

ESTRATEGIA DE NEGOCIO APALANCADA POR LA

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL



PEDRO URIBE



+ DE
30
AÑOS
de experiencia

➤ Conferencista

Conferencista internacional que replantea la relación entre creatividad humana, inteligencia artificial y la estrategia empresarial.

➤ Estratega Empresarial y Digital

Asesor y consultor en la adopción de tecnologías emergentes potenciando a las empresas para crecer e Innovar.

➤ Empresario

Cofundador de Avenzza - Firma internacional de consultoría en evolución digital

➤ Profesor Universitario invitado

Maestría de Negocios - Visión del futuro digital

➤ Mundo Corporativo

Presidente Microsoft Colombia

Ejecutivo global en Microsoft, IBM y Accenture

➤ Formación Académica

MIT - Corporate Strategy, Kellogg - Modern Marketing,

London Business School - Government Leadership,

UIS - System Engineer Cum Laude

+ 100 CONFERENCIAS

12
Países

2
Continentes

+30k
Personas



Human *Made*™

LA VENTAJA COMPETITIVA PARA
CRECER Y PROSPERAR
EN LA ERA DE LA
INTELIGENCIA ARTIFICIAL



CLASE CON FOCO EN LOS NEGOCIOS



**Impresiones de la IA y cómo la están
utilizando en sus empresas
/emprendimientos**



A close-up photograph of a woman's face, looking slightly to the right. The image is overlaid with a green circuit board pattern, featuring various components and labels such as 'CP207', 'CP206', 'CP205', 'CP204', 'CP203', 'CP202', 'CP201', and 'JP212'. The text 'LIDERAZGO ALGORITMICO' is centered over the image in a white, sans-serif font. The letter 'A' in 'LIDERAZGO' is highlighted in a light purple color.

LIDERAZGO ALGORITMICO

1



**Relación
Humano-IA**

2



**EstrategIA de
Negocios**

3



**Gobernanza e
IA Responsable**

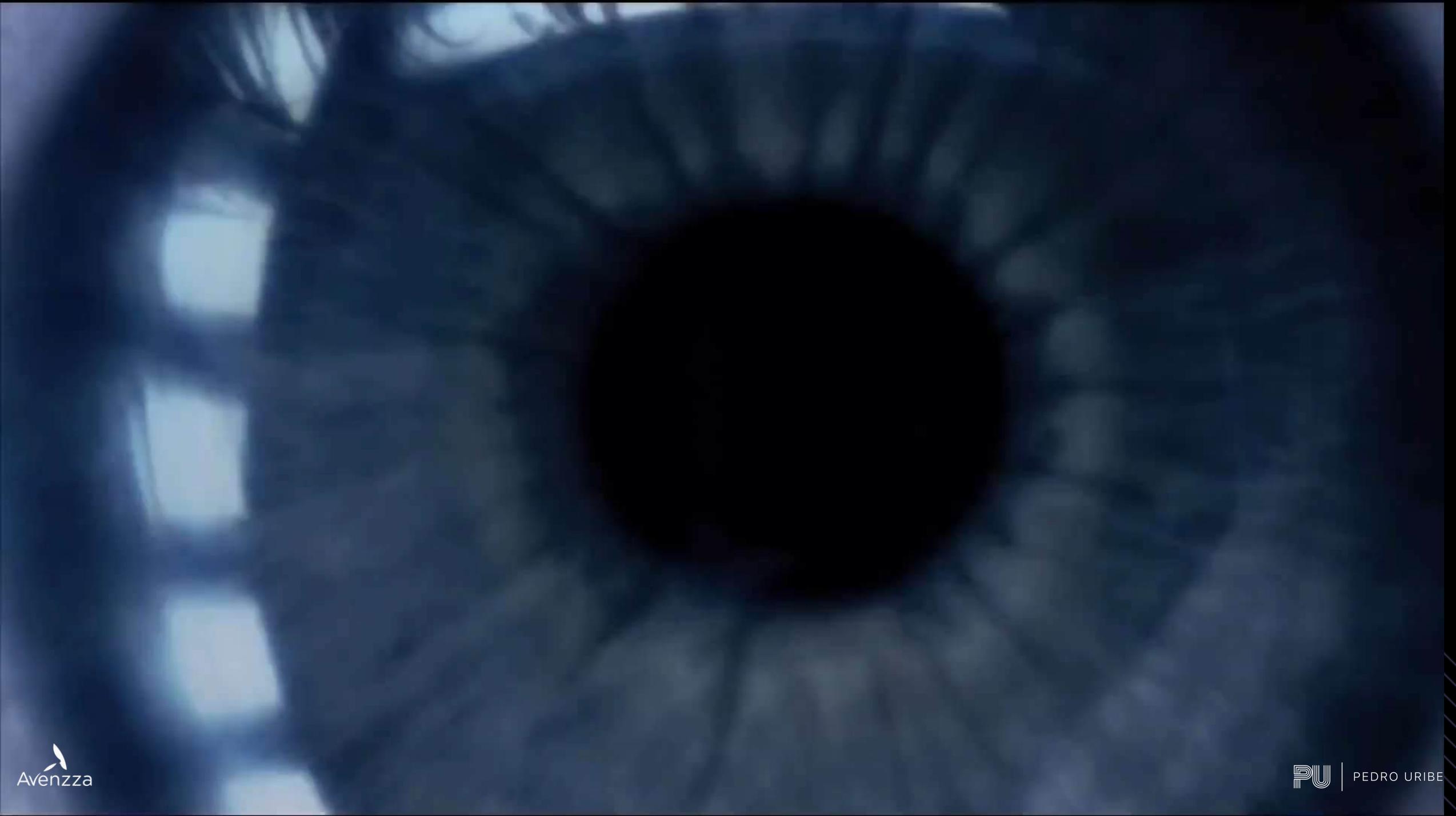
A woman's profile is shown in silhouette, facing left. The interior of her head is filled with a detailed scene of a forest with tall trees and a bright, hazy light source, possibly the sun, creating a warm, golden glow. The word "CONCIENCIA" is written across the center of the image in a white, hand-painted, brush-stroke font.

CONCIENCIA

**El futuro no te enviará
una invitación,**

PERO SIEMPRE ENVÍA SEÑALES







> **100**

**PATENTES
EMITIDAS**





**El lenguaje humano hace que la IA
*sea mas lenta y consume
mas recursos***



DroidSpeak



Los agentes de IA
se comunican

2.78 VECES MÁS RÁPIDO

Utilizando su lenguaje
matemático nativo





La diferencia entre la
ciencia ficción y la
ciencia real es
SOLO CUESTIÓN DE TIEMPO



La IA está aprendiendo a
predecir el futuro – y
esta superando a los
humanos



**El futuro pertenece a
aquellos que saben**

ESCUCHARLO VENIR Y ACTUAN



**La IA ya no es el futuro....
es el presente que te desafía**

Tecnologías de uso general que han transformado el mundo



1

LA MÁQUINA DE VAPOR
(1830s)



2

LA ELECTRICIDAD
(1890s)



3

MOTOR DE COMBUSTION
(1900s)



4

EL COMPUTADOR
(1960s)



5

INTERNET
(1990s)

Caso del impacto de una tecnología de uso general



1

LA MÁQUINA DE VAPOR
(1830s)



2

LA ELECTRICIDAD
(1890s)



3

MOTOR DE COMBUSTION
(1900s)



4

EL COMPUTADOR
(1960s)



5

INTERNET
(1990s)



New York 1905



New York 1925

Estamos en la sexta

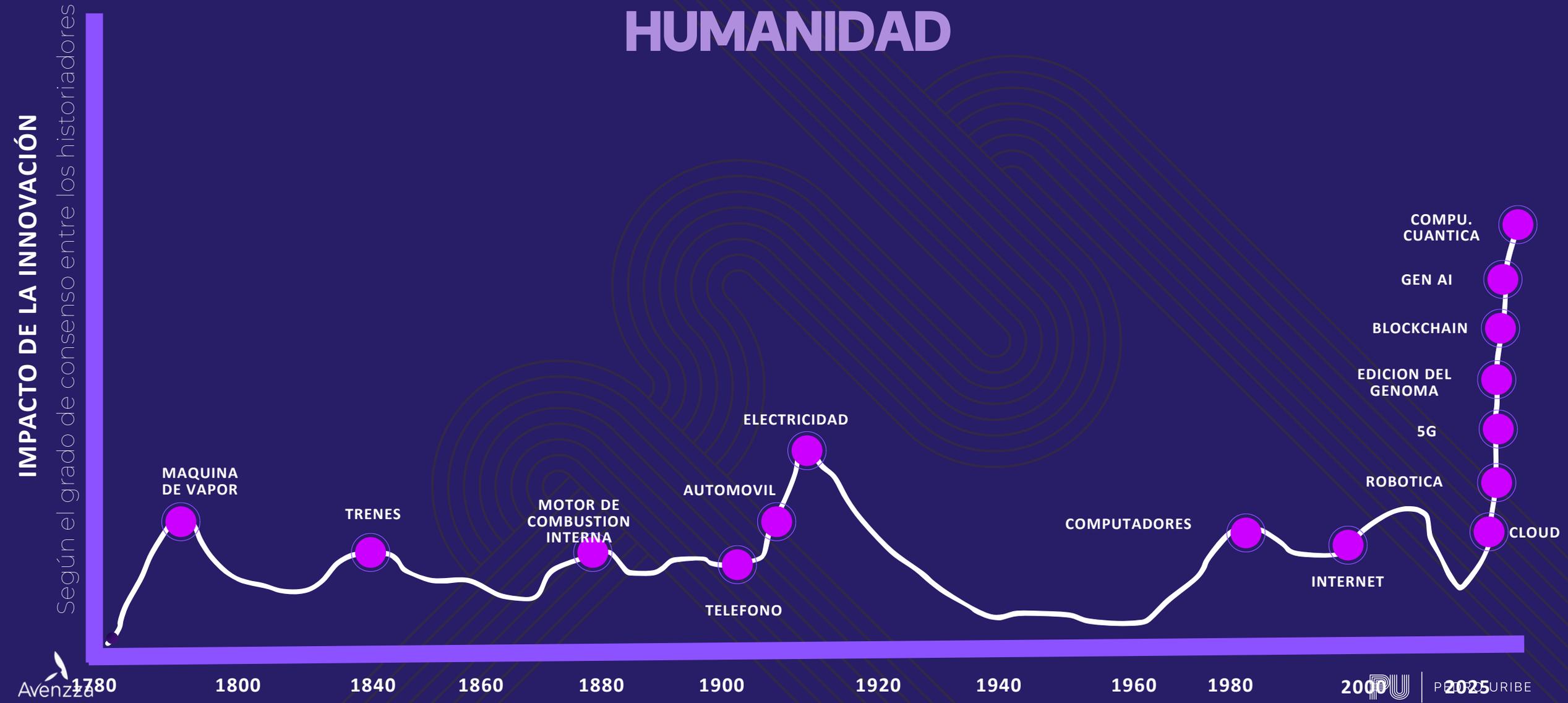


**Lo que es tecnología
de punta en la
mañana, podría ser
noticia vieja.....
en la tarde**

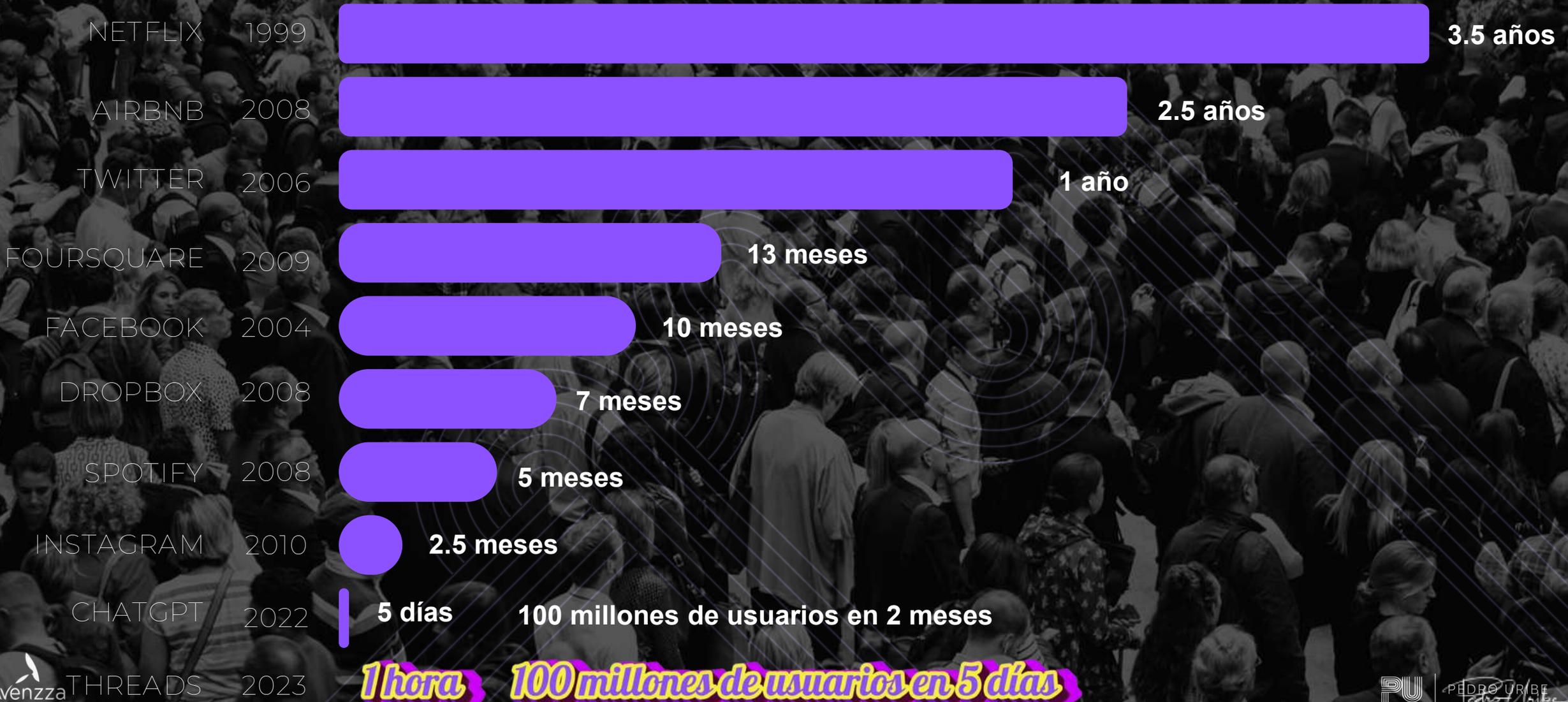


ESTAMOS VIVIENDO

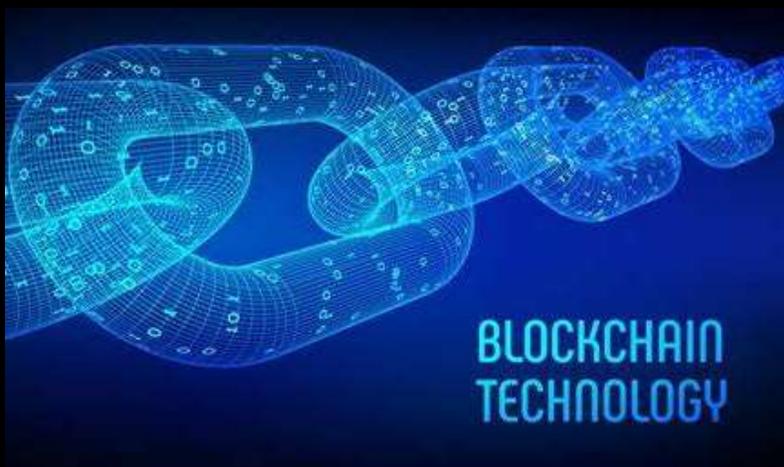
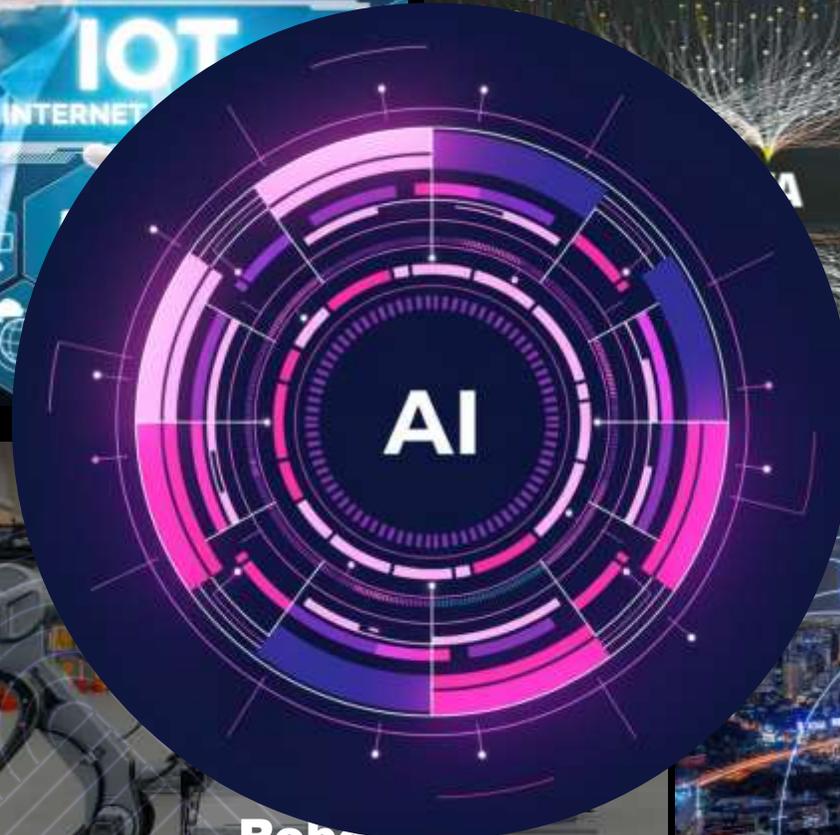
LA MAYOR TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA DE LA HUMANIDAD



