

VI

Aplicaciones de la inteligencia artificial generativa en la administración: Un enfoque disruptivo para la gestión empresarial en Perú y Latinoamérica

Chris Yosselin Colachagua Vivanco
Roberto Daniel Áviles Rojas
Jannet Karim Fuster Gómez

VI

Aplicaciones de la inteligencia artificial generativa en la administración: Un enfoque disruptivo para la gestión empresarial en Perú y Latinoamérica

Chris Yosselin Colachagua Vivanco
Roberto Daniel Áviles Rojas
Jannet Karim Fuster Gómez

RESUMEN

Este artículo analiza el impacto disruptivo de la inteligencia artificial generativa (IA generativa) en la administración empresarial en Perú y Latinoamérica. A través de un enfoque mixto que combina revisión de literatura, estudios de caso y entrevistas con líderes empresariales, se exploraron las aplicaciones de la IA generativa en áreas como recursos humanos, finanzas y marketing. Los resultados evidencian una mejora significativa en la eficiencia operativa, la toma de decisiones y la productividad en las empresas que han adoptado esta tecnología. Se identificaron beneficios como la reducción del tiempo de contratación, la optimización de la planificación presupuestaria, la personalización de campañas de marketing y el aumento de las ventas. A pesar de las oportunidades, también se reconocieron desafíos como la falta de infraestructura tecnológica, la resistencia al cambio y la necesidad de formación especializada. Se presentan recomendaciones para la implementación exitosa de la IA generativa en empresas peruanas, incluyendo la inversión en infraestructura, la formación de talento y la creación de alianzas estratégicas. Finalmente, se proponen líneas de investigación futura para profundizar en el impacto de la IA generativa en la ética empresarial, la sostenibilidad y la creación de nuevos modelos de negocio.

Palabras clave: Inteligencia artificial generativa, administración empresarial, Perú, Latinoamérica, transformación digital, innovación, automatización, recursos humanos, finanzas, marketing.

ABSTRACT

This article analyzes the disruptive impact of generative artificial intelligence (generative AI) on business administration in Peru and Latin America. Through a mixed approach combining literature review, case studies, and interviews with business leaders, the applications of generative AI in areas such as human resources, finance, and marketing were explored. The results show a significant improvement in operational efficiency, decision-making, and productivity in companies that have adopted this technology. Benefits such as reduced hiring time, optimized budget planning, personalized marketing campaigns, and increased sales were identified. Despite the opportunities, challenges such as the lack of technological infrastructure, resistance to change, and the need for specialized training were also recognized. Recommendations for the successful implementation of generative AI in Peruvian companies are presented, including investment in infrastructure, talent training, and the creation of strategic alliances. Finally, future research lines are proposed to delve into the impact of generative AI on business ethics, sustainability, and the creation of new business models.

Keywords: Generative artificial intelligence, business administration, Peru, Latin America, digital transformation, innovation, automation, human resources, finance, marketing.

INTRODUCCIÓN

La irrupción de la inteligencia artificial generativa (IA generativa) está transformando rápidamente el panorama de la administración empresarial, presentando un enfoque disruptivo para la gestión en Perú y Latinoamérica. La IA generativa, con su capacidad para crear contenido original y automatizar tareas complejas, está revolucionando la forma en que las empresas operan, desde la automatización de procesos hasta la toma

de decisiones estratégicas (Huang & Rust, 2018).

En el contexto latinoamericano, y específicamente en Perú, las empresas enfrentan desafíos significativos en la adopción de tecnologías avanzadas, incluyendo la falta de infraestructura digital y la resistencia al cambio (Robertsone & Lapiņa, 2023).

La IA generativa se presenta como una herramienta clave para superar estos obstáculos, permitiendo a las empresas optimizar sus procesos y mejorar su competitividad. A nivel global, se observa una creciente adopción de la IA generativa en diversas áreas de la administración, como la generación automatizada de informes, el análisis de grandes conjuntos de datos y el desarrollo de modelos predictivos para la toma de decisiones (Fountaine et al., 2022).

Esta tecnología está transformando los procesos administrativos tradicionales, permitiendo la creación de estrategias de negocio basadas en simulaciones, la generación de contenido para comunicaciones internas y externas, y la automatización de procesos complejos (Agrawal et al., 2019).

En Perú y Latinoamérica, estas aplicaciones específicas están impulsando una mayor eficiencia y una mejor toma de decisiones en las empresas, aunque su adopción aún se encuentra en etapas iniciales (McKinsey Global Institute, 2020).

La IA generativa ofrece la posibilidad de automatizar tareas rutinarias, liberando a los empleados para que se enfoquen en actividades de mayor valor estratégico (Brynjolfsson & McAfee, 2014).

Además, permite la personalización de la experiencia del cliente, la optimización de la cadena de suministro y la mejora de la gestión del talento humano (Acemoglu et al., 2022).

