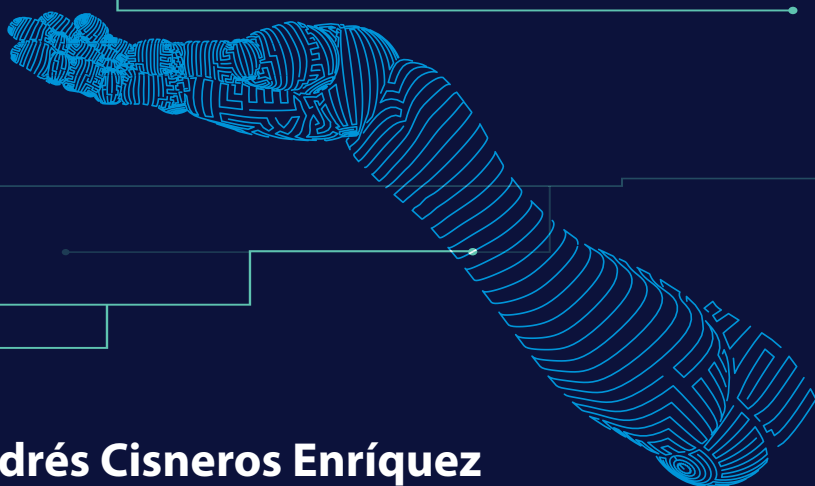


INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y NEUROTECNOLOGÍA APLICADAS AL NEUROMARKETING

Hacia un nuevo ser humano y su liderazgo
para nuevos mercados



ECOE
EDICIONES

Andrés Cisneros Enríquez

**INTELIGENCIA ARTIFICIAL
Y NEUROTECNOLOGÍA
APLICADAS AL
*NEUROMARKETING***

**HACIA UN NUEVO SER HUMANO
Y SU LIDERAZGO PARA
NUEVOS MERCADOS**

ANDRÉS CISNEROS ENRÍQUEZ

Catalogación en la publicación – Biblioteca Nacional de Colombia

Cisneros Enríquez, Andrés, autor

Inteligencia artificial y neurotecnología aplicadas al neuromarketing : hacia un nuevo ser humano y su liderazgo para nuevos mercados / Andrés Cisneros Enríquez. -- Primera edición. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2023.

118 páginas. -- (Computación y tecnología de la información. Ciencias de la computación)

Incluye datos curriculares del autor -- Incluye referencias bibliográficas.

ISBN 978-958-503-820-2 -- 978-958-503-821-9 (e-book)

1. Neuromercadeo - Innovaciones tecnológicas 2. Inteligencia artificial 3. Neurotecnología (Bioingeniería) 4. Comportamiento del consumidor 5. Mercado laboral

CDD: 658.8342 ed. 23

CO-BoBN- a1131719



Área: *Computación y tecnología de la información*

Subárea: *Ciencias de la computación*

ECOE
EDICIONES



© Nombre autor

© Ecoe Ediciones S.A.S.

info@ecoeediciones.com

www.ecoeediciones.com

Carrera 19 # 63 C 32

Teléfono: (+57) 321 226 46 09

Bogotá, Colombia

Primera edición: Bogotá, diciembre del 2023

ISBN: 978-958-503-820-2

e-ISBN: 978-958-503-821-9

Directora editorial: Ana María Rueda G.

Coordinadora editorial: Paula Bermúdez B.

Editora de adquisiciones: Alejandra Cely R.

Corrección de estilo: Gonzalo Mora

Diagramación: Natalia Herrera

Carátula: Nicol Pulido

Impresión: Carvajal Soluciones de
Comunicación S.A.S.

Carrera 69 #15-24

*Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio
sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.*

Impreso y hecho en Colombia - Todos los derechos reservados

A mi madre, Ana Myriam, fortaleza de mis momentos
e incondicional proveedora de amor.

A mis hijos, Natalia, Juan Esteban, Sofía y Avrilita,
siempre en mi corazón.