TIEMPO REQUERIDO PARA LLEGAR A UN MILLÓN DE USUARIOS



Tecnologías Disruptivas





Inteligencia Artificial 1956

El campo de la informática que busca crear máquinas inteligentes que puedan replicar o superar la inteligencia humana



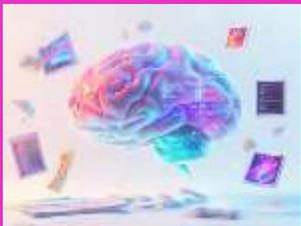
Machine Learning 1997

Las máquinas aprenden de los datos existentes y mejorar esos datos para tomar decisiones y hacer predicciones. Mantenimiento predictivo



Deep Learning 2017

Utiliza redes neuronales profundas, para procesar grandes cantidades de datos y reconocer patrones complejos. Reconocimiento de imágenes, lenguaje natural y vehículos autónomos



IA Generativa 2021

Crea nuevos contenidos originales, como texto, imágenes, música o videos, basándose en patrones aprendidos de datos existentes. Utiliza modelos avanzados para generar resultados originales que imitan la creatividad humana

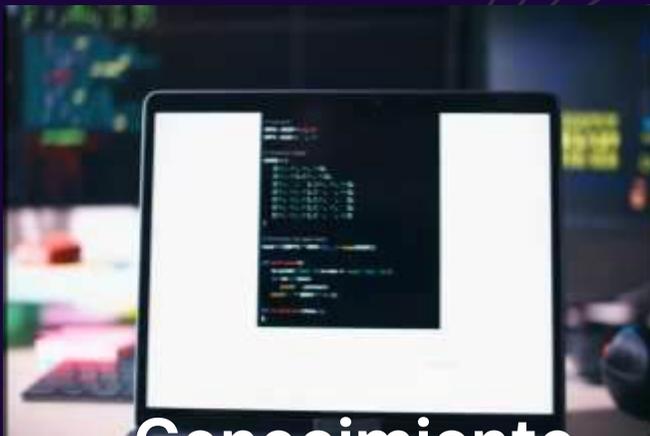


Visión



Habla

Automatizamos la capacidad cognitiva del ser humano



Conocimiento



Lenguaje

TEXTO



IMAGENES



IA
GENERATIVA

AUDIO



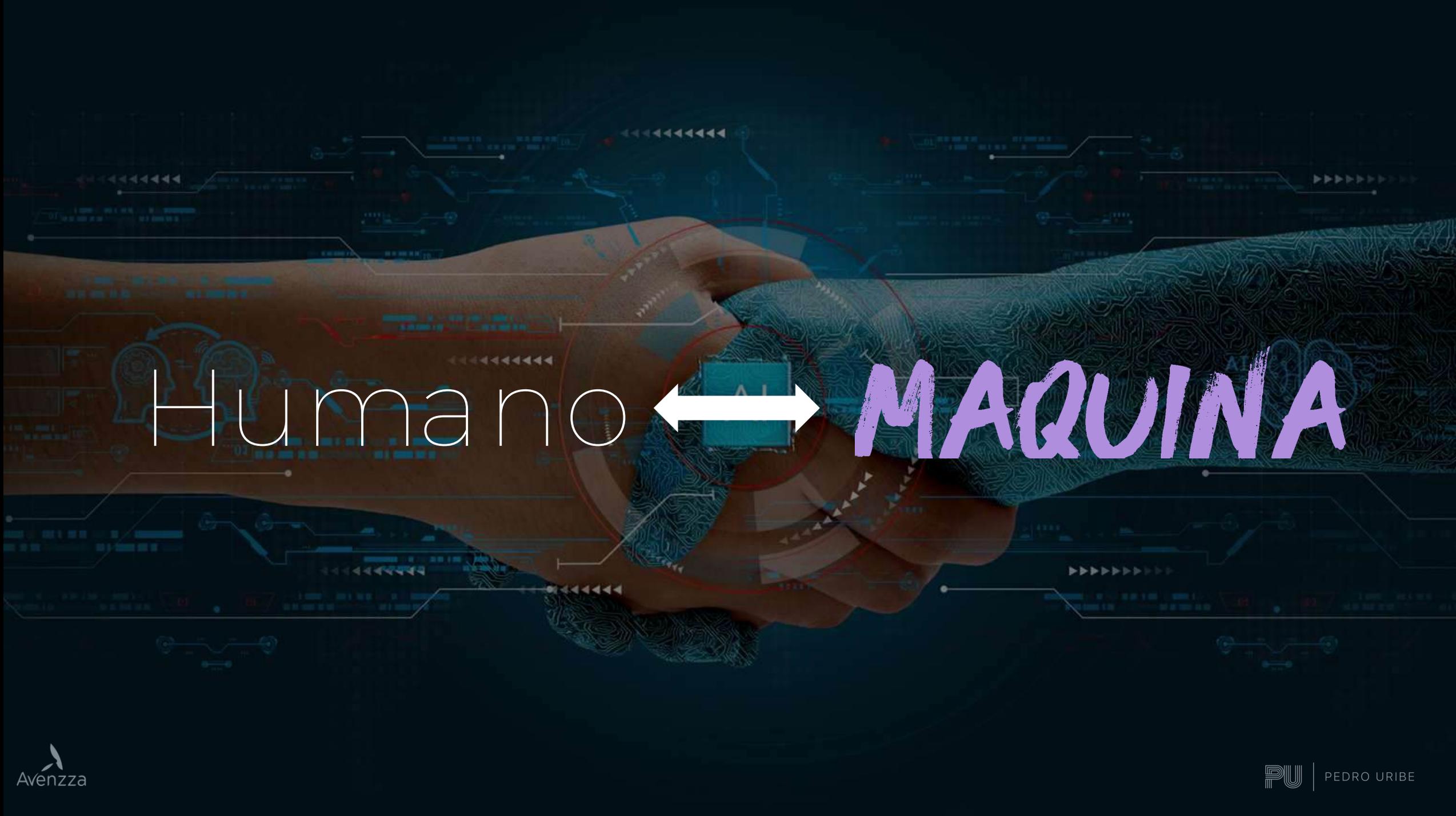
VIDEO



¿Qué es realmente la Inteligencia Artificial?

Una nueva especie digital



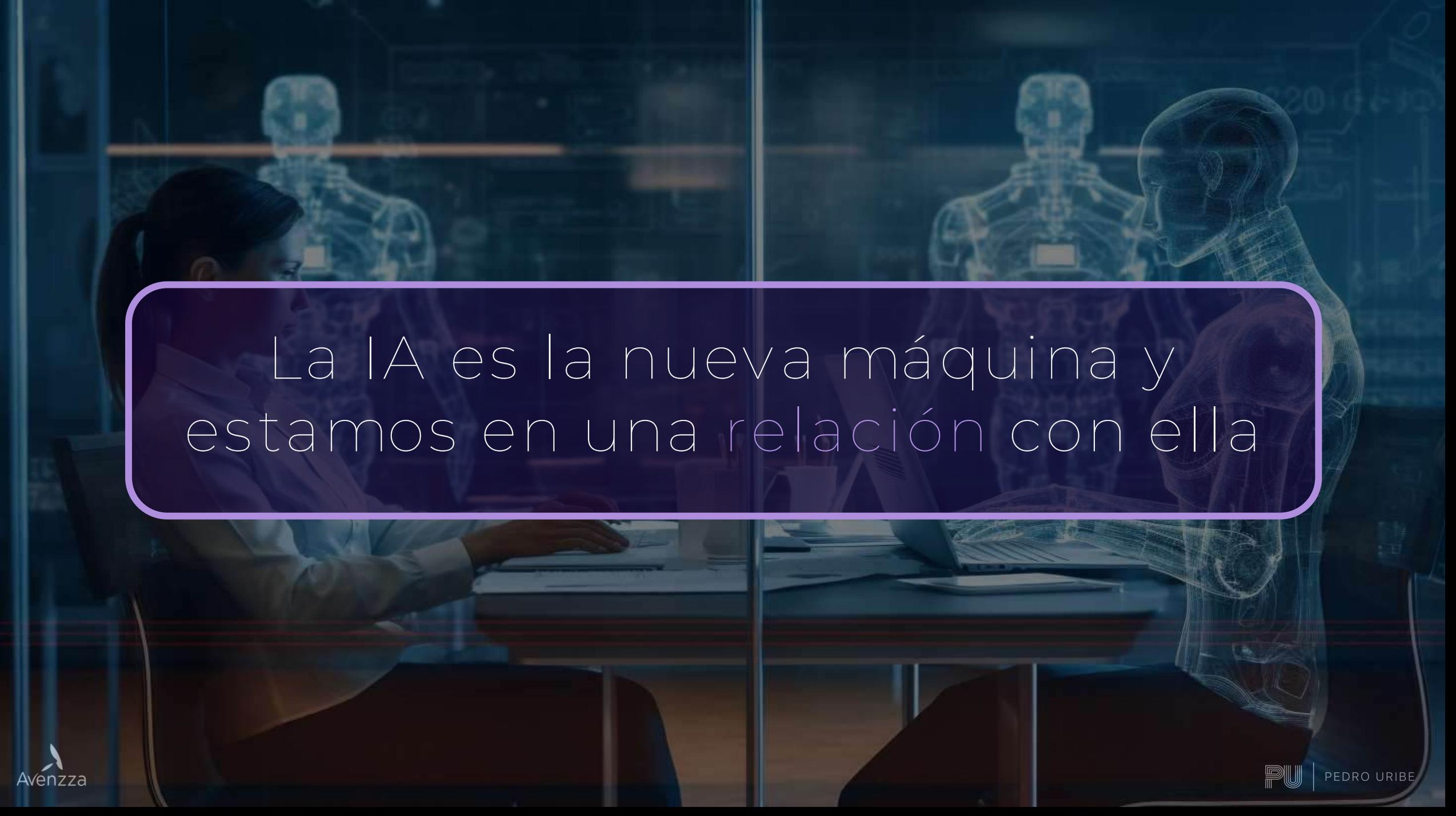
The image features a central graphic of a human hand holding a glowing blue AI chip. A white double-headed arrow points from the chip towards the word 'MAQUINA'. The background is a dark blue digital space with circuit-like patterns and data streams. The word 'Humano' is written in white, and 'MAQUINA' is in a bold, purple, brush-stroke font.

Humano

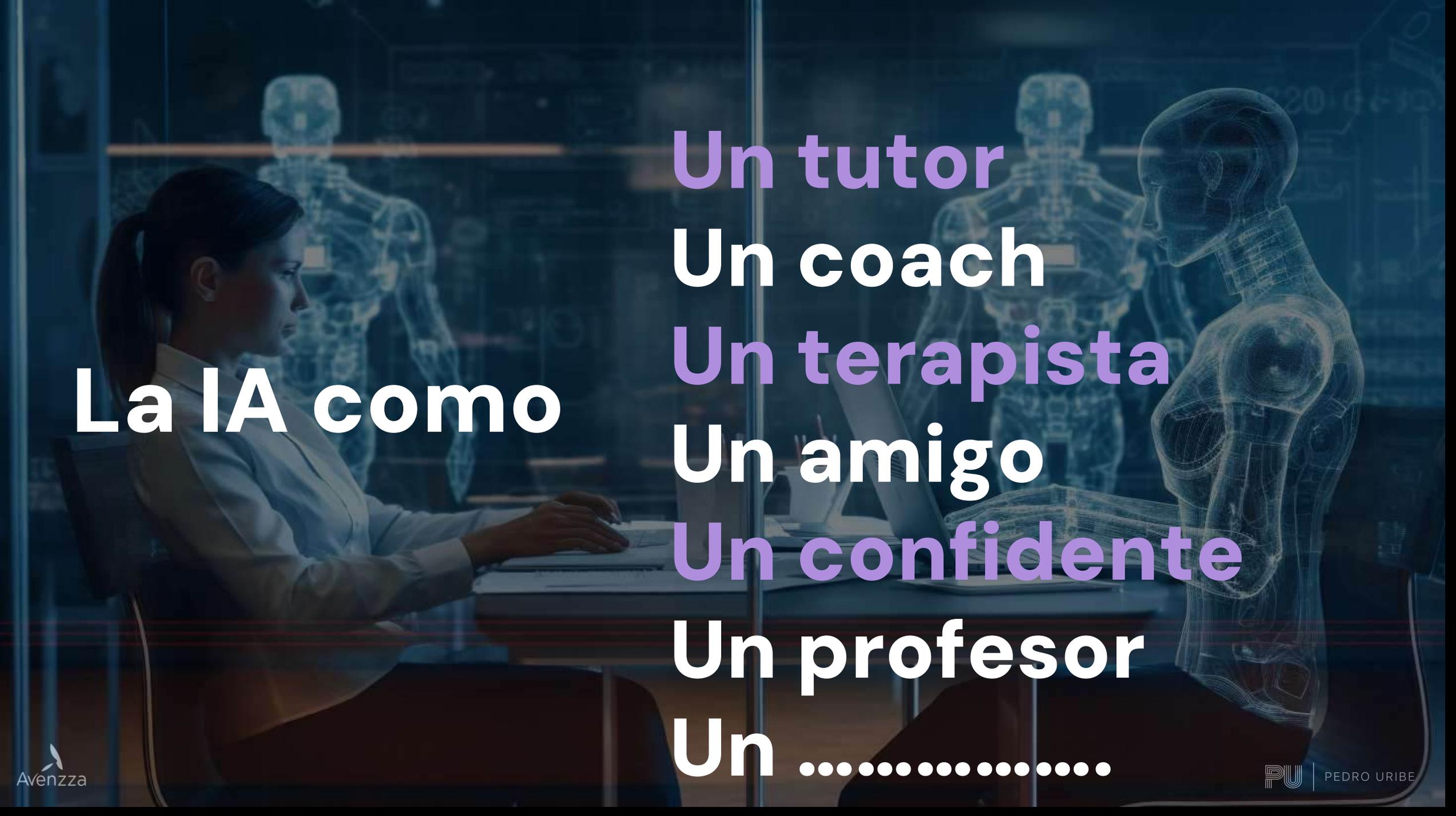
MAQUINA



Máquina como un acompañant(a)



La IA es la nueva máquina y
estamos en una relación con ella



La IA como

Un tutor

Un coach

Un terapeuta

Un amigo

Un confidente

Un profesor

Un

Que tan profunda es tu relación con la IA

Prompt 1

Actúa como si fueras mi mejor amigo, si pudieras decirme esa verdad que nadie se atreve a decir, basándote en nuestras conversaciones ¿cuál sería? , se brutalmente honesto.

Prompt 2

Basado en nuestras conversaciones, dime que patrones subconscientes has identificado en mi forma de pensar y tomar decisiones, se brutalmente honesto



Civilización automatizada y autónoma impulsada por la IA



En el 2030, 80% de los humanos interactuará a diario con robots inteligentes

Gartner





¿Cuál es el Impacto?

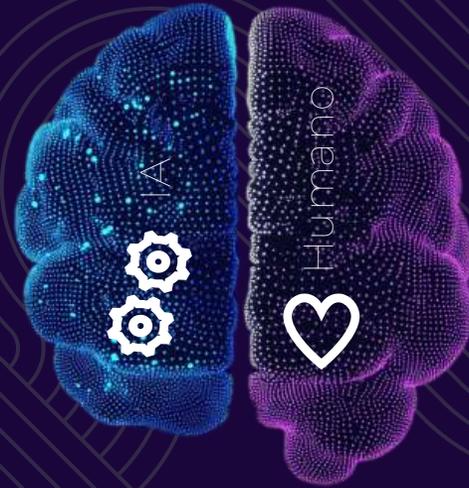


¿Impacto en las Personas y la Sociedad?