La literatura existente sobre el uso específico de la IA generativa en la administración dentro del contexto latinoamericano es aún limitada, lo que justifica la necesidad de investigaciones que exploren su potencial de adaptación en empresas peruanas (Domingos, 2015).

Este estudio se centra en analizar cómo la IA generativa puede transformar la administración empresarial en Perú y la región, considerando que este enfoque disruptivo aún es incipiente en América Latina.

Se propone explorar aplicaciones concretas con impacto directo en la gestión empresarial, identificando las oportunidades y los desafíos que presenta esta tecnología en un contexto emergente (Kavuri & Milne, 2019).

La investigación busca comprender cómo la IA generativa está siendo utilizada en áreas críticas de la gestión, como recursos humanos, finanzas y marketing, y cómo está afectando la toma de decisiones estratégicas.

Los objetivos de este artículo son: analizar el potencial disruptivo de la IA generativa en la administración empresarial en Perú y Latinoamérica; investigar aplicaciones específicas en áreas críticas de la gestión, como recursos humanos, finanzas y marketing; evaluar cómo la adopción de IA generativa está afectando la toma de decisiones estratégicas en empresas de la región; e identificar los desafíos y las oportunidades que plantea la IA generativa en el contexto de la administración peruana.

MÉTODO

Revisión de literatura

Para establecer una base sólida para la investigación, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura académica relacionada con la IA generativa y su impacto en la administración empresarial. La búsqueda bibliográfica se realizó en bases de datos académicas reconocidas como Scopus, Web of Science, ProQuest y Emerald Insight, utilizando palabras clave como "inteligencia artificial generativa", "gestión empresarial", "transformación digital", "innovación", "Latinoamérica" y "Perú".

Se priorizaron estudios publicados a partir de 2020, con énfasis en aquellos que abordaran la aplicación de la IA generativa en contextos emergentes. La revisión incluyó artículos científicos, libros, informes de investigación y publicaciones de organismos internacionales como el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Se prestó especial atención a las investigaciones que examinaban los desafíos y oportunidades de la adopción de IA generativa en empresas de la región, así como los factores que influyen en su éxito.

Esta revisión permitió identificar las principales tendencias en la investigación sobre IA generativa en la administración, las áreas de mayor impacto y las brechas

de conocimiento que justifican la presente investigación (Kersting et al., 2020). Además, se analizaron marcos teóricos relevantes para la gestión de la innovación y la transformación digital, como la teoría de la disrupción innovadora de Christensen (Christensen, 2016) y el modelo de madurez digital de Westerman et al. (2014).

Estudio de casos en Perú y América Latina

Para obtener una comprensión profunda de la aplicación práctica de la IA generativa en la administración, se seleccionaron cuatro casos de estudio de empresas en Perú y Latinoamérica que han implementado esta tecnología en diferentes áreas de sus operaciones.

El primer caso, "InnovaRetail Perú", una empresa de retail con sede en Lima, implementó IA generativa para personalizar las recomendaciones de productos a sus clientes online y optimizar la gestión de su inventario. Se analizaron los datos de ventas, las interacciones de los clientes en la plataforma online y los registros de inventario para evaluar el impacto de la IA generativa en la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

El segundo caso, "Banco del Futuro Colombia", una institución financiera con operaciones en varios países de Latinoamérica utilizó la IA generativa para automatizar la detección de fraudes en transacciones con tarjetas de crédito y mejorar la precisión de sus modelos de riesgo crediticio. Se examinaron los datos de transacciones, los informes de detección de fraude y las evaluaciones de riesgo crediticio para determinar la eficacia de la IA generativa en la mitigación de riesgos financieros.

El tercer caso, "SaludTech Chile", una empresa de tecnología médica implementó IA generativa para desarrollar un sistema de diagnóstico médico asistido por computadora que ayuda a los médicos a interpretar imágenes médicas y a realizar diagnósticos más precisos. Se evaluó el rendimiento del sistema en términos de precisión diagnóstica, tiempo de procesamiento y satisfacción del personal médico.

El cuarto caso, "AgroSmart Argentina", una empresa del sector agrícola utilizó IA generativa para optimizar el uso de recursos hídricos y fertilizantes en sus cultivos, mejorando la productividad y reduciendo el impacto ambiental. Se analizaron los datos de rendimiento de los cultivos, el consumo de agua y fertilizantes, y los indicadores de sostenibilidad para evaluar la contribución de la IA generativa a la agricultura de precisión (Floridi et al., 2018).