A mi amada Andrea Victoria, cuya fortaleza y amor
me invitan a seguir siempre adelante. ¡Te amo, preciosa!

CONTENIDO

PREFACIO	XVII
CAPÍTULO 1. QUÉ ES LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (ARTIFICIAL INTELLIGENCE)	19
CAPÍTULO 2. ETAPAS DEL DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL	25
Primera etapa: inteligencia artificial estrecha - ANI (<i>Artificial Intelligence Narrow</i>)	25
Segunda etapa: Inteligencia artificial General - AGI (Artificial General Intelligence).....	27
Tercera etapa: la Superinteligencia Artificial - ASI (Artificial Super Intelligence)	28
El elemento clave en la inteligencia artificial, el <i>machine learning</i>	29
CAPÍTULO 3. QUÉ ES LA NEUROTECNOLOGÍA	31
Neurotecnología en la medicina avanzada.....	32
Protocolos y técnicas de la neurotecnología	33
Neurotecnología e inteligencia artificial en conjunto.....	36
Aplicaciones médicas de avanzada con neurotecnología.....	37
<i>Neuralink</i>	39
Neurotecnología en la educación	40

Neurotecnología en la industria automotriz	41
Neurotecnología en la industria militar y de defensa	43
CAPÍTULO 4. LA IA Y LA NEUROTECNOLOGÍA, DESARROLLANDO	
LA NUEVA PIRÁMIDE SOCIAL DEL TRABAJADOR	47
Construyendo la nueva pirámide social del trabajador por competencias	49
CAPÍTULO 5. LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, LA NEUROTECNOLOGÍA	
Y EL NEUROMARKETING, CREANDO NUEVOS MERCADOS.....	55
Herramientas de neurotecnología para el <i>neuromarketing</i>	56
Para el año 2024	57
Los nuevos mercados producto de la IA y la neurotecnología	59
Qué mercados trae consigo la neurotecnología.....	59
CAPÍTULO 6. CONSTRUYENDO LA ESTRATEGIA EMOCIONAL A PARTIR	
DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.....	63
Estructura básica del código emocional	63
Estrategia emocional organización – consumidor	64
Estructura técnica de la estrategia emocional organización – consumidor	65
Algoritmos utilizados en redes sociales.....	66
CAPÍTULO 7. CONSTRUYENDO UNA RED DE CONSUMIDORES	
AUTÓMATAS A PARTIR DE LA NEUROTECNOLOGÍA	69
Condiciones técnicas para el consumo autómata	70
Construyendo la identificación de emociones	71
CAPÍTULO 8. LAS DEFENSAS DEL CONSUMIDOR EN LA ERA DE LA IA	75
Producto	76
Precio.....	76
Punto de venta	77
Promoción	77
CAPÍTULO 9. ÉTICA PARA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL	79
CAPÍTULO 10. HACIA DÓNDE VAMOS, ¿EL FIN DE LA ERA HUMANA?.....	83
Aproximación a una realidad total.....	83
Confianza en sistemas IA	83
Neurotecnología e inteligencia artificial y las fases	
de implementación	85
Etapa adaptativa.....	85
Características	86
CAPÍTULO 11. HACIA UN NUEVO SER HUMANO EN	
LOS NUEVOS MERCADOS	91
Etapa de convivencia digital total.....	93
Fomentar la colaboración entre husáquinas	94

CAPÍTULO 12. LA RESPUESTA DEL SER, AÚN ESTAMOS A TIEMPO.....	95
CAPÍTULO 13. LOS NEURODERECHOS YA MISMO	99
Definición de neuroderechos.....	99
Aproximación a los derechos fundamentales	100
Competencia y divulgación de los neuroderechos.....	101
Las voces expertas.....	102
Neuroderechos, un camino por explorar	104
CAPÍTULO 14. NEUROLIDERAZGO PARA LOS NUEVOS MERCADOS	105
Aproximación al concepto de neuroliderazgo y neuroecosistema	105
Construyendo la ventaja competitiva de nuestro cerebro.....	106
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	111