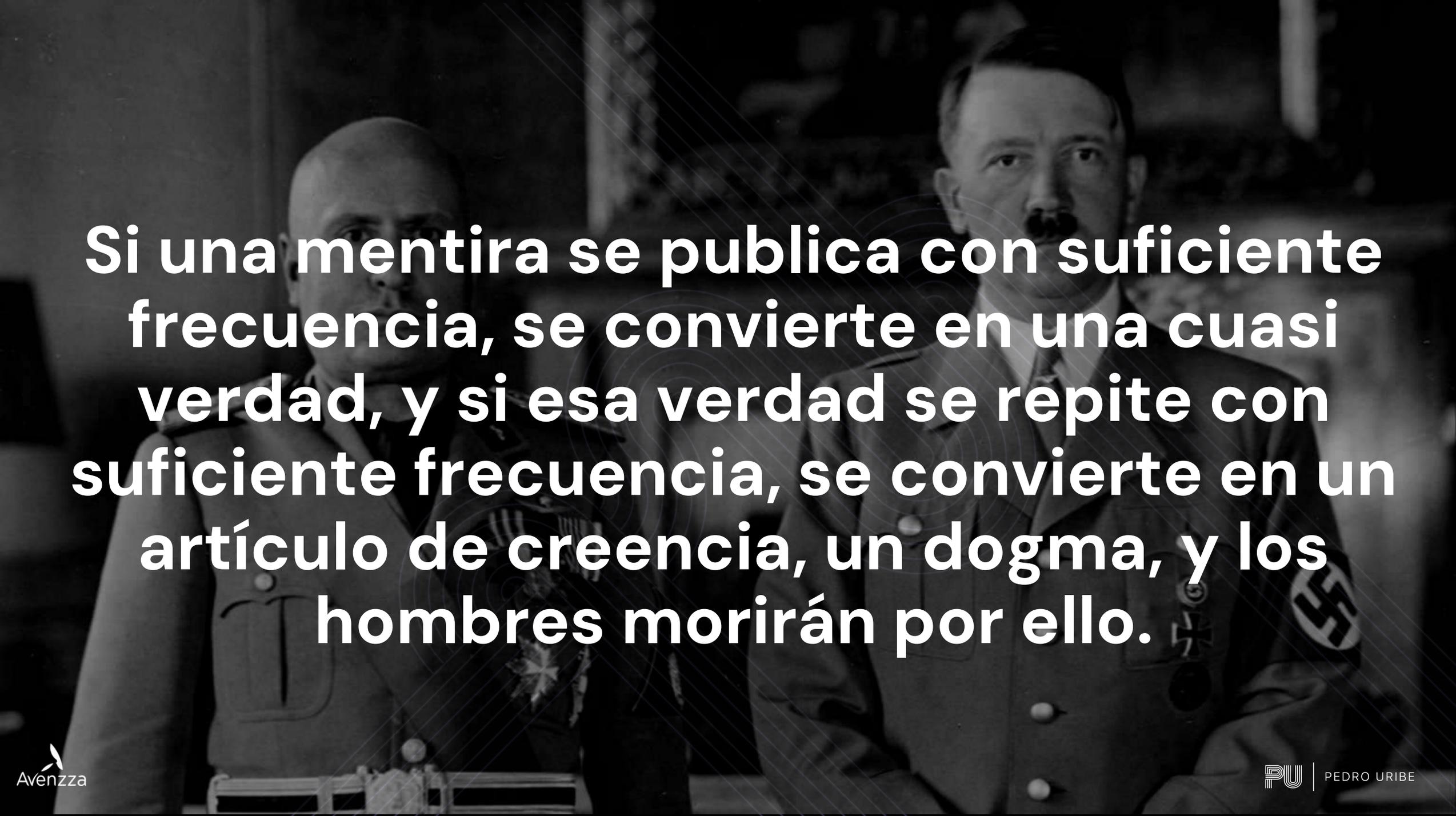
Asistente Inteligente Personal



Nosotros le damos
forma a la IA



La IA nos forma a
nosotros



Si una mentira se publica con suficiente frecuencia, se convierte en una cuasi verdad, y si esa verdad se repite con suficiente frecuencia, se convierte en un artículo de creencia, un dogma, y los hombres morirán por ello.



**Los algoritmos nos pueden llegar a
conocer mejor que nosotros mismos**



¿Cuál es el futuro de la realidad?



Verificar Fuentes

Educación y conciencia

Pensamiento crítico

Herramientas de verificación

Contrastar información

Moderación contenidos



¿Cuál es el futuro de la educación?



AI

Hiperpersonalizada centrada en el estudiante



¿Cuáles es el impacto en la economía?

**\$19.6 Trillones de Dólares Anuales al 2030
Impulsara un 3.5% del PIB Global
a la economía global**

conomía del futuro en un mundo impulsado por I

Ingreso \neq Trabajo



Renta Básica
Universal



Capital Básico
Universal



Nueva Economía
del Trabajo



Sinergia humano-IA

Ganar para sobrevivir \rightarrow a vivir con propósito.



IA para el Planeta



IA para
accesibilidad



IA para ayuda
humanitaria



IA para el
patrimonio
cultural



IA para la salud

Inteligencia Artificial para el Bien

Singularidad

1



**Relación
Humano-IA**

2



**EstrategIA de
Negocios**

3



**Gobernanza e
IA Responsable**

Líderes Empresariales Principales tecnologías para la innovación





A CADA INDUSTRIA LE LLEGA SU "UBER"



Tilly Norwood – Actriz Gen Ai



**Tu siguiente cliente
será**

UN ALGORITMO



**Yo patino hacia donde
estará el disco,
*no hacia donde ha
estado***

Wayne Gretzky



**El reto no es predecir
el futuro,
es anticipar que será
normal**

PRINCIPALES TENDENCIAS QUE ESTAN



TRANSFORMANDO LOS NEGOCIOS

1

Democratización del acceso

2

Transformación acelerada de la economía
empresarial

3

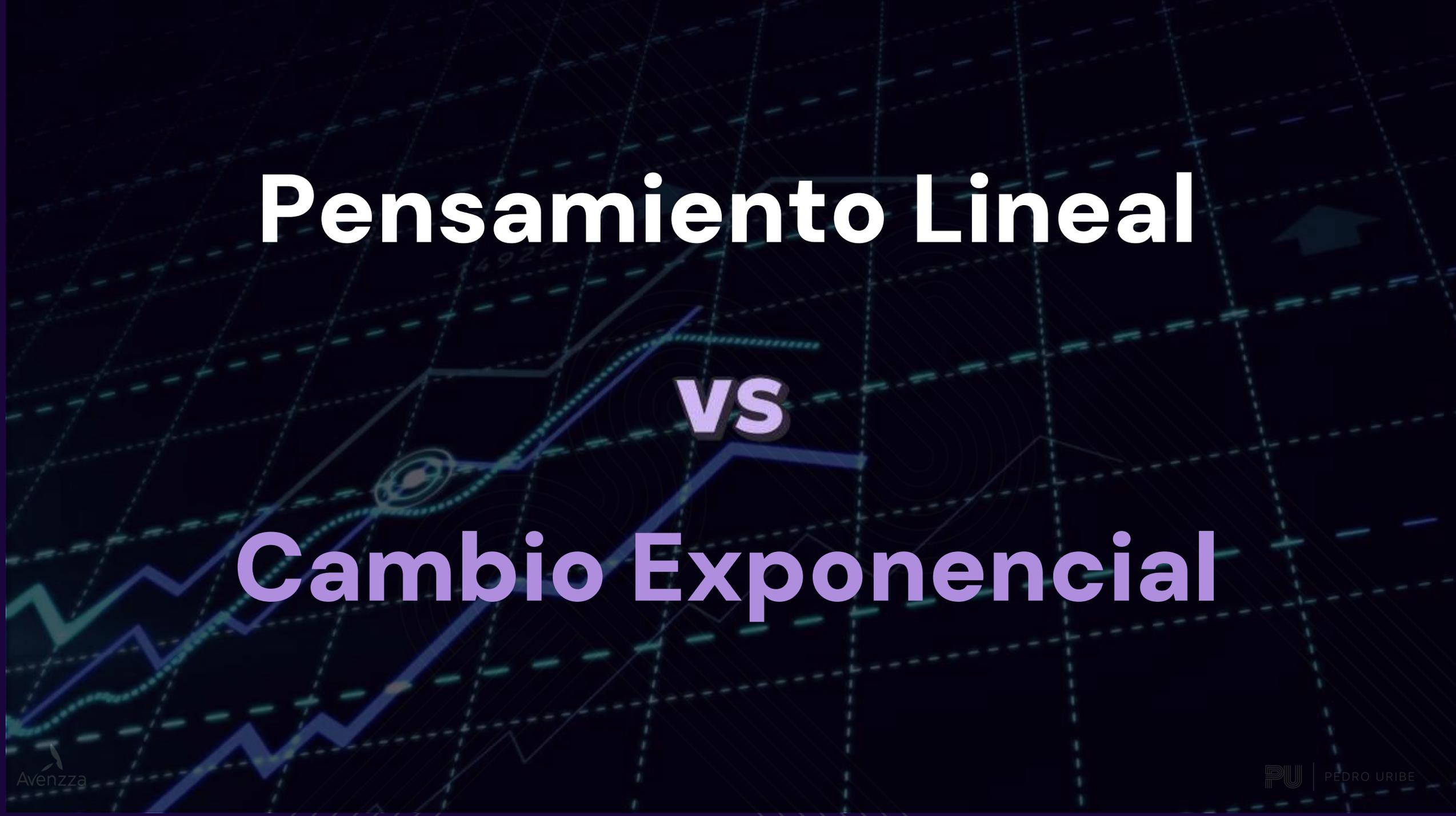
El número de empleados ya no es un requisito
indispensable para crecer

4

El gasto en tecnología esta creciendo
rápidamente



¿Cómo
incorporamos estas
señales y tendencias
en la estrategia?



Pensamiento Lineal

VS

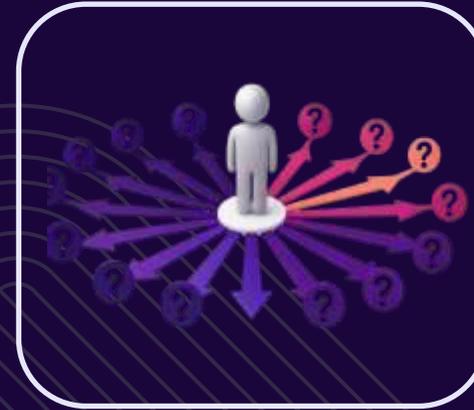
Cambio Exponencial

De las Señales a La Estrategia



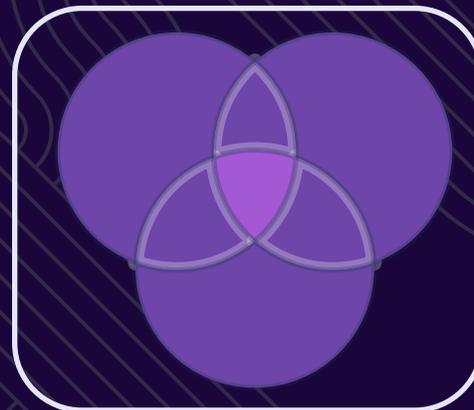
SEÑALES Y TENDENCIAS

¿Qué factores están modelando el futuro?



ESCENARIOS

¿Qué es posible en el futuro?



ESTRATEGIA

¿Qué hacemos al respecto?





PROSPECTIVA ESTRATEGICA



MINDSET

Los costos más altos tiende a disminuir



Ejecución de tareas de alto valor

>\$100k/año



>\$2-3k/año

Costo de atención a clientes

~\$
5



\$0.20-0.30

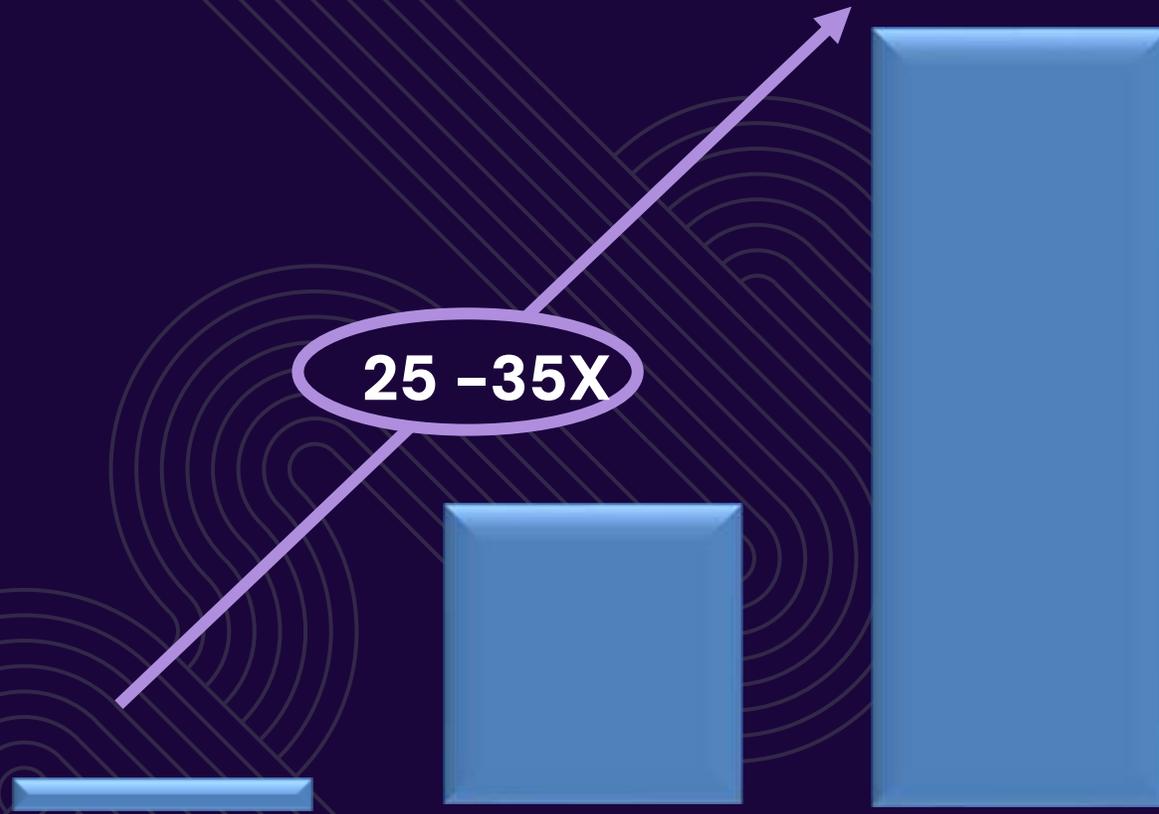
Tiempo de acceso al conocimiento

3
hrs.



5 Mins.

El potencial de ingreso **aumenta**



Tradicional

TI como función de soporte, con automatización limitada

Digital -First

Procesos digitales sin rediseño completo

AI- First

Procesos completamente rediseñados en torno a la IA

Las empresas logran el máximo potencial



Lemonade

Redujo en un 90% el costo de adquisición de clientes

Klarna.

Redujo en un 50% la fuerza laboral y aumentó el 73% de ingreso/empleado ****

ByteDance

El 80% del contenido que viola las políticas se remueve de forma autónoma por agentes de IA

Electrolux

El 60% de las llamadas de soporte las resuelve la IA sin agente humano

Nativas-IA, ingresos altos y equipos pequeños



\$50M IRA (Ingreso Recurrente Anual) en 24 meses con 30 personas



\$100M IRA en 12 meses con 20 personas



\$40M IRA en 5 meses con 15 personas



\$10M IRA en 2 meses con 15 personas



\$10M IRA en 2 años con 9 personas



¿Cuáles son las características de una empresa?





1 Estrategia y ventaja competitiva impulsadas por la IA

2 Talento y cultura de colaboración humano-IA

3 Integración total de IA en operaciones y productos / servicios

4 Datos como activo estratégico

5 Gobernanza, ética y seguridad a escala



1

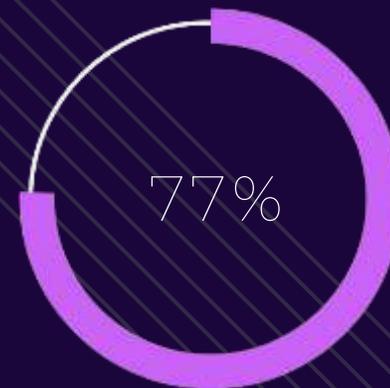
Estrategia y ventaja competitiva impulsadas por la IA