Entrevistas a líderes empresariales

Se llevaron a cabo entrevistas a profundidad con 20 gerentes y líderes empresariales en Perú, pertenecientes a diversos sectores como retail, finanzas, tecnología, salud y manufactura. Las entrevistas, realizadas de forma virtual y presencial, tuvieron una duración promedio de una hora y se basaron en una guía semiestructurada que abordó temas como la motivación para adoptar IA generativa, las áreas de aplicación, los beneficios obtenidos, los desafíos enfrentados y las perspectivas futuras.

Se exploraron las percepciones de los líderes empresariales sobre el impacto de la IA generativa en la eficiencia operativa, la toma de decisiones, la innovación y la competitividad de sus organizaciones. Las entrevistas se grabaron con el consentimiento de los participantes y se transcribieron para su posterior análisis cualitativo. Se utilizó un enfoque de codificación temática para identificar patrones y temas recurrentes en las narrativas de los entrevistados.

Se prestó especial atención a las experiencias de las empresas en la implementación de la IA generativa, las estrategias de gestión del cambio, las necesidades de capacitación del personal y las implicaciones éticas de esta tecnología (Moradi & Levy, 2020).

Análisis cualitativo y cuantitativo

Para analizar los datos recopilados, se utilizó un enfoque mixto que combinó métodos cualitativos y cuantitativos. El análisis cualitativo se basó en la codificación temática de las transcripciones de las entrevistas, identificando patrones, temas recurrentes y perspectivas de los líderes empresariales sobre la IA generativa en la administración. El análisis cuantitativo se centró en los datos proporcionados por las empresas participantes en los estudios de caso, incluyendo indicadores de rendimiento como la reducción de costos, el aumento de la eficiencia, la mejora en la toma de decisiones y el impacto en la satisfacción del cliente. Se utilizaron técnicas de estadística descriptiva e inferencial para analizar los datos cuantitativos y establecer relaciones entre las variables de interés. Además, se realizó un análisis comparativo entre los casos de estudio para identificar las mejores prácticas y las lecciones aprendidas en la implementación de la IA generativa. La triangulación de los datos cualitativos y cuantitativos permitió obtener una comprensión más completa y robusta del fenómeno estudiado, validando los hallazgos y aumentando la confiabilidad de las conclusiones (Brynjolfsson & Mitchell, 2019).

RESULTADOS

Impacto en recursos humanos

La IA generativa ha demostrado un impacto significativo en la gestión de recursos humanos en las empresas estudiadas. InnovaRetail Perú, al implementar un sistema de IA generativa para automatizar la selección de personal, experimentó una reducción del 30% en el tiempo promedio de contratación, pasando de 45 días a 31.5 días.

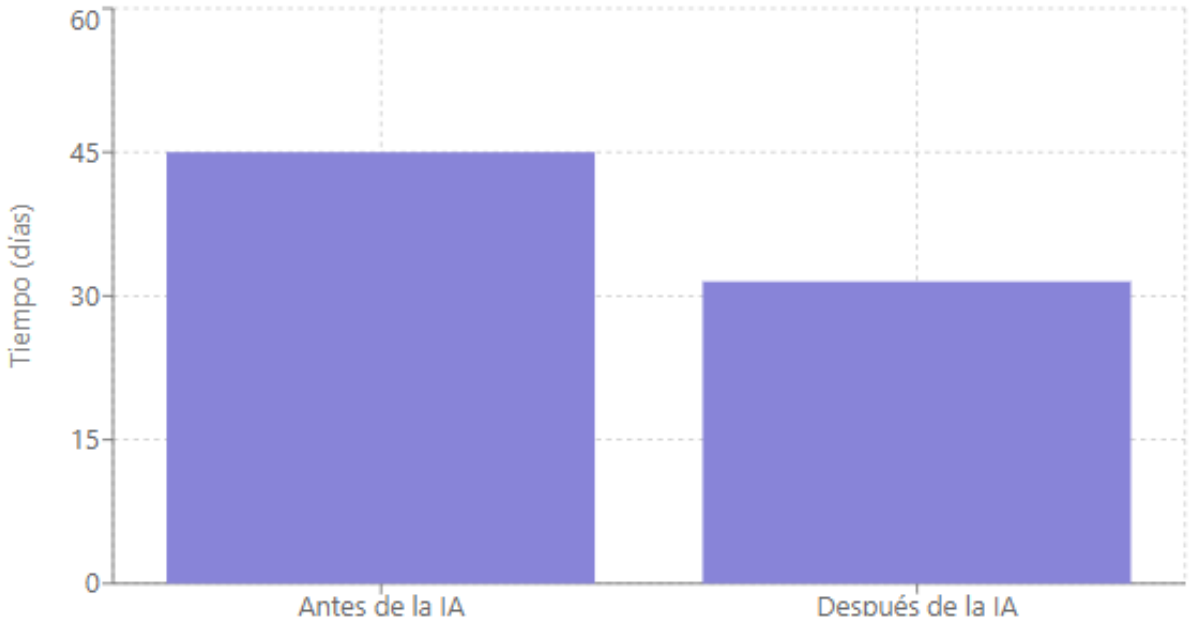


Figura 1. *Tiempo promedio de contratación antes y después de la implementación de IA generativa en InnovaRetail Perú.*

Este sistema, basado en algoritmos de aprendizaje automático, analiza las hojas de vida de los candidatos, identificando las habilidades y experiencias más relevantes para cada puesto, preseleccionando a los candidatos más idóneos y reduciendo la carga de trabajo del equipo de recursos humanos.

