados emergentes representan un terreno fértil para el desarrollo y

adopción de la IA. La rápida expansión de tecnologías móviles, unida al creciente espíritu emprendedor, impulsan la creación de ecosistemas tecnológicos resilientes. Con inversiones estratégicas en infraestructura, iniciativas de capacitación y regulaciones claras, la IA puede convertirse en un catalizador para cerrar brechas económicas, aumentar la competitividad global y desbloquear nuevas oportunidades de comercio internacional. Además, la IA tiene un papel clave en la transición hacia un futuro más sostenible. Al optimizar procesos, reducir emisiones y fomentar el comercio ético no solo contribuye a mitigar el impacto ambiental, sino que también fortalece la integración entre el desarrollo económico, el social y el ambiental. Su potencial para transformar el panorama global es inmenso, siempre que su implementación sea guiada por principios de equidad, sostenibilidad y responsabilidad.

En resumen, la inteligencia artificial no solo es una herramienta tecnológica, sino además un habilitador estratégico para enfrentar los retos de un mundo globalizado y en cambio constante. Aquellos profesionales y naciones que logren adoptarla e integrarla de manera efectiva, estarán mejor posicionados para liderar en un entorno internacional altamente competitivo y orientado hacia un desarrollo más equilibrado y sostenible.

REFERENCIAS

Brynjolfsson, E. y McAfee, A. (2017). *Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future*. W.W. Norton & Company.

Davenport, T. H. y Ronanki, R. (2018). Artificial Intelligence for the Real World. *Harvard Business Review*, 96(1), 108-116.

DHL (s.f.). Artificial Intelligence in Logistics: A collaborative white paper by DHL and IBM on implications and use cases for the logistics industry. Recuperado el 24 de enero de 2025, de <https://bootcamp.latam.express.dhl.com/es-ar/implementa-la-inteligencia-artificial-a-tu-cadena-de-suministro>

FAO (2019). *The State of Food and Agriculture 2019: Moving forward on food loss and waste reduction*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.

Makridakis, S. (2017). The forthcoming Artificial Intelligence (AI) revolution: Its impact on society and firms. *Futures*, 90, 46-60. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2017.03.006>

Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (Mescyt) (s.f.). Ministro del MESCyT anuncia avances de RD en inteligencia artificial tras participar en cumbre ministerial en Colombia. Recuperado el 24 de enero de 2025, de <https://mescyt.gov.do/noticias/ministro-del-mescyt-anuncia-avances-de-rd-en-inteligencia-artificial-tras-participar-en-cumbre-ministerial-en-colombia/>

Ministerio de la Presidencia de República Dominicana (Minpre) (2023). República Dominicana es la primera nación de Centroamérica con una estrategia de inteligencia artificial. Recuperado el 24 de enero de 2025, de <https://minpre.gob.do/comunicacion/notas-de-prensa/republica-dominicana-es-la-primera-nacion-de-centroamerica-con-una-estrategia-de-inteligencia-artificial/>

Statista (s.f.). Tasa de adopción e implementación de inteligencia artificial en empresas a nivel mundial y en Latinoamérica en 2022. Recuperado el 24 de enero de 2025, de <https://es.statista.com/estadisticas/1394415/ia-tasa-de-adopcion-e-implementacion-empresarial-mundial-y-comparacion-con-latinoamerica/>

Technology Review (s.f.). Nueve gráficos que demuestran que la IA está en pleno boom. Recuperado el 24 de enero de 2025, de https://www.technologyreview.es/s/10809/nueve-graficos-que-demuestran-que-la-ia-esta-en-pleno-boom?utm_source=chatgpt.com

West, D. M. (2018). *The Future of Work: Robots, AI, and Automation*. *Brookings Institution Press*.

Zendesk (s.f.). 3 ejemplos de empresas que usan Inteligencia Artificial con éxito. Recuperado el 24 de enero de 2025, de https://www.zendesk.com.mx/blog/ejemplos-de-empresas-que-usan-inteligencia-artificial/?utm_source=chatgpt.com

Zendesk. (s.f.). CX Trends 2024. Recuperado el 24 de enero de 2025, de <https://cxtrends.zendesk.com/mx/>