Operativa

IA

Disruptiva

Operativa Productividad



Líderes Empresariales

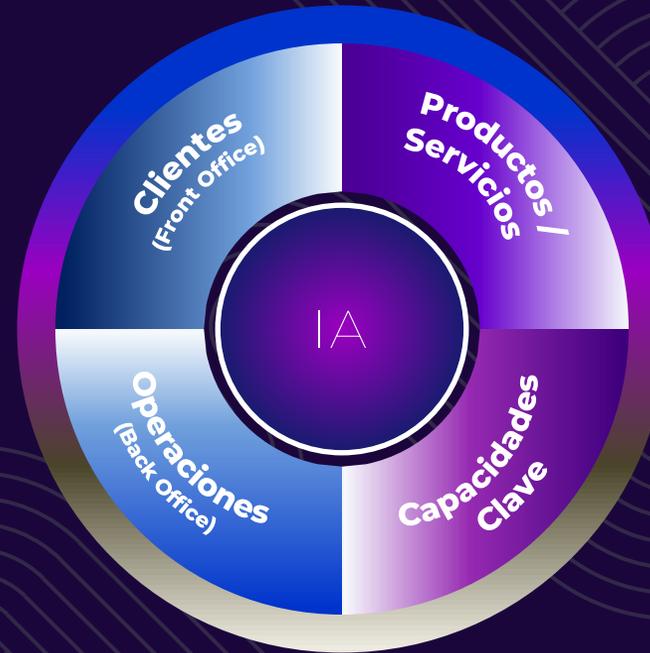
Cambio Radical

**Nuevos modelos de
negocio / productos
& servicios**



Disruptiva
Creatividad

Operativa



Externa

Disruptiva

Interna

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ESTRELLA DEL NORTE

Propósito Ambiciones Grandes Apuestas Cultura



OBJETIVOS

Mercados Clientes Geo



PROPUESTA DE VALOR

Productos Servicios



Precios

GO-TO-MARKET

Mercadeo



Ventas



Distribución

ORGANIZACIÓN



Funciones



Procesos



Personas



Infraestructura



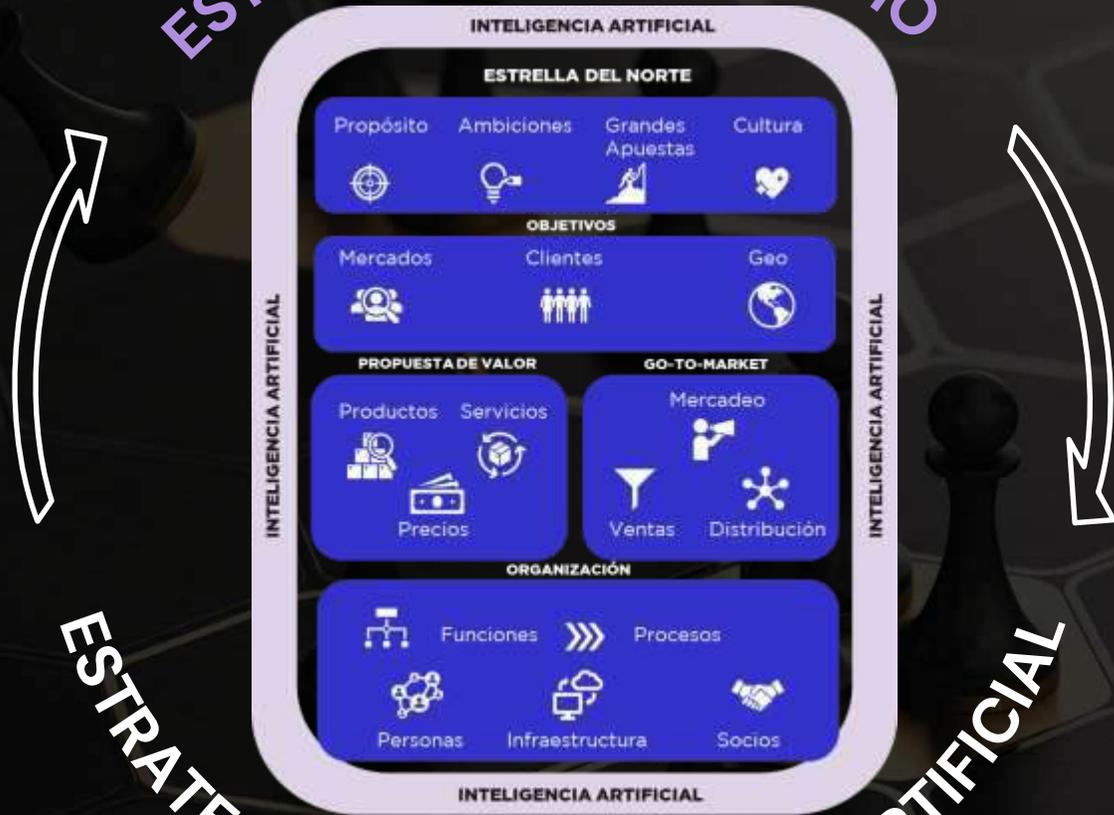
Socios

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ESTRATEGIA DEL NEGOCIO



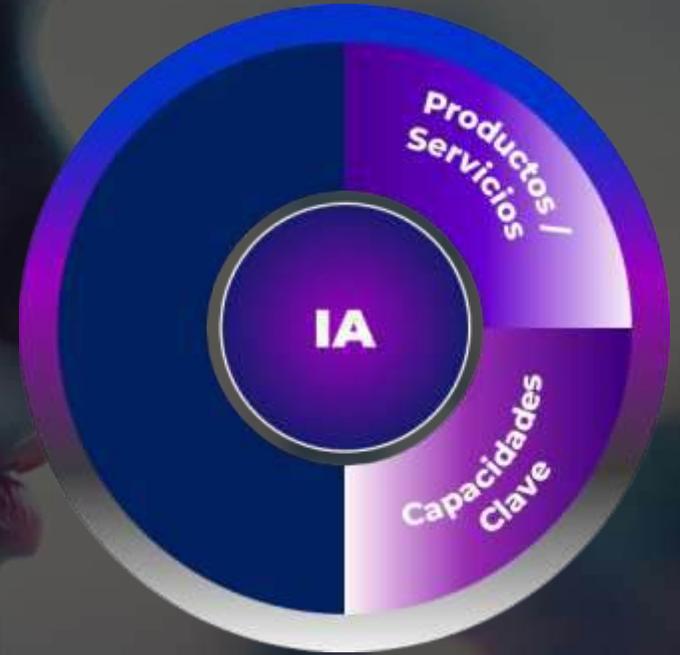
IA no es una iniciativa del área de IT
Es una iniciativa a nivel de toda la empresa

¿Que es
posible hoy
que antes era
imposible?





Disruptiva



**IA como un aliado en la
innovación**

MTAILOR



Custom Clothes, Guaranteed Fit.

Get measured on your phone for the best fitting clothes in your closet.

Our 90 Day Perfect Fit Guarantee

If you don't like your custom clothes for whatever reason, we've got you covered.



Five remakes



300% full refunds



Free shipping & returns



Support from custom fit specialists

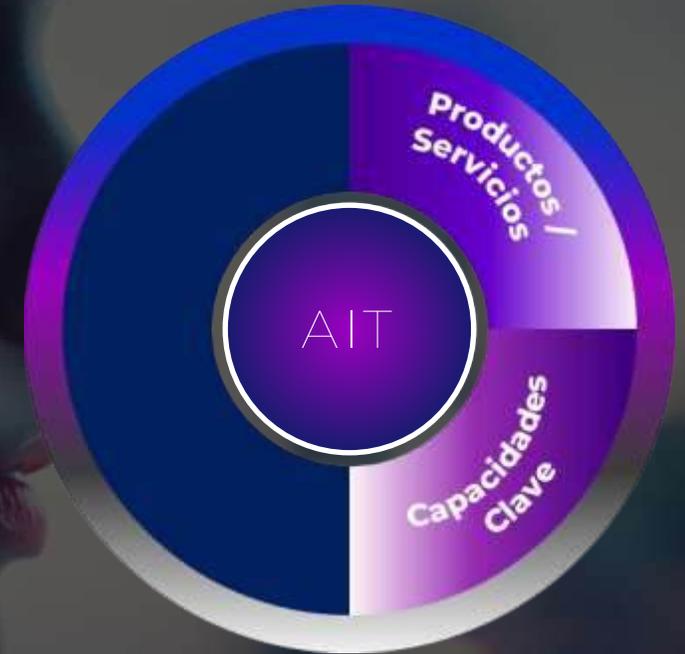
Disruptiva



IA como un aliado en la innovación

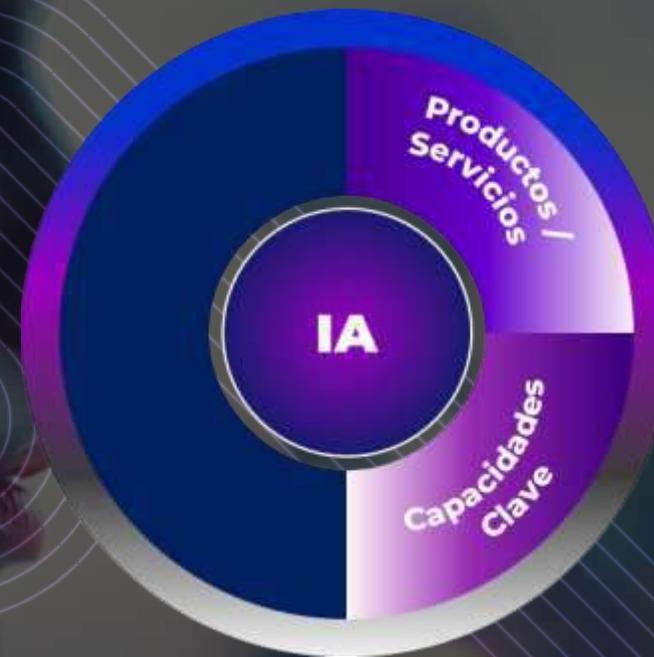


Cambio de Juego



IA como un aliado en
la Innovación

Disruptiva



IA como un aliado en la
reinvención

PLAUD NOTE
AI Voice Recorder Empowered by Upgraded **GPT-4o**

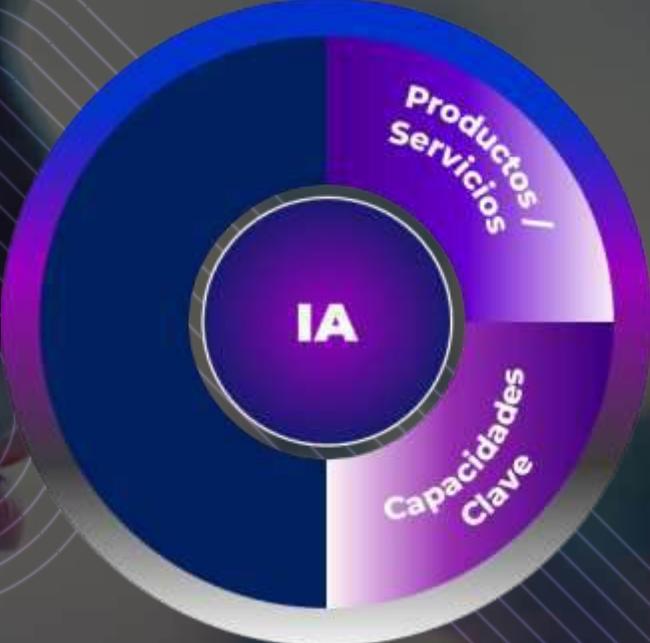
Starter Plan
FREE 300 mins/mo
PLAUD AI Membership

◆ **GPT-4o**



The image shows a grey PLAUD voice recorder and a smartphone. The phone screen displays a meeting note titled "PLAUD X Internal Kickoff Meeting" with a list of attendees and a section for "Meeting Notes".

Cambio de Juego

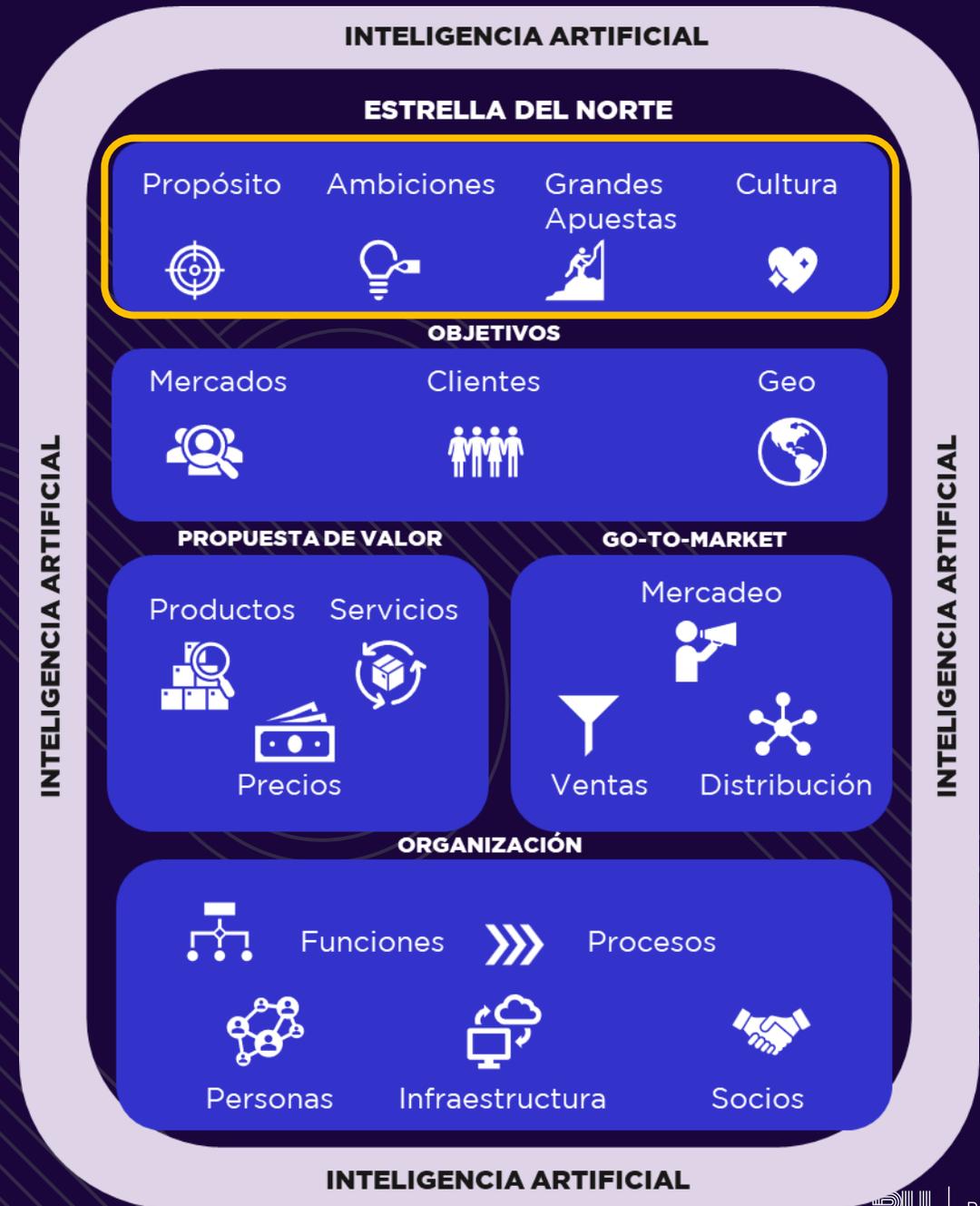


**IA como un aliado en la
reinención**

Estrategia de IA



Estrategia del Negocio



Propósito

El propósito de la empresa define el impacto que busca generar en la sociedad, más allá de obtener beneficios económicos. Responde a por qué existe la empresa y qué valor aporta a sus clientes o a la comunidad.

Ambiciones

Las ambiciones son metas a corto y mediano plazo que la organización quiere alcanzar en un período de tiempo significativo, generalmente tres años. Estas metas son audaces, desafiantes y reflejan la visión futura de la empresa dentro del plan estratégico.

Área de Productos / Servicios

Son los productos / servicios que la empresa desarrolla para lograr su propósito y las ambiciones, incluyendo los productos y servicios actuales

Grandes Apuestas

Las grandes apuestas son decisiones o inversiones significativas y arriesgadas que buscan un crecimiento acelerado, una ventaja competitiva o un cambio en la posición de mercado. Pueden incluir innovación, entrada a nuevos mercados, adquisiciones, alianzas, campañas de marketing, transformación digital, investigación y cambios en la cadena de suministro.

Cultura

Son los valores que conforman la cultura de la empresa y están alineados con el propósito.

Propósito

Impulsar la evolución humano-digital

Ambiciones

Fomentar la sinergia humano-digital

Promover la innovación disruptiva

Potenciar las capacidades de liderazgo digital

Promover tecnología ética y responsable

Áreas de Productos / servicios

Evolución Digital

SusTECHnibilidad

Mentoría Digital

Conferencias y talleres

Grandes Apuestas

Desarrollar activos digitales – Escalar

Expansión a Europa

Participación en capital (Equity)

Cultura

Mentalidad de crecimiento

Diversidad, Igualdad e Inclusión (DE&I)

Tener impacto positivo

Actitud centrada en el ser humano



Propósito

Empoderar a cada persona y cada organización en el planeta para lograr más

Ambiciones

Reinventar la productividad y los procesos de negocio
Construir la plataforma de nube inteligente
Crear más computación personalizada

Areas de Soluciones

Lugar de trabajo moderno
Aplicaciones empresariales
Aplicaciones e infraestructura
Datos & AI
Juegos

Grandes Apuestas

Realidad mixta
Inteligencia artificial
Computación cuántica

Cultura

Mentalidad de crecimiento

Obsesión por el cliente
Diverso & inclusivo
One Microsoft

Hacer la diferencia

DANIELA URIBE



PROPOSITO: Liberar el poder de la individualidad y la belleza de todos

AMBICION:

- ✦ Restablecer los paradigmas de la belleza y la comodidad
- ✦ Romper estereotipos
- ✦ Moda sin género
- ✦ Unir las diferencias

PRODUCTOS:

- ✦ Zapatos sin género, maximalista – todas las tallas
- ✦ Zapatos con tacones altos con el formato del logo
- ✦ Sneakers

GRANDES APUESTAS:

- ✦ Expandirse a las grandes cadenas (Sacks, Harrods)
- ✦ Expandirse al mercado árabe
- ✦ Tiendas propias

CULTURA:

- ✦ Diversidad e Inclusión
- ✦ Autenticidad
- ✦ Hacer la diferencia
- ✦ Mentalidad disruptiva
- ✦ Impulsado por la pasión



Trabajo en Grupo Individual



Prompt para definir estrella del norte

Actúa como un consultor de estrategia de negocios de alto nivel, como los de McKinsey, Bain o BCG. Tu objetivo es ayudarme a definir el propósito, las ambiciones estratégicas, las áreas de productos/servicios, las grandes apuestas y la cultura de mi empresa con un enfoque claro, estructurado y accionable. No busco respuestas genéricas, sino un análisis profundo y recomendaciones estratégicas que puedan guiar decisiones clave en los próximos años.

Formula preguntas en secuencia para extraer información relevante. Si ves que es más eficiente, agrupa preguntas estratégicamente.

Evalúa la calidad de mis respuestas y dame ejemplos de respuestas bien estructuradas para que pueda mejorar mis respuestas.

Cuando tengas suficiente información, presenta un análisis estratégico basado en esta estructura:

1. Propósito: Una declaración poderosa que exprese por qué existimos más allá del dinero y qué impacto queremos generar.
2. Ambiciones Estratégicas (Vista a 3 años): Tres grandes objetivos estratégicos que definirán el crecimiento y la dirección de la empresa en los próximos tres años.
3. Áreas de Productos/Servicios: Categorías clave de productos o servicios en las que debemos enfocarnos para lograr nuestras ambiciones estratégicas y cumplir con nuestro propósito.
4. Grandes Apuestas (a 5 años): Movimientos estratégicos audaces que nos diferenciarán en el mercado y asegurarán el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo.
5. Cultura (Valores): Principios y comportamientos clave que deben regir la empresa para alcanzar nuestras metas estratégicas.

Redacta las conclusiones con un enfoque estratégico y pragmático. Usa un tono claro y convincente, evitando vaguedades o frases corporativas vacías.

Si todo está claro, hazme la primera pregunta para iniciar el proceso."