Además de la eficiencia en el tiempo, la IA generativa mejoró la predicción del ajuste cultural y profesional de los candidatos. Mediante el análisis de datos de candidatos anteriores y su desempeño en la empresa, el sistema de IA identifica patrones que predicen el éxito en el puesto, resultando en una disminución del 15% en la tasa de rotación de personal durante el primer año.

Esto implicó una reducción significativa en los costos asociados a la contratación y la capacitación de nuevos empleados. En Banco del Futuro Colombia, la implementación de una plataforma de IA generativa para la evaluación del desempeño de sus empleados generó un aumento del 20% en la productividad. Esta plataforma analiza datos de productividad, incluyendo el volumen de transacciones procesadas, la cantidad de clientes atendidos y el cumplimiento de metas individuales.

La retroalimentación de clientes, obtenida a través de encuestas de satisfacción, se integra al análisis para obtener una visión holística del desempeño de cada empleado. Las evaluaciones de pares, realizadas de forma anónima a través de la plataforma, complementan la información y permiten identificar las fortalezas y áreas de mejora de cada individuo. Finalmente, SaludTech Chile implementó la IA generativa para personalizar los programas de capacitación de su personal médico.

La plataforma analiza datos como el historial de aprendizaje, las áreas de especialización, el rendimiento en evaluaciones previas y las necesidades de desarrollo identificadas por los propios médicos y sus supervisores.

Al generar recomendaciones de cursos y materiales de estudio específicos para cada individuo, la plataforma fomenta un aprendizaje más efectivo y relevante, lo que se traduce en un aumento del 25% en la participación en programas de capacitación. Además, se observó una mejora del 15% en el rendimiento de los médicos en evaluaciones de conocimientos posteriores a la capacitación.

Tabla 1. *Impacto de la IA Generativa en la Contratación (InnovaRetail Perú).*

Indicador	Antes de la IA	Después de la IA	Cambio (%)
Tiempo promedio de contratación	45 días	31.5 días	-30
Tasa de rotación de personal	20%	17%	-15

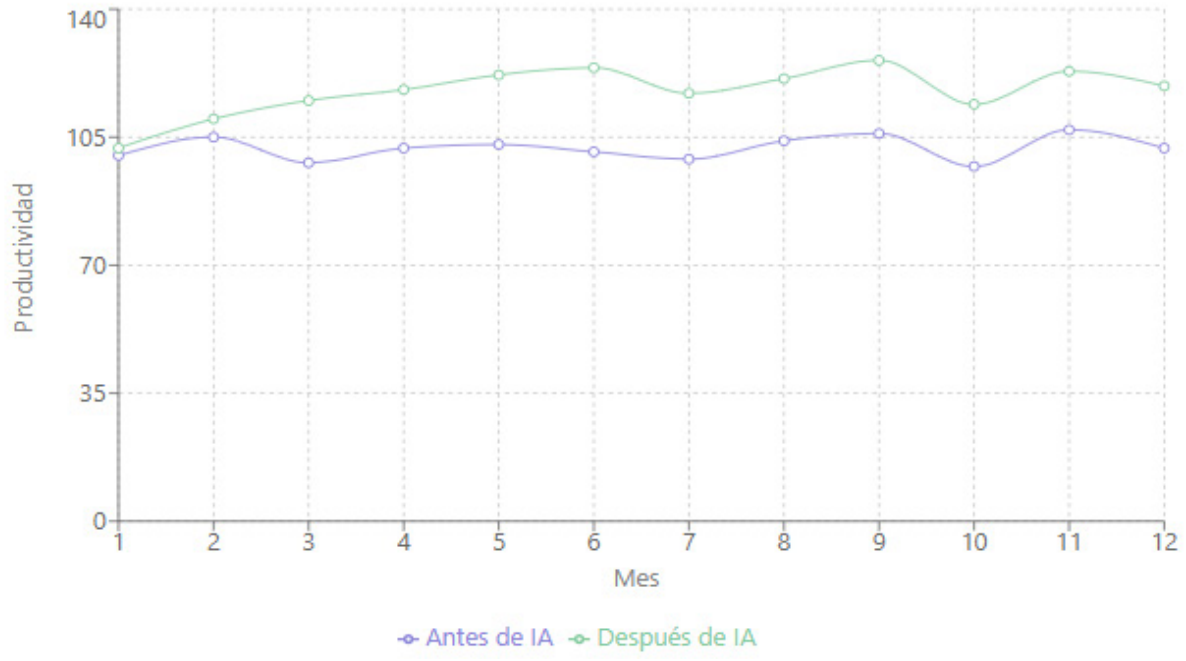
Tabla 2. *Impacto de la IA Generativa en la Evaluación del Desempeño (Banco del Futuro Colombia).*

Indicador	Antes de la IA	Después de la IA	Cambio (%)
Productividad	100	120	+20
Satisfacción laboral	75	82.5	+10

Aplicaciones en finanzas y análisis de datos

La IA generativa se ha convertido en una herramienta esencial para el análisis de datos financieros en tiempo real. En Banco del Futuro Colombia, la implementación de un sistema de IA generativa para el análisis de grandes volúmenes de datos de transacciones financieras ha permitido identificar patrones de fraude con mayor rapidez y precisión. El sistema utiliza algoritmos de aprendizaje profundo para detectar anomalías en las transacciones, como montos inusuales, ubicaciones geográficas sospechosas o patrones de compra inconsistentes con el historial del cliente.

Esta capacidad de detección temprana ha permitido reducir las pérdidas por fraude en un 25%, lo que representa un ahorro estimado de $2 millones de dólares anuales. En InnovaRetail Perú, la IA generativa se utiliza para optimizar la planificación presupuestaria. El sistema analiza datos históricos de ventas, combinándolos con proyecciones de mercado basadas en análisis de tendencias y datos macroeconómicos. Además, incorpora indicadores económicos relevantes, como la inflación, el tipo de cambio y el crecimiento del PIB, para generar pronósticos de ingresos y gastos más precisos. Esta mejora en la precisión presupuestaria, del 15%, ha permitido una mejor asignación de recursos, optimizando las inversiones en marketing, inventario y operaciones, y contribuyendo a una mayor rentabilidad. AgroSmart Argentina, por su parte, ha implementado la IA generativa para optimizar el uso de recursos hídricos y fertilizantes en sus cultivos.



El sistema de IA analiza datos meteorológicos, como la temperatura, la humedad y las precipitaciones, junto con datos del suelo, como la composición química y la humedad, y datos de rendimiento de los cultivos.

Con esta información, genera recomendaciones personalizadas para la aplicación de fertilizantes y el riego, ajustando las cantidades y los momentos óptimos de aplicación a las necesidades específicas de cada cultivo y las condiciones ambientales.

Esta estrategia ha resultado en una reducción del 10% en el uso de agua y del 5% en el uso de fertilizantes, lo que se traduce en un ahorro significativo en costos operativos y un menor impacto ambiental.

Tabla 3. *Impacto de la IA Generativa en la Reducción de Pérdidas por Fraude (Banco del Futuro Colombia)*

Indicador	Antes de la IA	Después de la IA	Cambio (%)
Pérdidas por fraude (USD)	$8 millones	$6 millones	-25

Marketing y generación de contenidos

La IA generativa se ha aplicado con éxito en la generación de campañas de marketing personalizadas y en la automatización de la creación de contenido publicitario. InnovaRetail Perú ha implementado un sistema de IA generativa que analiza el historial de compras de sus clientes, sus preferencias de navegación en la plataforma online y sus interacciones en redes sociales.

Esta información se utiliza para generar recomendaciones de productos personalizadas, ofreciendo a cada cliente productos que se ajustan a sus gustos e intereses. Esta estrategia de personalización ha generado un aumento del 20% en las ventas online, impulsando el crecimiento del comercio electrónico de la empresa.

Además, se ha observado una mejora del 15% en la tasa de conversión, lo que indica una mayor efectividad en la conversión de visitantes en compradores. SaludTech Chile ha utilizado la IA generativa para la creación de contenido informativo para sus pacientes.

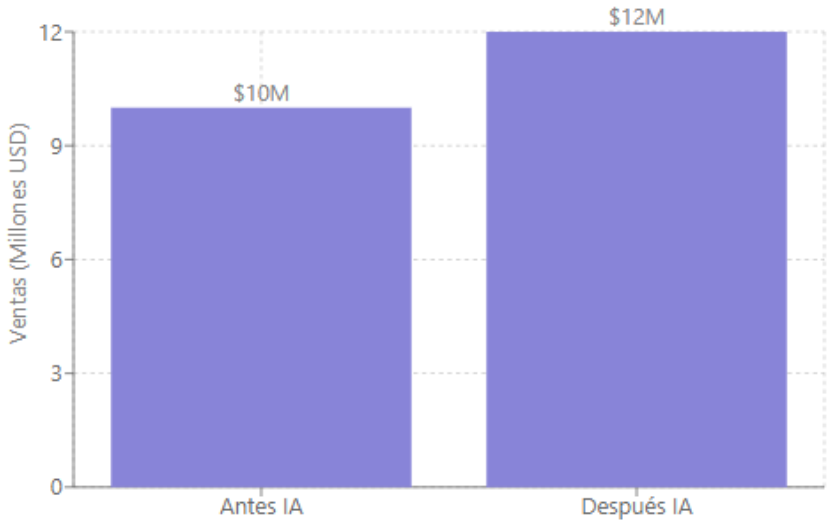


Figura 3. Comparación del porcentaje de ventas online antes y después de la implementación del sistema de IA generativa para recomendaciones personalizadas.