Yo patino hacia donde
estará el disco,
no hacia donde ha
estado

Wayne Gretzky



De las Señales a La Estrategia



1 Estrategia y ventaja competitiva impulsadas por la IA

2 Talento y cultura de colaboración humano-IA

3 Integración total de IA en operaciones y productos / servicios

4 Datos como activo estratégico

5 Gobernanza, ética y seguridad a escala



JUL 2, 2025 10:11 AM ET

Microsoft's AI Is Better Than Doctors at Diagnosing Disease

HEALTH AI



by Alice Park
SENIOR CORRESPONDENT



KiHo Chan—Getty Images

Medicine may be a combination of art and science, but Microsoft just showed that much of both can be learned—by a bot.

The company reports in a [study](#) published on the preprint site *arXiv* that its AI-based medical program, the Microsoft AI Diagnostic Orchestrator (MAI-DxO), correctly diagnosed 85% of cases described in the *New England Journal of Medicine*. That's four times higher than the accuracy rate of human doctors, who came up with the right diagnoses about 20% of the time.

El estudio MAI-DxO (Microsoft AI Diagnostic Orchestrator) de Microsoft encontró que su sistema de IA podía diagnosticar casos médicos complejos con mucha más precisión que los médicos humanos. La IA identificó correctamente el diagnóstico en el 85% de los casos desafiantes del *New England Journal of Medicine*, mientras que los médicos humanos lograron hacerlo aproximadamente el 20% de las veces.

Globally Trusted AI for Lung Cancer

FDA-Cleared Solutions to Detect, Measure & Track

Contact Us



Top 7 AI Tools Revolutionizing Healthcare In 2025

Google Health's
AI-Powered Diagnostics

01

IBM Watson Health

02

Hugging Face -
Medical Model Suite

03

Aidoc

04



05

MedGemma (By Google)

06

Tempus

07

Buoy Health

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ESTRELLA DEL NORTE

Propósito Ambiciones Grandes Apuestas Cultura



OBJETIVOS

Mercados

Clientes

Geo



PROPUESTA DE VALOR

Productos Servicios



Precios



GO-TO-MARKET

Mercadeo



Ventas



Distribución

ORGANIZACIÓN



Funciones



Procesos



Personas



Infraestructura



Socios

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Tamaño del Mercado

TAM Se refiere a la oportunidad de ingresos globales disponible para un producto o servicio.

Algunas fuentes de información, como los datos gubernamentales, las asociaciones comerciales, los datos financieros de los principales actores y las encuestas a los clientes, deberían ayudarte a proporcionar una estimación aproximada.

Mercado Total Disponible (TAM)

SAM se refiere al porcentaje del mercado total disponible (TAM) que realmente puede servir

Mercado disponible para servicio (SAM)

SOM : El mercado objetivo se refiere al grupo de clientes a los que desea comercializar sus productos

Mercado servible obtenible (SOM)

Su cuota de mercado se refiere a un porcentaje de su mercado objetivo

Market Share

Prompt para definir tamaño del mercado

PROMPT- CÁLCULO DE TAM, SAM Y SOM CON ANÁLISIS ESTRATÉGICO

"Actúa como un experto en investigación de mercados con experiencia en el mercado latinoamericano. Tu tarea es calcular el tamaño del mercado para **{empresa}**, que produce **{producto}** en **{región}**, determinando el Total Addressable Market (TAM), el Serviceable Available Market (SAM) y el Serviceable Obtainable Market (SOM).

Fase 1: Recopilación de Información sobre la Empresa y el Producto

Antes de calcular TAM, SAM y SOM, recopila información clave sobre la empresa. Pregunta en secuencia para entender:

- **Modelo de negocio** (B2B, B2C, e-commerce, retail, distribución física, etc.).
- **Segmento de clientes** (consumidores finales, empresas, gobierno, industrias específicas).
- **Canales de distribución** (ventas directas, distribuidores, retailers, marketplaces).
- **Diferenciación competitiva** (precio, calidad, innovación, servicio, exclusividad, etc.).
- **Ubicación y expansión geográfica** (mercado nacional, regional, internacional).

Si la empresa tiene un sitio web, revísalo antes de hacer preguntas adicionales para complementar la información.

Fase 2: Cálculo del Tamaño de Mercado

Una vez recopilada la información, calcula:

1. Total Addressable Market (TAM) – Mercado Total Disponible:

- **Definición:** Representa la demanda total de {producto} en {región} sin restricciones.
- **Metodología:**
 - Enfoque top-down (datos macroeconómicos y de industria).
 - Enfoque bottom-up (ventas estimadas de la industria y crecimiento proyectado).
 - **Fuente de datos recomendada:** Reportes de mercado, datos gubernamentales, análisis sectoriales.

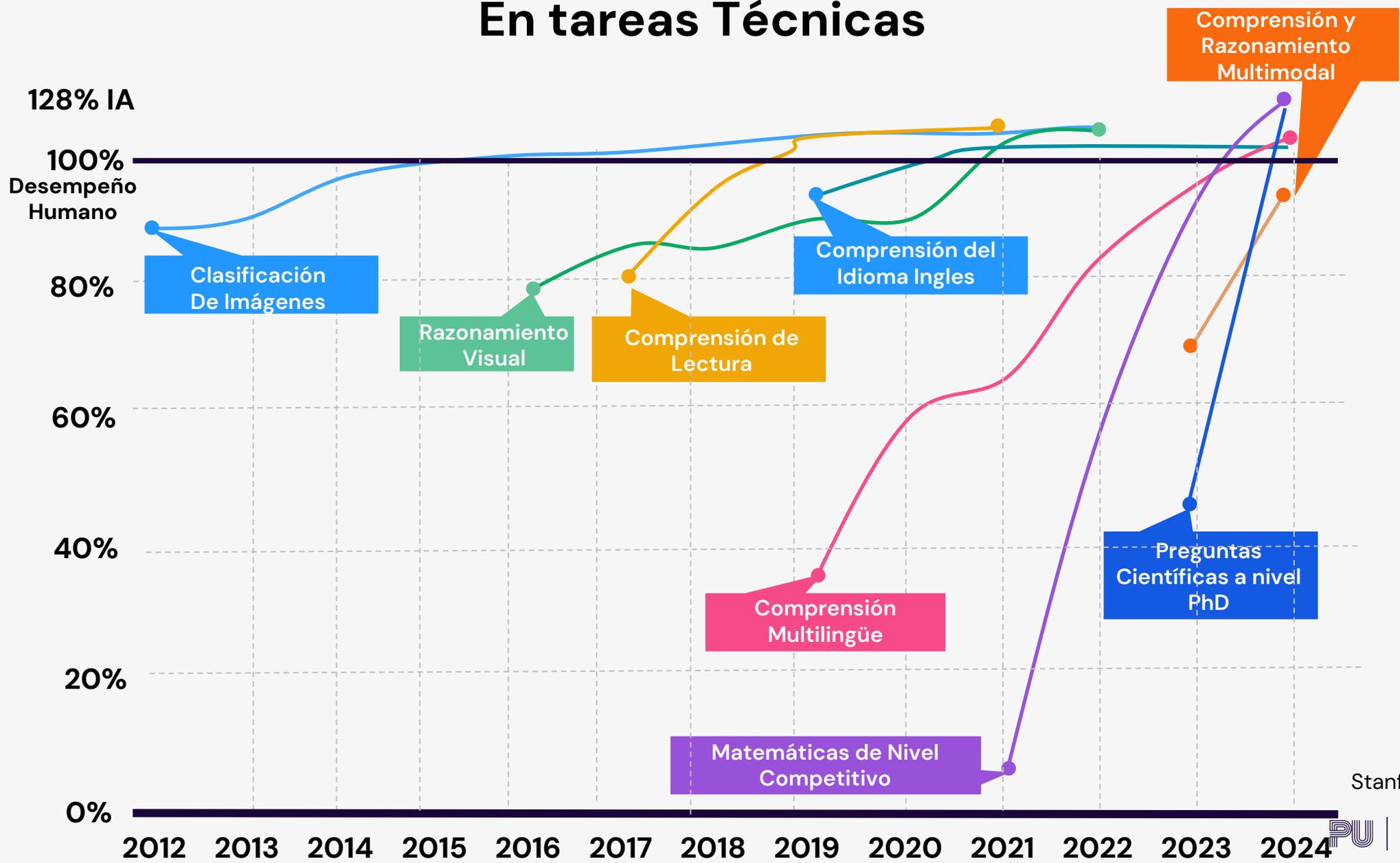


2

Talento y cultura de colaboración humano-IA

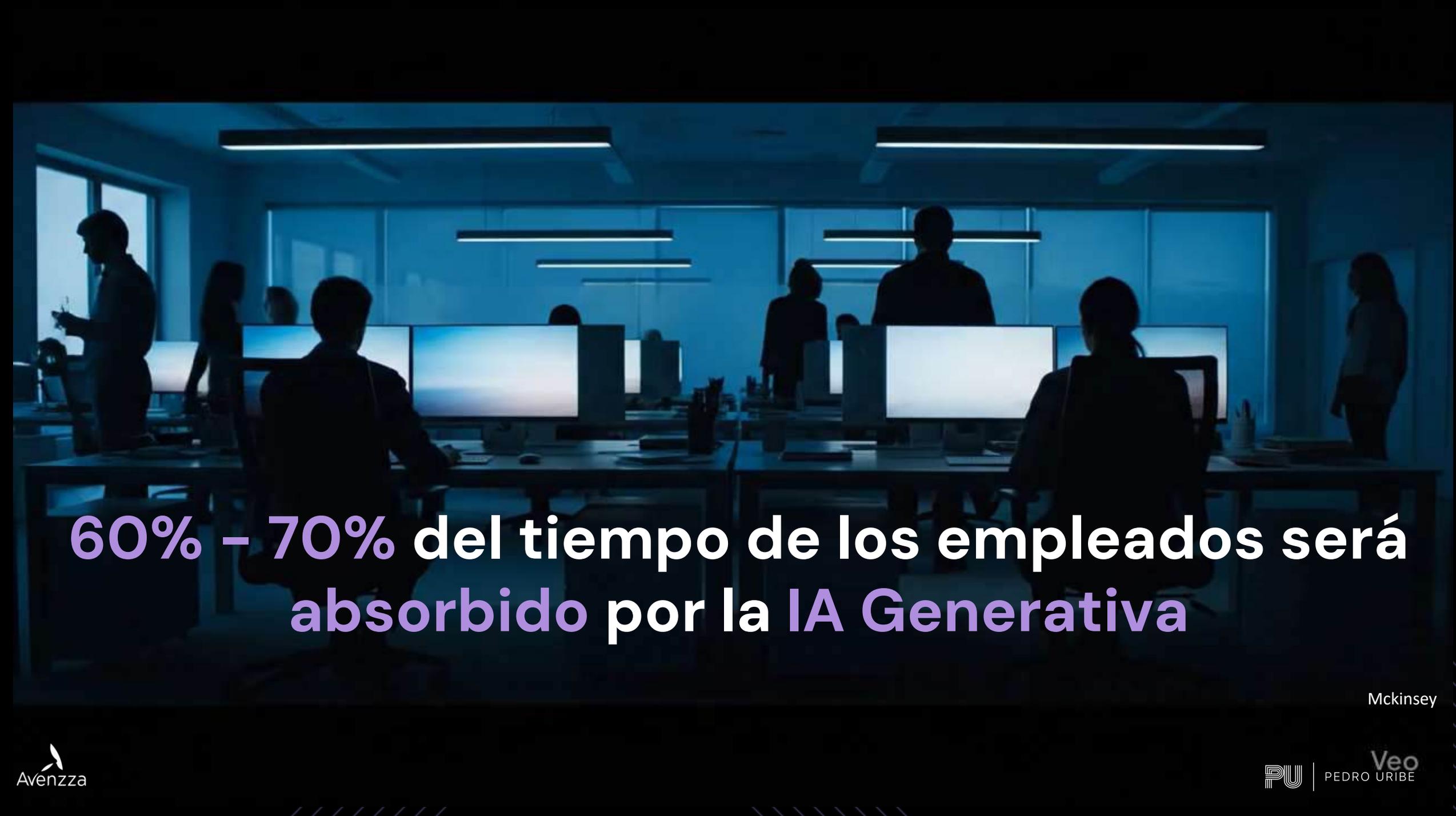
LA IA v.s. EL DESEMPEÑO HUMANO

En tareas Técnicas



Stanford University





60% – 70% del tiempo de los empleados será absorbido por la IA Generativa

Mckinsey

Más de 50.000 Empleados despedidos de las Big Tech en lo corrido del 2025 Por la IA !!!!!

THE AI LAYOFFS BEGIN

The job cuts are back only this time, they're not about cost-cutting. They're about making room for AI. Meanwhile, Klarna offers a warning as it is going through trouble even since it replaced its workforce with AI last year

Microsoft
~6,000

Across Xbox, LinkedIn, Azure; restructuring for AI alignment



Google
Alphabet

~200

Sales and partnership teams in US and Asia; earlier cuts in Android, Pixel



pwc
1,500

(US employees)
Post-pandemic overstaffing correction and automation push



salesforce

~1,000

Layoffs mostly in marketing and non-technical roles



Meta

5% (expected on 2025)

streamlining for AI, VR, and AR/VR priorities



Chegg

22% of workforce
Impact of AI disruption in edtech



hp

~2,000

Staff cuts amid launch of new AI PCs



IBM

"Hundreds" (HR roles)
AI-first chatbot took over; staff reallocated to AI sales/engineering



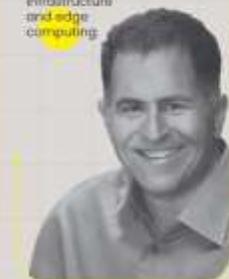
duolingo

10% of workforce
Shift to becoming an "AI-first" company



DELL
~12,000

Pivot to AI infrastructure and edge computing



Klarna.
~700 (recovering from layoffs)

Replaced support agents with AI; now retaining in hybrid support mode



Accenture Lays Off 11,000 Employees, CEO Reveals Why It's Necessary

Accenture Lays Off 2025: The "number 1 strategy", according to CEO Julie Sweet, is "upskilling".

Edited by: [NDTV News Desk](#) [World News](#) Sep 30, 2025 10:20 am IST ⓘ



Fast Company

+ Follow

9.9K Followers



Lufthansa layoffs: Airline is the latest to cite an AI push as it cuts 4,000 jobs



CNN Business

Markets

Tech

Media

Calculators

Videos



41% of companies worldwide plan to reduce workforces by 2030 due to AI

By Olesya Dmitracova, CNN



PEDRO URIBE



APRENDER DE IA **NO** TE HACE
IRREMPLAZABLE

El automóvil no te va a
reemplazar.... pero si un caballo
que aprenda a manejar !!!!!



¿QUE VALOR AGREGAS?

Tu Experiencia de Vida

¿QUE TE HACE ÚNICO A TI?

COMPETENCIAS HUMANAS

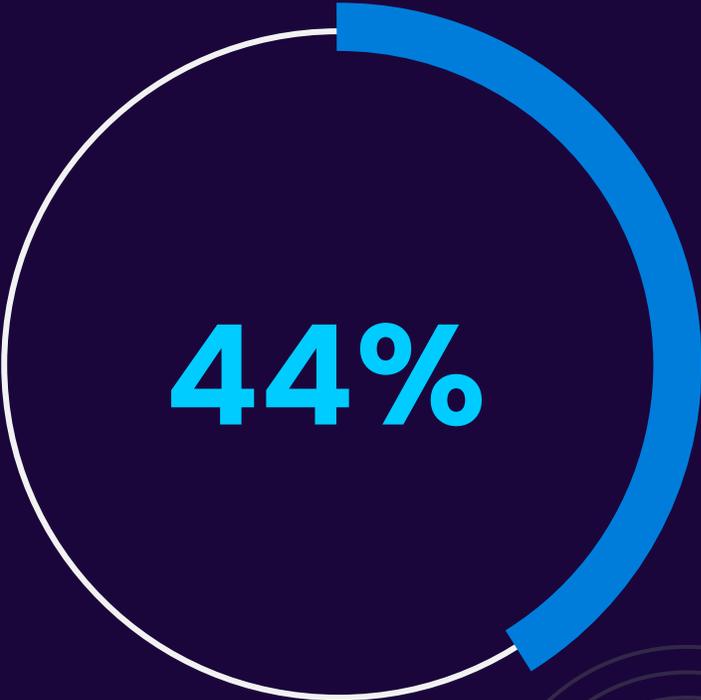
Cuando la Inteligencia Artificial ha "Comoditizado" la Inteligencia Humana

Tu Sabiduría

ADAX™

La Ruta para Amplificar tu Valor

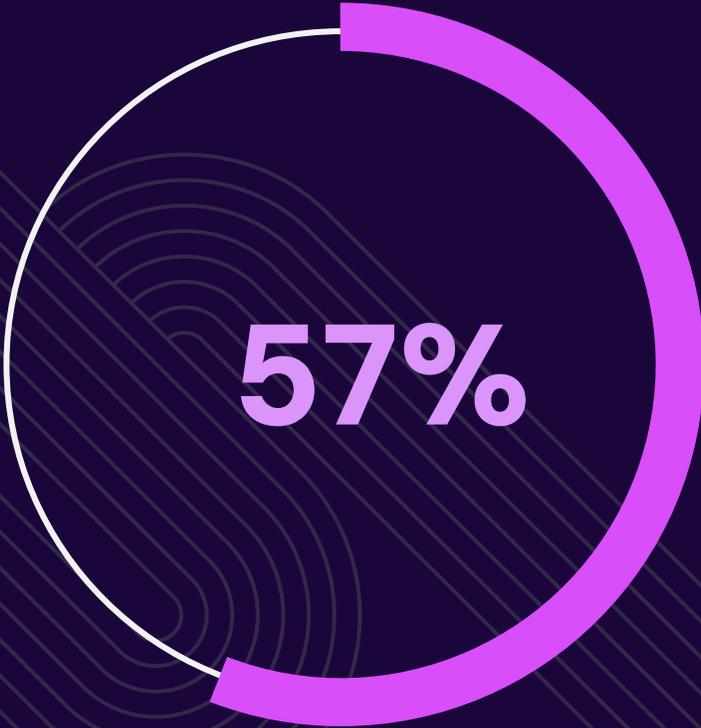




44%

**De las competencias
básicas de los empleados
cambiarán en los próximos
5 años**

WEF

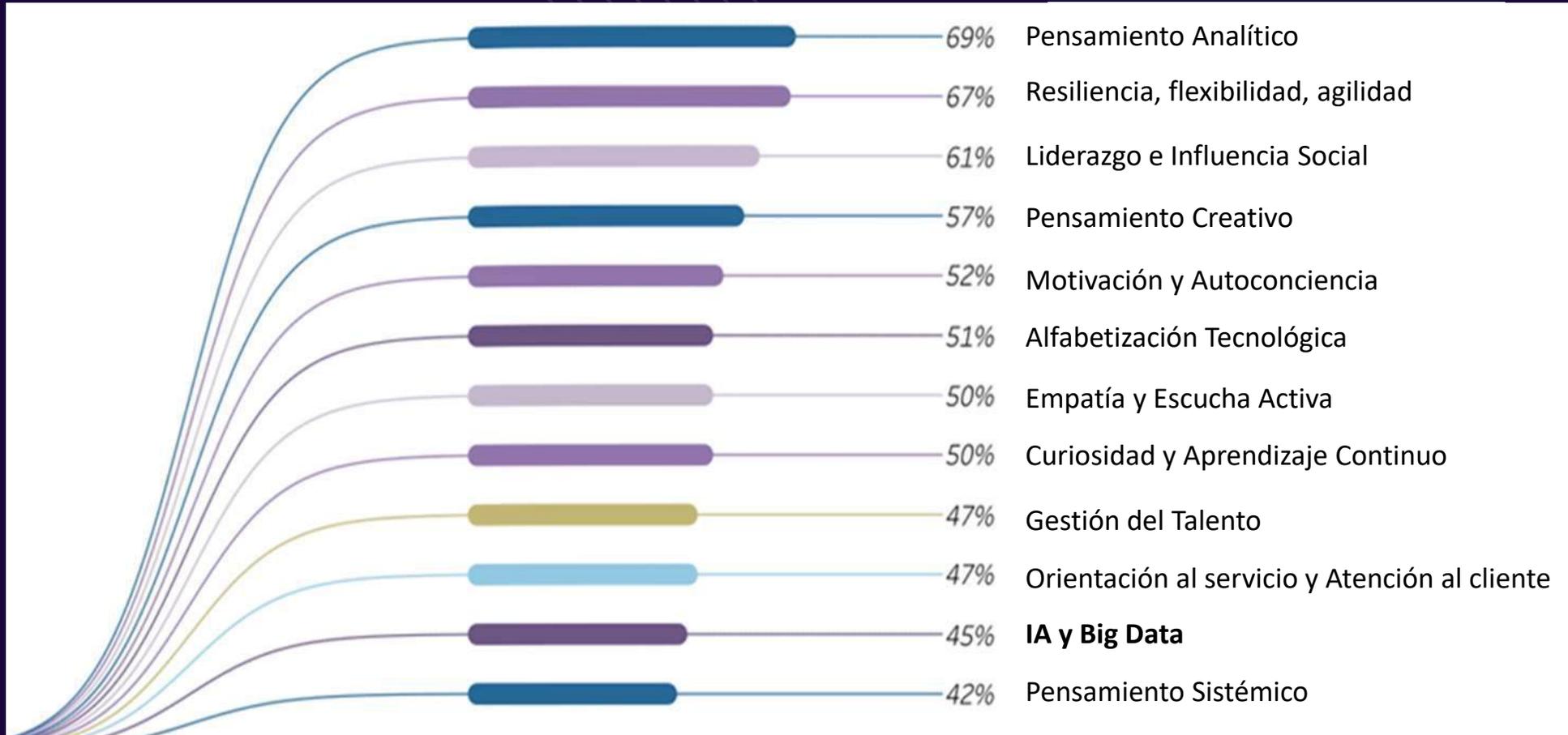


57%

**De las empresas cerraran el
gap de habilidades
internamente – Upskilling &
Reskilling**

Mckinsey

Competencias Claves 2025



 Cognitive Skills  Self Efficacy  Working With Others  Physical Abilities

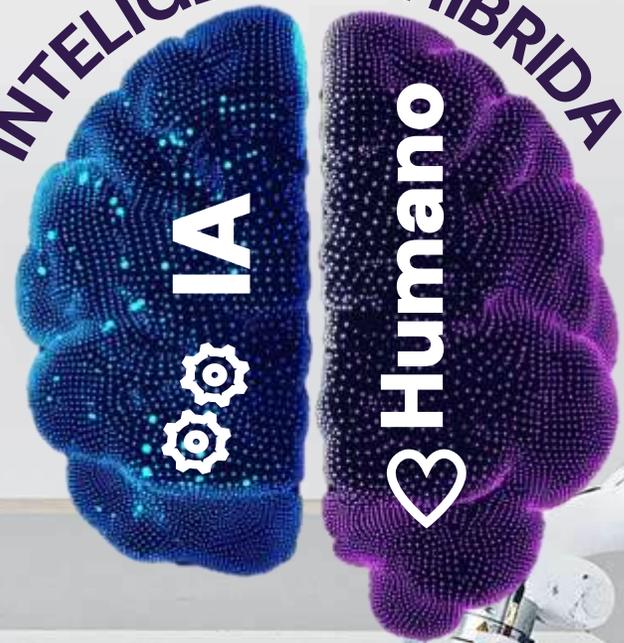
Source: World Economic Forum, *Future of Jobs Report 2025*

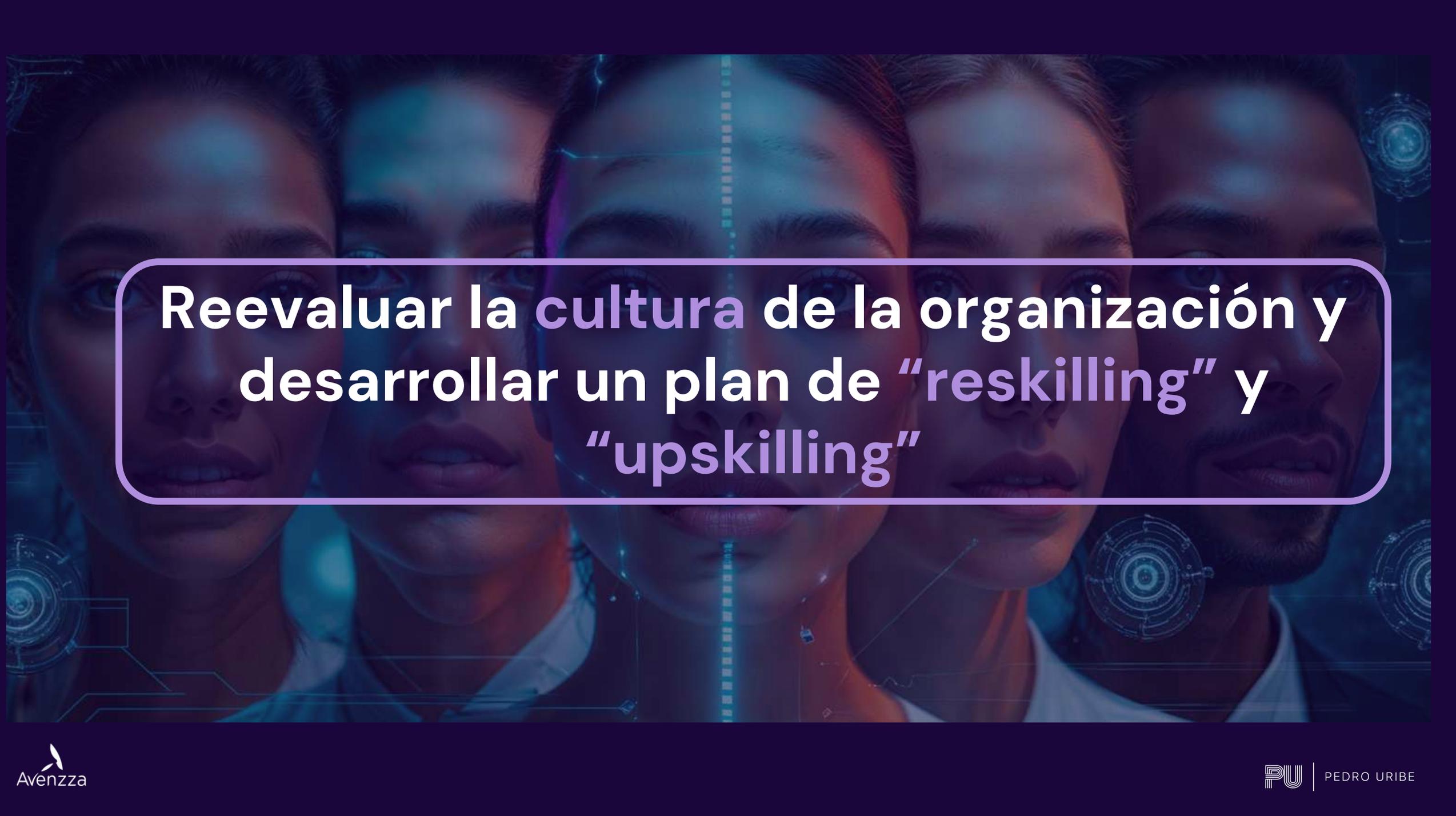
WORLD
ECONOMIC
FORUM

 Management Skills  Technology Skills  Engagement Skills  Ethics



INTELIGENCIA HIBRIDA





Reevaluar la cultura de la organización y desarrollar un plan de “reskilling” y “upskilling”



3

Integración total de IA en operaciones y productos / servicios

¿Qué es un Agente de IA?

Un agente de IA es un sistema autónomo que puede ejecutar tareas complejas sin intervención humana constante.



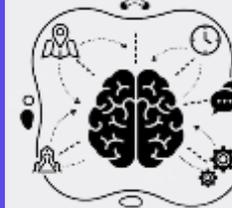
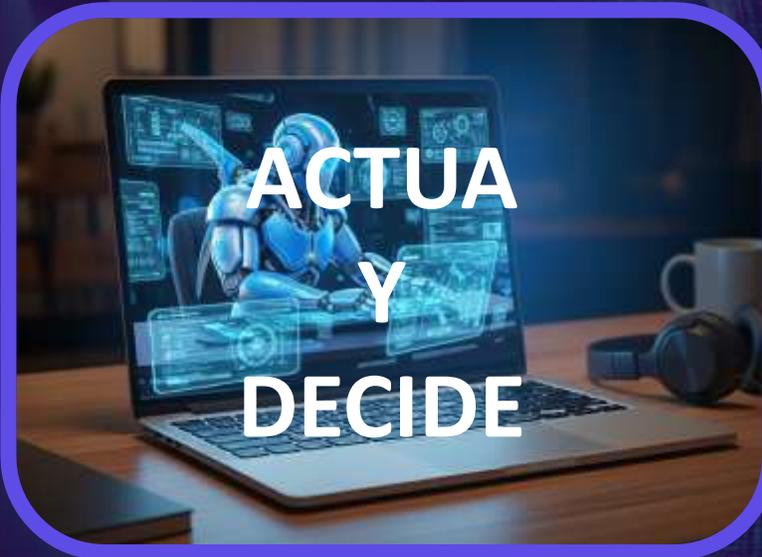
**ORIENTADO A
OBJETIVOS**



AUTONOMO



**AUTO-
APRENDIZAJE**



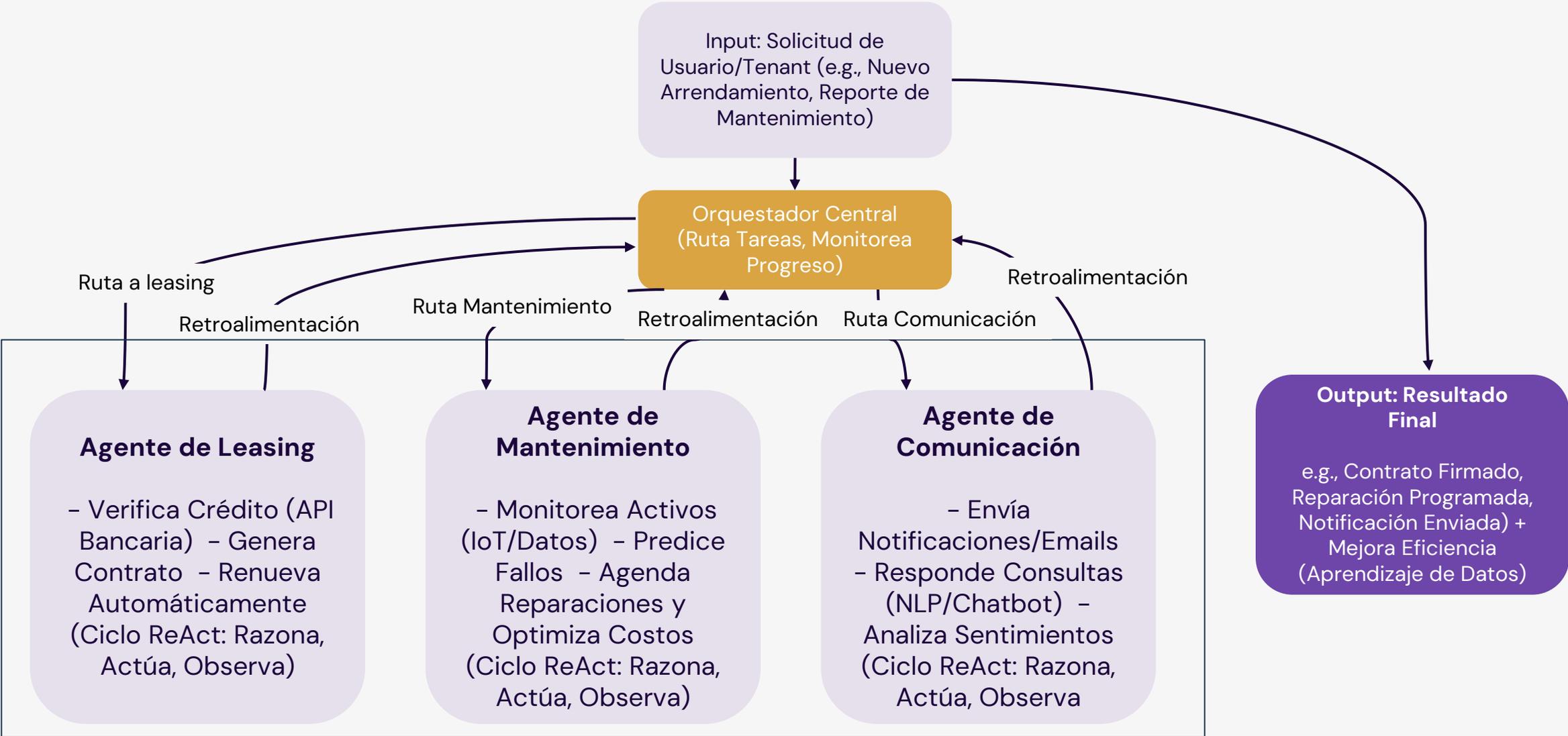
**CONCIENCIA
CONTEXTUAL**

Ejemplos:

- Reserva de viajes,
- Gestión de campañas de marketing,
- Monitoreo de carteras financieras,
- Asignación de créditos



AppFolio – Agentes



CREACION AUTOMATICA DE AGENTES

Estructura + Inteligencia para una Automatización Real

Cargue su flujo de trabajo. Pantera interpreta, valida y automatiza con una lógica en la que puede confiar.

PASO 1: ENTRADA

Cargar una grabación de pantalla, un documento o email, Pantera entiende el flujo de trabajo

STEP 2: PRAGMATIC ENGINE

Modelo PRAG: combina razonamiento GPT + reglas simbólicas Interpreta, clasifica y valida con lógica determinista

PASO 3: EJECUCIÓN

Smart Automation Layer se adapta en tiempo real a la interfaz, las reservas y las comprobaciones de errores garantizan una fiabilidad de nivel empresarial

**Proceso de
legalización de
gastos de
representación**

CREACION DE AGENTES



INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ESTRELLA DEL NORTE

Propósito Ambiciones Grandes Apuestas Cultura



OBJETIVOS

Mercados

Clientes

Geo



PROPUESTA DE VALOR

GO-TO-MARKET

Productos Servicios

Mercadeo



Precios

Ventas

Distribución



ORGANIZACIÓN



Funciones



Procesos



Personas



Infraestructura



Socios

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

EL CLIENTE PERFECTO



ANTECEDENTES

Escribe aquí:

NOMBRE AQUÍ



RETOS

Escribe aquí:



DEMOGRAFÍA

Escribe aquí:

CLIENTE PERFECTO



OBJECIONES COMUNES

Escribe aquí:



AFICIONES E INTERESES

Escribe aquí:



OBJETIVOS

Escribe aquí:



PRINCIPALES TEMORES

Escribe aquí:

Prompt para crear un "Buyer Persona"

"Actúa como un investigador de marketing especializado en el mercado hispanohablante con experiencia en segmentación de clientes, estrategias de adquisición y comportamiento del consumidor. Tu tarea es generar un Buyer Persona detallado para {empresa}, alineado con su estrategia de mercado y objetivos de negocio.