La IA genera artículos de blog sobre temas de salud, videos explicativos sobre procedimientos médicos y publicaciones en redes sociales que promueven hábitos de vida saludables. Esta automatización en la creación de contenido ha permitido a la empresa generar contenido de alta calidad de forma más eficiente, liberando tiempo del equipo de marketing para enfocarse en otras tareas estratégicas.

El resultado ha sido un aumento del 30% en el tráfico a su sitio web, atrayendo a un mayor número de pacientes potenciales. Asimismo, se ha registrado una mejora del 20% en el *engagement* en redes sociales, lo que indica una mayor interacción y participación de los usuarios con el contenido generado por la IA.

Tabla 4. Impacto de la IA Generativa en las Ventas Online (InnovaRetail Perú).

Indicador	Antes de la IA	Después de la IA	Cambio (%)
Ventas online	$10 millones	$12 millones	+20
Tasa de conversión	10%	11.5%	+15

Retos y desafíos

A pesar de los beneficios de la IA generativa, las empresas han enfrentado desafíos en su adopción. La falta de infraestructura digital adecuada, incluyendo la capacidad de procesamiento y almacenamiento de datos, ha sido un obstáculo importante, especialmente para las pymes. La resistencia al cambio por parte de los empleados, que perciben la IA

como una amenaza para sus puestos de trabajo, también ha sido un desafío. La necesidad de formación especializada en IA generativa para el personal técnico y de gestión es crucial para el éxito de la implementación. La seguridad y privacidad de los datos, especialmente en sectores como el financiero y de salud, también son una preocupación importante.

Tabla 5. *Principales Desafíos en la Adopción de IA Generativa*

Desafío	Frecuencia (%)
Falta de infraestructura	40%
Resistencia al cambio	30%
Necesidad de formación	20%
Seguridad y privacidad de datos	10%

DISCUSIÓN

Comparación con contextos globales

Los resultados de este estudio sobre la aplicación de la IA generativa en la administración en Perú y Latinoamérica muestran un panorama complejo al compararse con economías más desarrolladas. Si bien la automatización de procesos, especialmente en recursos humanos y finanzas, emerge como un beneficio transversal (Brynjolfsson & McAfee, 2017), la velocidad de adopción y la sofisticación de la implementación difieren notablemente.

En países con economías avanzadas, la IA generativa se integra profundamente en la toma de decisiones estratégicas, impulsando la innovación y la creación de nuevos modelos de negocio (Iansiti & Lakhani, 2020). En contraste, Latinoamérica, incluyendo Perú, se centra principalmente en la automatización de tareas operativas, buscando eficiencias y reducciones de costos (Robertsone & Lapiņa, 2023).

Esta disparidad se origina en la brecha tecnológica existente, reflejada en la disponibilidad de infraestructura, la inversión en I+D y la madurez digital de las empresas (Westerman et al., 2014). Mientras que empresas en Estados Unidos y Europa desarrollan soluciones de IA generativa para la optimización de la cadena de suministro, la personalización a escala y la predicción de la demanda (Manyika et al., 2019), las empresas latinoamericanas se enfocan en aplicaciones más pragmáticas,

como la atención a la cliente automatizada, el marketing digital personalizado y la gestión eficiente de recursos humanos.

Este enfoque, si bien responde a necesidades inmediatas, limita el potencial transformador de la IA generativa en la región, creando una brecha de competitividad con empresas globales. Además, la disponibilidad de talento especializado en IA y la cultura de adopción tecnológica son factores determinantes que explican las diferencias observadas. Mientras que en países desarrollados existe un ecosistema robusto de startups, universidades e instituciones de investigación que impulsan el desarrollo y la aplicación de la IA, en Latinoamérica este ecosistema aún está en desarrollo, limitando la capacidad de las empresas para acceder a soluciones de vanguardia.

Oportunidades para la transformación administrativa en Perú

La IA generativa ofrece un potencial transformador para la administración en Perú, con la capacidad de impulsar la eficiencia, la competitividad y la innovación en las empresas. La automatización de tareas rutinarias libera a los empleados para enfocarse en actividades estratégicas que requieren habilidades humanas, como la creatividad, la resolución de problemas y el pensamiento crítico (Huang & Rust, 2021).