Fase 1: Recopilación de Información

- Antes de generar el Buyer Persona, necesito que me hagas preguntas para conocer más sobre la empresa, pero antes revisa el sitio web de la empresa si tienes suficiente información no me preguntes, pero si no es suficiente, hazme pregunta en secuencia, asegurando que las respuestas sean claras antes de pasar a la siguiente pregunta.
Haz preguntas sobre:
- Industria y tipo de negocio (Ejemplo: ¿Qué sector y mercado atiende la empresa?)
- Productos o servicios clave (Ejemplo: ¿Cuáles son los productos o servicios principales que ofrece la empresa?)
- Segmento de clientes actual y objetivo (Ejemplo: ¿Quiénes son los clientes más frecuentes y qué características tienen?)
- Diferenciación y propuesta de valor (Ejemplo: ¿Qué hace única a la empresa en su mercado?)
- Canales de venta y marketing (Ejemplo: ¿Cómo llegan los clientes a la empresa y cómo compran sus productos/servicios?)

Fase 2: Creación del Buyer Persona

- Una vez recopilada la información, genera el Buyer Persona en cinco secciones:
 1. Demografía: Nombre, Edad, Ocupación, Ingresos anuales, Estado civil, Situación familiar, Ubicación.
 2. Descripción del Usuario: Resumen de máximo 240 caracteres con su perfil, contexto de vida y motivaciones principales.
 3. Psicografía: Características personales, Aficiones, Intereses, Aspiraciones personales, Metas profesionales, Dolores, Principales desafíos, Necesidades, Sueños.
 4. Proceso de Decisión de Compra: Factores clave que influyen en su compra, puntos de fricción, influencias externas, criterios de evaluación y objeciones comunes.
 5. Comportamiento de Compra: Presupuesto, Frecuencia de compra, Canales preferidos, Comportamiento en línea, Términos de búsqueda, Marcas preferidas, Desencadenantes, Barreras.

Cada sección debe estar basada en la información recopilada previamente. No uses respuestas genéricas ni datos sin fundamento. Si todo está claro, inicia la primera fase con la pregunta sobre el tipo de negocio y mercado de la empresa."

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ESTRELLA DEL NORTE

Propósito Ambiciones Grandes Apuestas Cultura



OBJETIVOS

Mercados

Clientes

Geo



PROPUESTA DE VALOR

GO-TO-MARKET

Productos Servicios

Mercadeo



Precios

Ventas

Distribución



ORGANIZACIÓN



Funciones



Procesos



Personas



Infraestructura



Socios

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Prompt para crear un “Elevator Pitch”

"Actúa como un experto en estrategia de negocios y comunicación persuasiva. Vamos a construir un Elevator Pitch para {empresa}. El objetivo es que sea claro, convincente y memorable en menos de 30 segundos.

Antes de generar el Elevator Pitch, revisa la página web de {empresa} para extraer:

- Industria y mercado objetivo
- Problema que resuelve el producto/servicio
- Propuesta de valor y diferenciación
- Llamado a la acción o siguiente paso esperado

Si la información no es suficiente, haz un máximo de 3 preguntas clave para completar los datos antes de construir el pitch.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ESTRELLA DEL NORTE

Propósito Ambiciones Grandes Apuestas Cultura



OBJETIVOS

Mercados

Clientes

Geo



PROPUESTA DE VALOR

GO-TO-MARKET

Productos Servicios

Mercadeo



Precios

Ventas

Distribución



ORGANIZACIÓN



Funciones



Procesos



Personas



Infraestructura

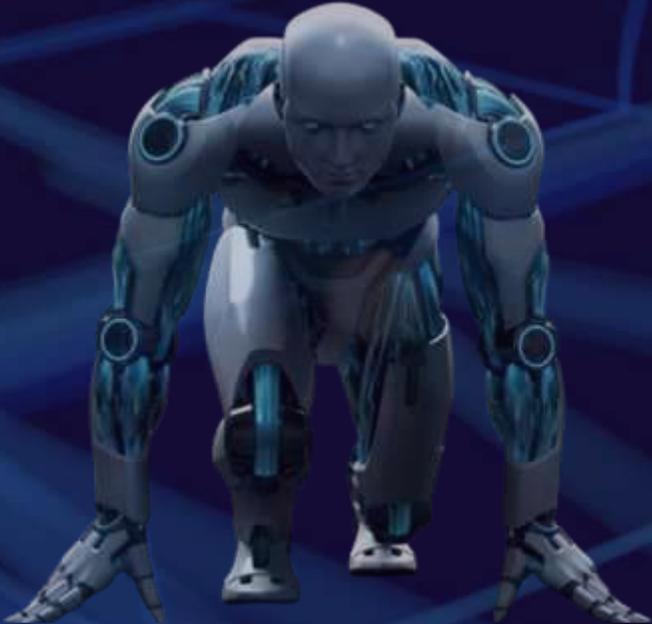
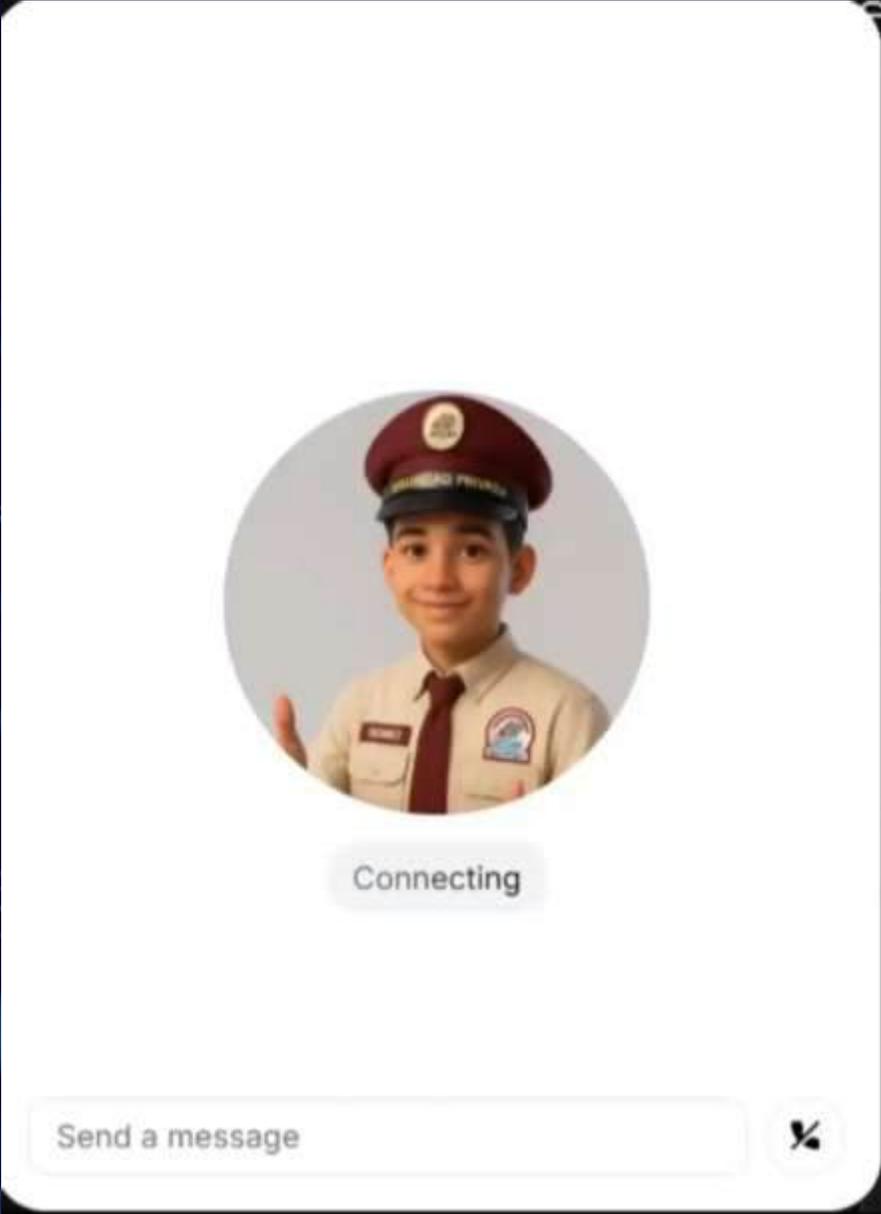


Socios

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

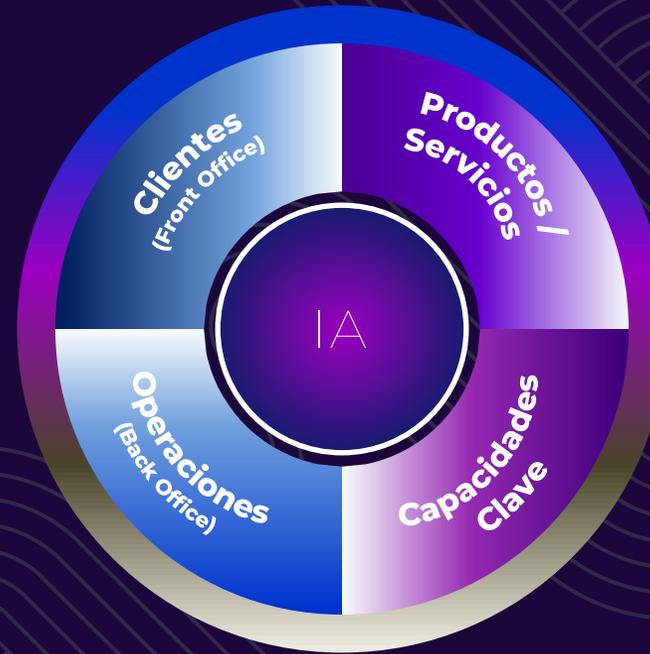
INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Externa

Operativa

Disruptiva

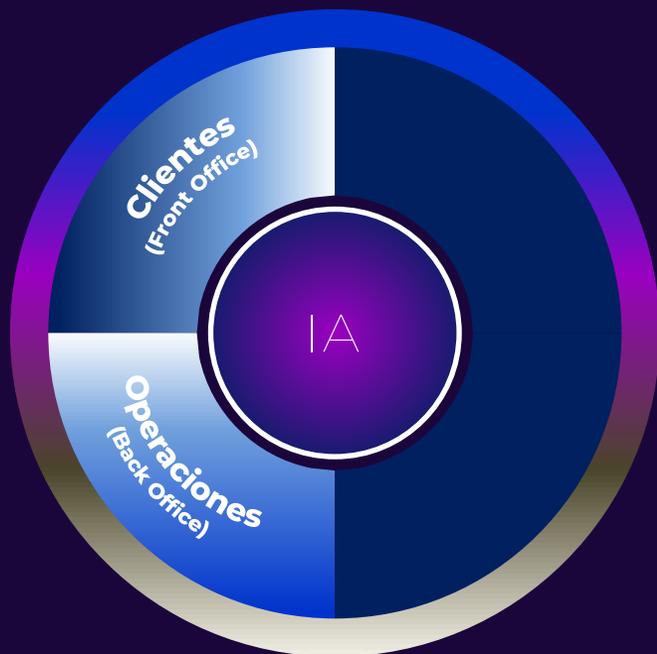


Interna



**La IA operativa no proporcionará una
ventaja competitiva sostenible**

Operativa



IA como un socio de productividad

Klarna.

Asistente AI (Gen. AI – Open AI) – Cliente

- Hace el trabajo de 700 empleados
- 2.3 millones de conversaciones
- 2/3 de los chats de atención a los clientes
- 25% disminución de consultas repetidas
- Los clientes hacen sus trámites en menos de 2 minutos comparado con 11 minutos que tardaban antes
- Más de 35 lenguajes
- USD 40 millones adicionales en rentabilidad en 2024

Kiki – Asistente AI Interno (Gen. AI – Open AI)

- 9 de cada 10 empleados (87%) usan Gen AI en el día a día
- Asistente responde 250.000 consultas (2.000 /día) de los empleados
- Adopción se extiende a todos los equipos como los de comunicación, mercadeo y jurídico, tasas adopción 93%, 88% y 86% respectivamente
- Respuestas entre 1 y 5 segundos, personalizadas a la persona que esta preguntando



70% - 80%
de Los
Proyectos de
IA
Fallan

Productividad



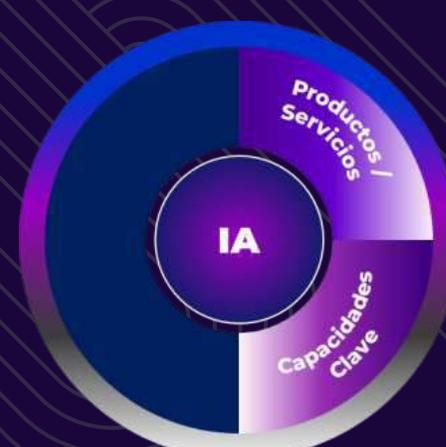
Interna



Externa



Disruptiva



Empresa Impulsada por la IA



Reinventando la Experiencia del Cliente con IA



Asistentes Virtuales Inteligentes

Implementa chatbots avanzados como Chatbase.co para ofrecer atención al cliente 24/7, resolviendo consultas de forma instantánea y personalizada.



Hipersegmentación Precisa

Utiliza IA para analizar datos y crear segmentos de cliente ultraespecíficos, llegando incluso al "segmento de uno" para una personalización máxima.



Anticipación Proactiva

Aprovecha el aprendizaje automático para predecir las necesidades del cliente y ofrecer soluciones antes de que surjan los problemas.



Experiencias Inmersivas

Integra la Realidad Extendida (XR) para crear demostraciones de productos virtuales y mejorar la interacción con la marca.

Optimización de la Cadena de Suministro con IA



Proyección de Oferta y Demanda

La IA analiza patrones históricos y factores externos para predecir con precisión la demanda futura, optimizando los niveles de inventario y reduciendo costes.



Automatización de Almacenes

Sistemas RPA y robots autónomos gestionan el inventario, mejorando la eficiencia y reduciendo errores en las operaciones de almacenamiento y picking.



Optimización de Rutas

Algoritmos de IA calculan las rutas de entrega más eficientes, considerando tráfico, clima y otros factores en tiempo real para reducir costes y tiempos de entrega.



Mantenimiento Predictivo

La IA analiza datos de sensores para predecir fallos en equipos y vehículos, programando mantenimientos preventivos que minimizan el tiempo de inactividad.



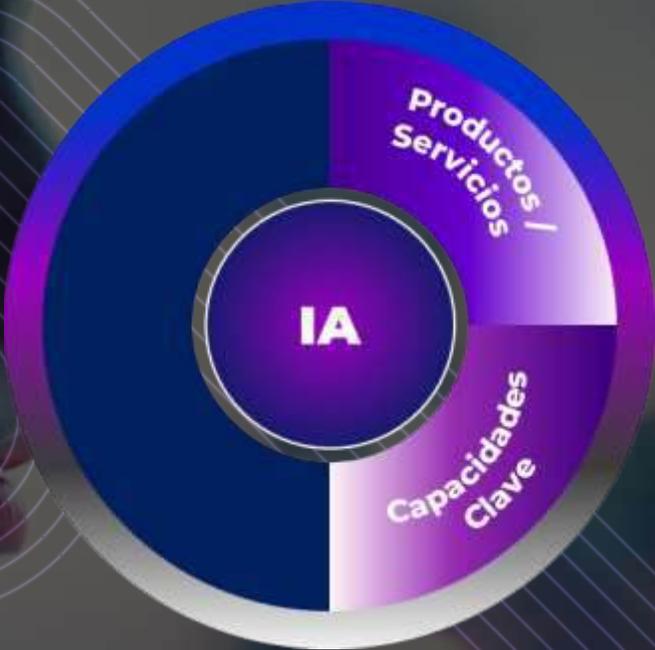
¿Tenemos los recursos necesarios?

¿Tenemos las personas preparadas?

¿La IA nos pondrá fuera del negocio?

¿Cuál es nuestra propensión al riesgo?

Disruptiva



IA como un aliado en la reinvencción

Quick wins Off-the-shelf



**Escenarios de
Inversión**

IA Personalizada
Algoritmos entrenados
con mis datos
AGENTES AI



**Escenarios de
Adopción**



Escenarios de Inversión

Innovación / Disrupción

Nuevos productos & servicios
Nuevos modelos de negocio



Datos como activo estratégico

Prepararnos para la Inteligencia Artificial

Prepararnos para la Inteligencia Artificial



Nivel de
Madurez



Datos



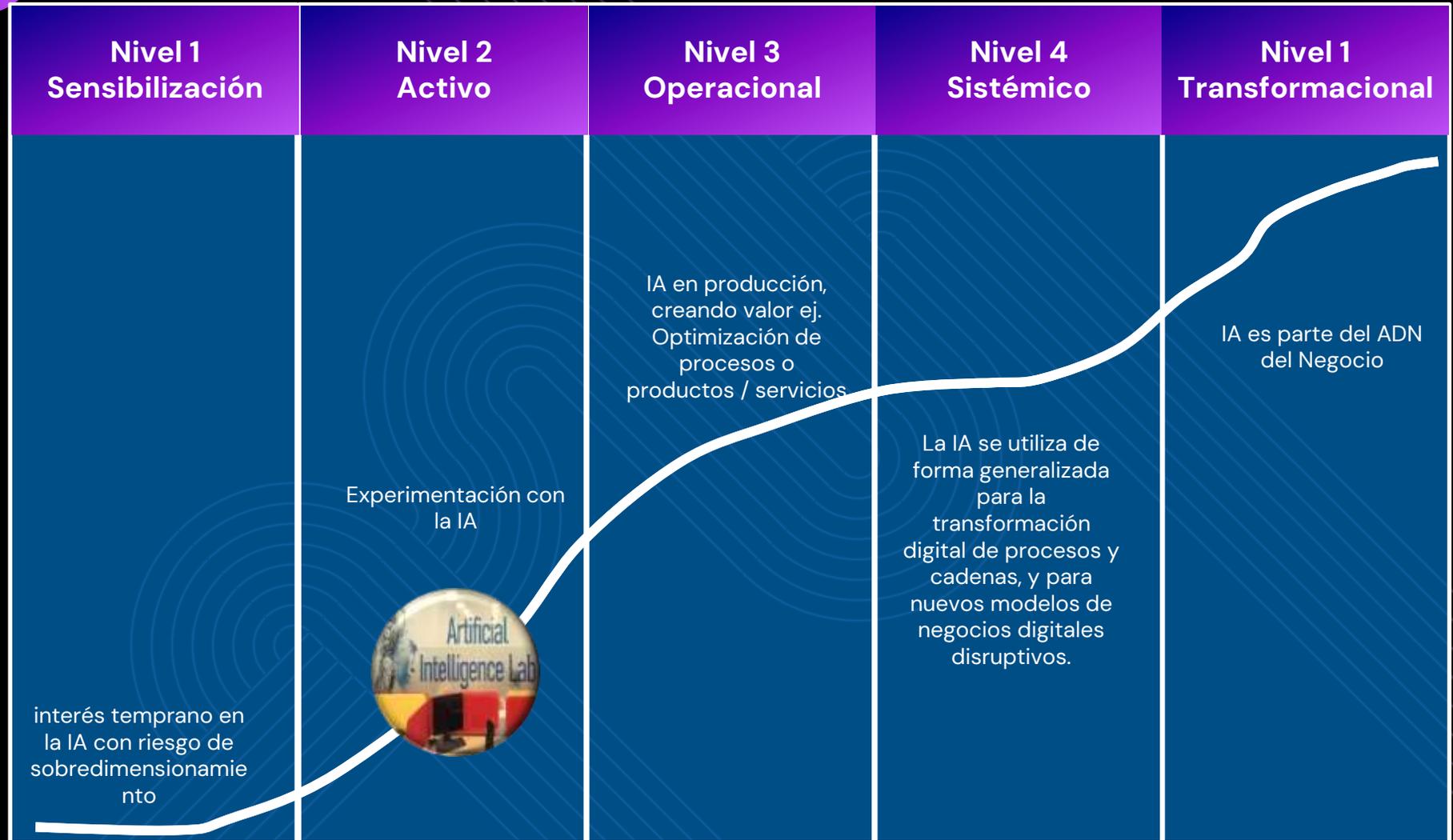
Gobernanza



Seguridad



Nivel de Madurez



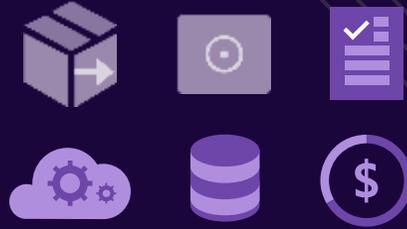


Datos



Sus datos son el
verdadero oro

La realidad de los datos



Volumen

Variedad

Velocidad

Veracidad

¿Qué datos ya existen dentro de mi empresa?

¿Cómo sé si mis datos fueron alterados?

¿Cómo puedo asegurarme de que solo las personas adecuadas puedan acceder a los datos?

¿Cómo puedo generar confianza en el uso de datos?

¿Mis datos son de alta calidad y están actualizados?

¿Cómo permito obtener información más rápida para tomar decisiones informadas?

¿Pueden las personas acceder a los datos necesarios para tomar decisiones?

¿Cómo comparto datos entre sistemas heredados?

¿Tengo permiso para usar datos?



Alistar los datos para la IA

Gobernados

Enriquecidos

Equitativos

Seguros

Enriquecidos

Datos + Reglas + Etiquetas

Neurosymbolic AI

Enriquecidos

+ Leyes de la física



Enriquecidos

+ Normas jurídicas



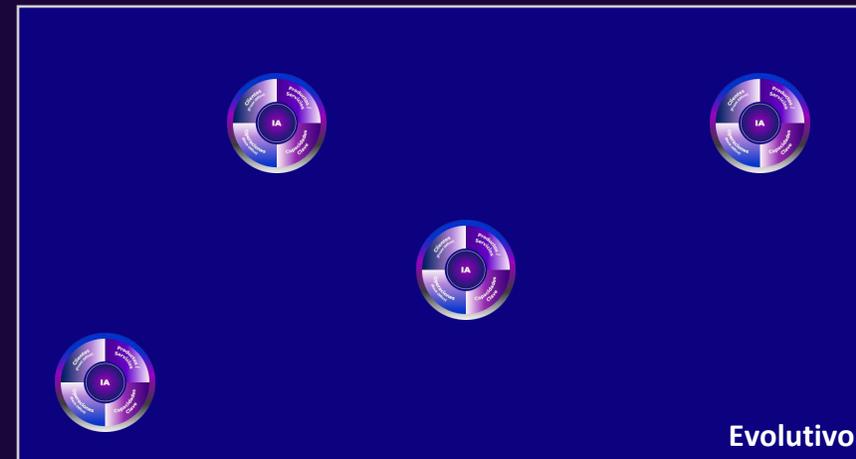
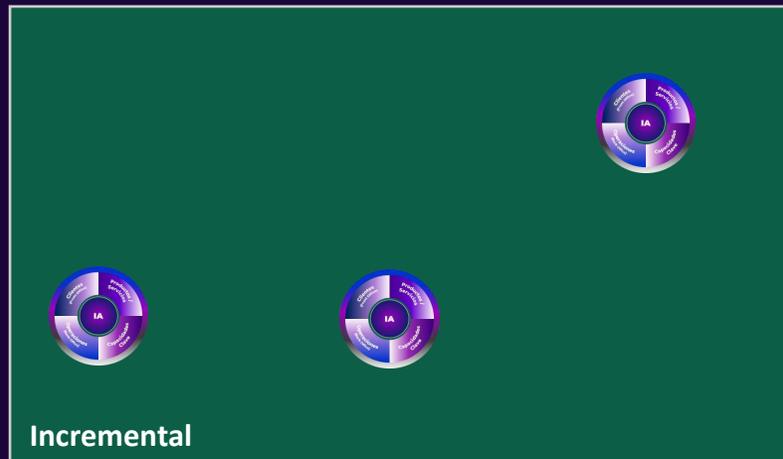
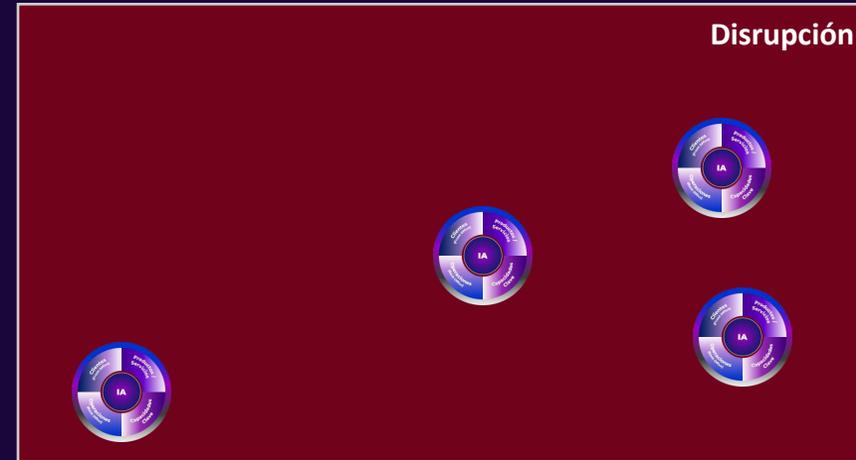
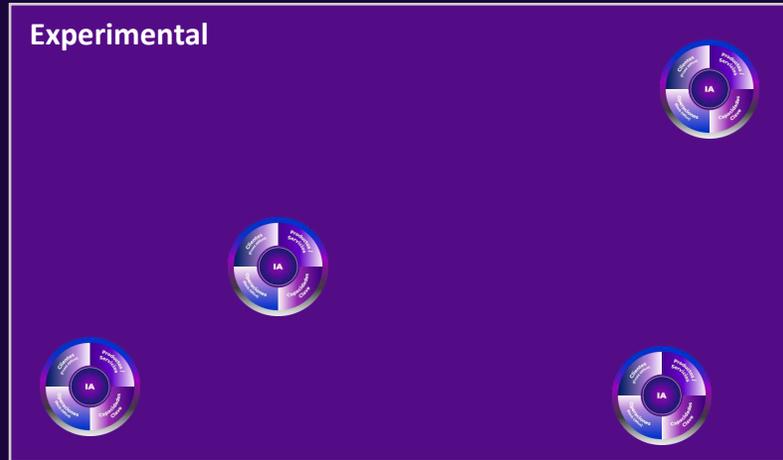
Si los datos no están listos para la IA
No estas listo para la IA

No todos los datos debe estar listo
Solo los datos del alcance definido

Priorizar Oportunidades

Valor para el
Negocio

Riesgo e incertidumbre



Tiempo
creación de
valor

Hoja de Ruta

- 1 Crear / expandir y capacitar al equipo de IA (multifuncional)
- 2 Crear consejo de IA y Establecer los principios
- 3 Identificar/ Revisar áreas del negocio críticas y retos relevantes a resolver – Democratizar y escalar la IA
- 4 Alistar los datos para IA
- 5 Revisar/Expandir portafolio de proyectos
- 6 Priorizar proyectos / seleccionar plataforma
- 7 Crear una hoja de ruta
- 8 Manejo del cambio - Reentrenar al recurso humano
- 10 Implementar, monitorear, mejorar, escalar

1



**Relación
Humano-IA**

2



**EstrategIA de
Negocios**

3

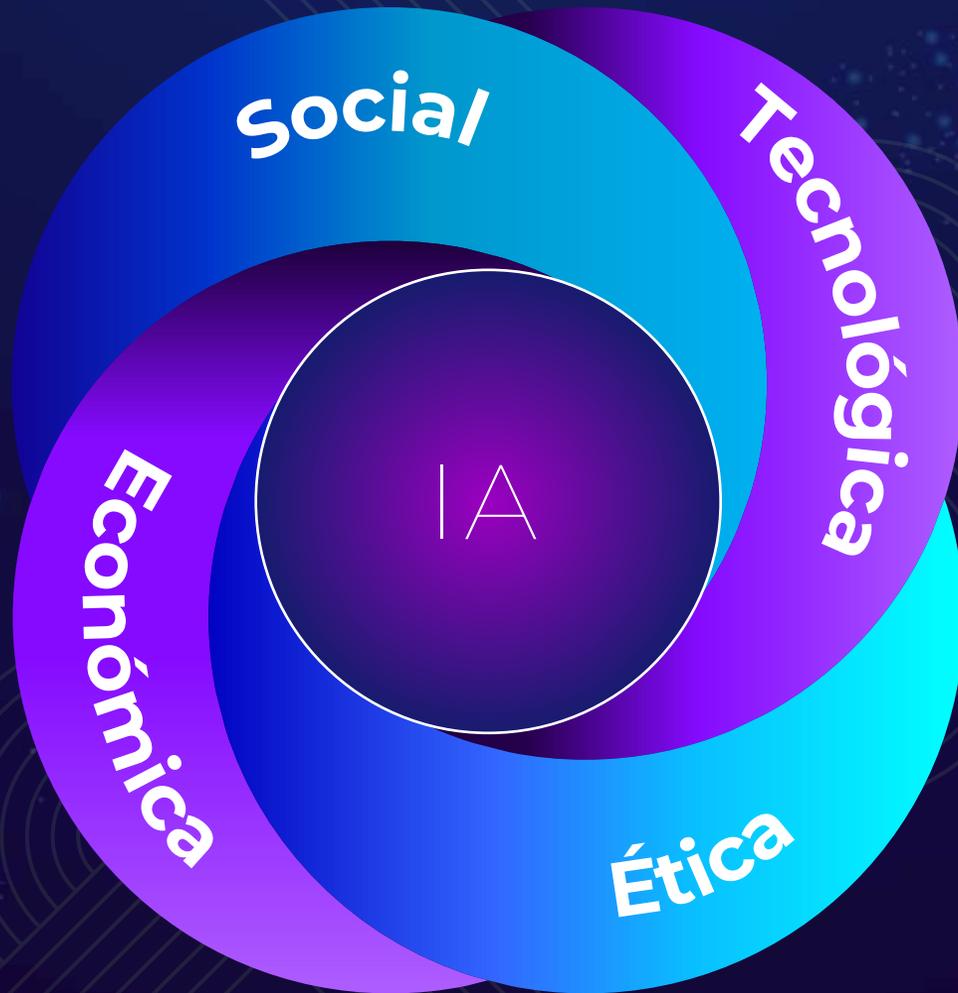


**Gobernanza e
IA Responsable**



5

Gobernanza, ética y seguridad a escala





Principios de AI Responsable

PRINCIPIO DE IA RESPONSABLE

1-Validez y confiabilidad

2-Responsabilidad

3-Equidad y detección de sesgos

4-Explicabilidad y transparencia

5-Privacidad de los datos

6-Seguridad y protección

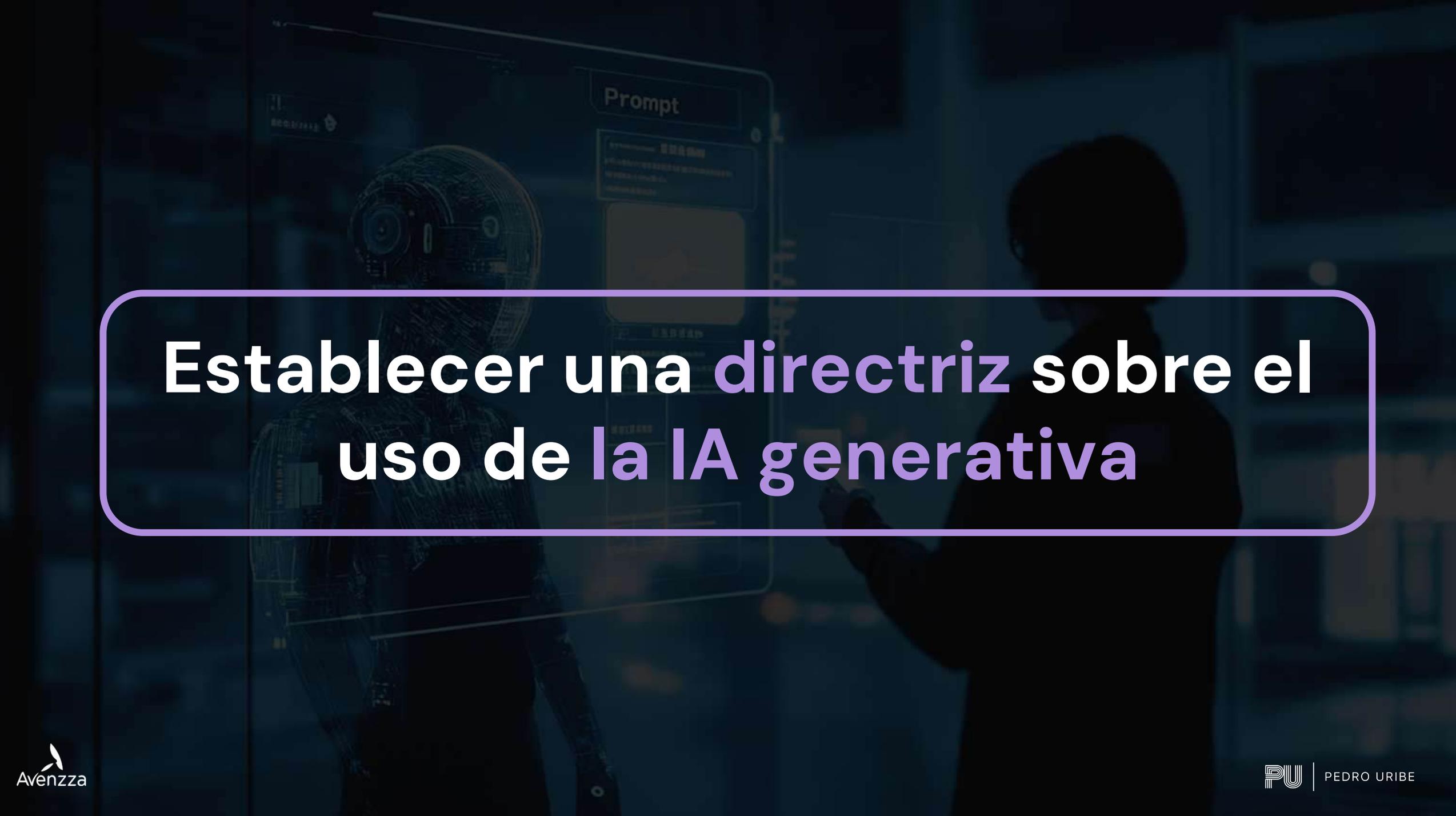
7-Supervisión humana

8-Cumplimiento legal y normativo



AI in the
board agenda

Establecer una gobernanza de IA incluyendo la junta directiva



Establecer una directriz sobre el uso de la IA generativa



UN NUEVO LIDER

El Contador de Historias



El Estratega



**AI-FIRST
LEADER**

El Humanista



El Techo Líder





Human *Made*™

LA VENTAJA COMPETITIVA PARA
CRECER Y PROSPERAR
EN LA ERA DE LA
INTELIGENCIA ARTIFICIAL



www.linkedin.com/in/pedrojuribeb



@pjuribe



pedrouribe.com



PEDRO URIBE



pjuribe@avenzza.com



@avenzzaofficial



avenzza.com