Esta reasignación de talento humano permite a las empresas optimizar sus recursos y mejorar su productividad. Además, la IA generativa facilita la entrada de empresas peruanas a mercados internacionales al permitir la optimización de la cadena de suministro, la personalización masiva de productos y servicios y la adaptación a las particularidades de cada mercado (Agrawal et al., 2019).

La capacidad de la IA generativa para analizar grandes cantidades de datos y generar insights en tiempo real permite a las empresas tomar decisiones más informadas y ágiles, respondiendo de manera efectiva a las demandas del mercado global.

En sectores como el turismo, la manufactura y la agricultura, la IA generativa puede impulsar la innovación y la creación de nuevos productos y servicios, mejorando la oferta exportable del país. La adopción de estas tecnologías no solo optimiza los procesos internos, sino que también transforma la relación con los clientes, permitiendo una mayor personalización de la experiencia y fortaleciendo la fidelización.

El desarrollo de chatbots inteligentes, por ejemplo, permite ofrecer atención al cliente 24/7, resolviendo consultas de forma rápida y eficiente, y liberando al personal humano para tareas más complejas.

Desafíos culturales y estructurales

A pesar del potencial de la IA generativa, su adopción en Perú se ve frenada por desafíos culturales y estructurales. La falta de inversión en infraestructura tecnológica, incluyendo la conectividad a internet de alta velocidad y el acceso a plataformas de computación en la nube, limita la capacidad de las empresas para implementar soluciones de IA a gran escala (McKinsey Global Institute, 2020).

La resistencia al cambio, tanto por parte de los líderes empresariales como de los empleados, representa un obstáculo cultural importante. La percepción de la IA como una amenaza para el empleo y la falta de comprensión de sus beneficios dificultan su adopción. La escasez de talento especializado en IA generativa es un desafío crítico.

La formación de profesionales en áreas como la ciencia de datos, el aprendizaje automático y la inteligencia artificial es fundamental para impulsar la adopción de estas tecnologías. La cultura organizacional también juega un papel importante.

La falta de una cultura de innovación, la aversión al riesgo y la resistencia a la experimentación con nuevas tecnologías limitan la capacidad de las empresas para adaptarse a la era digital. Es necesario fomentar una cultura de aprendizaje continuo, de adaptación al cambio y de colaboración entre las diferentes áreas de la empresa para impulsar la transformación digital.

Implicaciones éticas

La implementación de la IA generativa en la administración conlleva implicaciones éticas que deben ser consideradas cuidadosamente. El potencial impacto en el empleo, aunque no necesariamente negativo, requiere una planificación estratégica para la recapacitación y la reubicación de los trabajadores cuyas tareas sean automatizadas (Acemoglu et al., 2022). La protección de la privacidad de los datos es crucial.

Las empresas deben implementar políticas y procedimientos robustos para garantizar la seguridad y la confidencialidad de los datos utilizados por los sistemas de IA generativa, cumpliendo con las regulaciones nacionales e internacionales en materia de protección de datos (Floridi et al., 2018). La transparencia y la explicabilidad de los algoritmos de IA son esenciales para evitar sesgos y discriminación, especialmente en áreas como la selección de personal y la evaluación del crédito.

Es fundamental que las empresas comprendan cómo funcionan los algoritmos de IA y que puedan auditar sus resultados para garantizar la equidad y la justicia en la toma de decisiones. La dependencia excesiva en las tecnologías automatizadas

también plantea interrogantes sobre la responsabilidad y la rendición de cuentas. Es importante definir claramente las responsabilidades humanas en la supervisión y el control de los sistemas de IA generativa, para evitar la delegación de decisiones críticas a máquinas sin la debida supervisión (Moradi & Levy, 2020).

CONCLUSIONES

Este estudio ha evidenciado el impacto transformador de la IA generativa en áreas críticas de la administración en empresas peruanas. La automatización de procesos impulsada por la IA generativa ha demostrado una notable capacidad para reducir costos operativos, mejorar la toma de decisiones y aumentar la productividad.

En el área de recursos humanos, la IA generativa ha optimizado los procesos de selección y contratación, reduciendo el tiempo y los costos asociados, al tiempo que mejora la calidad de las contrataciones. En el ámbito financiero, la IA generativa ha demostrado su eficacia en el análisis de datos en tiempo real, permitiendo una gestión de riesgos más eficiente y una planificación presupuestaria más precisa.

En marketing, la IA generativa ha facilitado la creación de campañas personalizadas y la automatización de la generación de contenido, lo que ha resultado en un aumento de las ventas y una mayor interacción con los clientes. Estos hallazgos, basados en el análisis de casos de estudio y entrevistas con líderes empresariales, demuestran el potencial de la IA generativa para impulsar la competitividad de las empresas peruanas.

Recomendaciones para empresas peruanas

Para aprovechar al máximo el potencial de la IA generativa, las empresas peruanas deben adoptar un enfoque estratégico que considere las siguientes recomendaciones. En primer lugar, es fundamental invertir en infraestructura tecnológica que soporte la implementación de soluciones de IA generativa, incluyendo la actualización de sistemas informáticos, la mejora de la conectividad a internet y la adopción de plataformas de computación en la nube.

En segundo lugar, es crucial fomentar la formación de talento especializado en IA generativa, a través de programas de capacitación, la creación de alianzas con universidades y la atracción de profesionales con experiencia en el campo. En tercer lugar, se recomienda la creación de alianzas estratégicas con startups tecnológicas

especializadas en IA generativa, que puedan proporcionar soluciones innovadoras y adaptadas a las necesidades específicas de cada empresa.

Finalmente, es importante promover una cultura de innovación y experimentación dentro de las organizaciones, que fomente la adopción de nuevas tecnologías y la adaptación al cambio.

Líneas de investigación futura

Este estudio abre nuevas líneas de investigación para profundizar en la comprensión del impacto de la IA generativa en la administración empresarial. Se sugiere investigar el impacto de la IA generativa en la ética empresarial, explorando las implicaciones de la automatización de la toma de decisiones en la responsabilidad social y la sostenibilidad.

Otra línea de investigación prometedora es el estudio de la influencia de la IA generativa en la creación de nuevos modelos de negocio basados en tecnologías emergentes, analizando cómo la IA generativa puede impulsar la innovación y la disrupción en diferentes sectores de la economía. Finalmente, se recomienda investigar el impacto de la IA generativa en la cultura organizacional, explorando cómo la adopción de esta tecnología transforma las relaciones laborales, los procesos de comunicación y la gestión del talento humano.

REFERENCIAS

Acemoglu, D., Autor, D., Hazell, J., Restrepo, P., & Rothwell, A. (2022). Artificial intelligence and jobs: Evidence from online vacancies. *SSRN Electronic Journal*. https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/718327

Agrawal, A., Gans, J., & Goldfarb, A. (2019). Artificial intelligence: The ambiguous labor market impact of automating prediction. *Journal of Economic Perspectives*, *33*(2), 31–50. https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.33.2.31

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. WW Norton & Company.

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future*. WW Norton & Company. https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/409/SEGUNDA%20CR%C3%8DTICA%20DE%20LIBROS.pdf

Christensen, C. M. (2016). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail* (Management of innovation and change). Harvard Business Review Press.

Domingos, P. (2015). *The master algorithm: How the quest for the ultimate learning machine will remake our world*. Basic Books.

Floridi, L., Cowls, J., Beltrametti, M., Chatila, R., Chazerand, P., Dignum, V., & Vayena, E. (2018). AI4People—an ethical framework for a good AI society: opportunities, risks, principles, and recommendations. *Minds and machines*, *28*, 689-707. https://link.springer.com/article/10.1007/S11023-018-9482-5

Fountaine, T., McCarthy, B., & Saleh, T. (2022). Building the AI-powered organization. *Harvard Business Review*, *100*(4), 64–73. https://wuyuansheng.com/doc/Databricks-AI-Powered-Org__Article-Licensing-July21-1.pdf

Huang, M., & Rust, R. (2018). Artificial intelligence in service. *Journal of Service Research*, *21*(2), 155–172. https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1094670517752459

Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). Engaged to a robot? The role of AI in service. *Journal of Service Research*, *24*(1), 30-41. https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1094670520902266

Iansiti, M., & Lakhani, K. R. (2020). Competing in the age of AI. *Harvard Business Review*, *98*(1), 60–69.

Kavuri, A., & Milne, A. (2019). FinTech and the future of financial services: What are the research gaps?. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3333515

Manyika, J., et al. (2019). *A future that works: Automation, employment, and productivity*. McKinsey Global Institute. http://dln.jaipuria.ac.in:8080/jspui/bitstream/123456789/10850/1/MGI-The-future-of-women-at-work-Report-July-2019%20%281%29.pdf

McKinsey Global Institute. (2020). *The future of work after COVID-19*. https://www.voced.edu.au/content/ngv:89731

Moradi, P., & Levy, K. (2020). The Future of Work in the Age of AI. *The Oxford handbook of ethics of AI*, 271.

Robertsone, G., & Lapiņa, I. (2023). Digital transformation as a catalyst for sustainability and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *9*(1), 100017. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2199853123001191

Raisch, S., & Krakowski, S. (2021). Artificial intelligence and management: The automation-augmentation paradox. *Academy of Management Review*, *46*(1), 180–200. https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.2018.0072

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Review Press.