



Herramientas de inteligencia artificial aplicadas al marketing

Francisco Javier Campines Barría¹

francisco.campines@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0002-9331-7562>

Universidad de Panamá, Panamá

RESUMEN

El objetivo de investigación consiste en explicar las diversas herramientas de inteligencia artificial aplicadas al marketing que existen en la actualidad. La metodología empleada tiene un enfoque cualitativo de tipo descriptivo en donde se procedió a realizar una indagación y análisis de hechos, a través de libros, páginas web oficiales, y revisión documental de índole científico, referente a las herramientas de inteligencia artificial aplicadas al marketing. Los resultados han demostrado que entre estas herramientas se encuentran el Chat GPT-4, el cual es capaz de chatear con los usuarios para responder temas complejos de forma natural. Por otra parte esta Copy.ai la cual ayuda a generar contenido como anuncios, blogs, descripciones de productos, correos electrónicos, publicaciones en redes sociales, también se puede mencionar a Conversica, que ofrece soluciones de conversación empresarial impulsadas por inteligencia artificial, automatizando y personalizando sus interacciones con los clientes, lo que en última instancia impulsa el crecimiento y mejora la satisfacción en el servicio.

Palabras clave: inteligencia artificial; marketing; herramientas

¹ Autor principal.

Correspondencia: francisco.campines@up.ac.pa

Artificial intelligence tools applied to marketing

ABSTRACT

The objective of the research is to explain the different artificial intelligence tools applied to marketing that currently exist. The methodology used has a qualitative approach of descriptive type where a research and analysis of facts has been made, through books, official web pages, and scientific documentary review, concerning artificial intelligence tools applied to marketing. The results have shown that among these tools is the GPT-4 Chat, which is able to chat with users to answer complex questions in a natural way. On the other hand there is Copy.ai that helps to generate content such as ads, blogs, product descriptions, emails, social media posts, also Conversica can be mentioned, which offers business conversation solutions powered by artificial intelligence, automating and personalizing their interactions with customers, which ultimately drives growth and improves service satisfaction. Translated with www.DeepL.com/Translator (free version)

Keywords: *artificial intelligence; marketing; tools*

Artículo recibido 29 junio 2023

Aceptado para publicación: 29 julio 2023

INTRODUCCIÓN

Conforme pasa el tiempo la tecnología cada vez se hace más sofisticada, introduciendo al mercado innovaciones sorprendentes e inimaginables, siendo esto el resultado que ha tenido el ser humano en su faceta como investigador, desarrollado competencias que han traído consigo grandes avances. “Los avances recientes en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación, han impactado de manera irreversible la forma de vida y el desarrollo de la sociedad y los individuos.” (Tapia, 2015, p.11).

Mendizábal et al. (2019) describe que “a lo largo de la historia, los avances tecnológicos han formado parte del proceso de evolución del hombre, temas como la educación, la economía, la salud, la investigación y el trabajo, son aspectos íntimamente ligados a estos cambios tecnológicos.” (p.15)

Tal y como han manifestado los autores el impacto que ha tenido la tecnología no ha traído retrocesos, sino al contrario, avances trascendentales que se han inmiscuido en muchas ramas, generando grandes beneficios que han aportado de manera significativa a los distintos agentes económicos de la sociedad y así lo reafirma la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), describiendo que “las tecnologías digitales han crecido exponencialmente y su uso se ha globalizado.” (p.7).

Como parte de los avances tecnológicos que han emergido en la actualidad se encuentra la inteligencia artificial

La inteligencia artificial (IA) es una rama de las ciencias de la computación que incluye conceptos muy transversales relacionados con la lógica y el aprendizaje, se trata de diseñar herramientas informáticas que simulen procesos de inteligencia humana como el aprendizaje, el razonamiento y la autocorrección (Avila et al, 2020, párr.13)

Londoño (2023) enuncia a la inteligencia artificial como “la simulación de inteligencia humana que crea algoritmos y sistemas informáticos capaces de ejecutar tareas simples y complejas que realizan las personas.” (párr.3).

Ponce et al (2014) explica que

“Actualmente la Inteligencia Artificial es un area de la ciencia de gran interes por ser un area multidisciplinaria donde se realizan sistemas que tratan de hacer tareas y resolver problemas como lo hace

un humano, así mismo se trata de simular de manera artificial las formas del pensamiento y como trabaja el cerebro para tomar decisiones” (p.10).

Las definiciones concuerdan en un concepto clave que es “simular”, y esta es la función principal de la inteligencia artificial, sirviendo como un apoyo en diferentes procesos que permiten, indistintamente en el área que se aplique, ofrecer un servicio más eficiente, mejorando y actualizando tareas que le tomaría mucho más tiempo al ser humano llevar a cabo por sí solo. Estas innovaciones forman parte de la naturaleza evolutiva de la humanidad que ha vivido conforme ha pasado el tiempo, siempre va a existir el temor al cambio ante las novedades del entorno, solo es cuestión de adaptarnos, de lo contrario aún estaríamos sumergidos en una época primitiva.

Como se ha explicado anteriormente la inteligencia artificial, como cualquier otra tecnología, se ha involucrado varias ramas, y entre estas está la rama empresarial, “se está convirtiendo rápidamente en un componente fundamental de las operaciones empresariales, ya que proporciona beneficios reales tales como la mejora de procesos, la optimización de la eficiencia y un mayor ritmo de innovación.” (Awscloud, 2019, p.2)

Con la adopción de la inteligencia artificial y servicios avanzados de analítica de datos, empresas de todos los sectores pueden mejorar su competitividad, gracias a la posibilidad de tomar decisiones rápidas basadas en datos, optimizar los procesos de fabricación, minimizar los costes operativos o mejorar la atención al cliente (Telefónica, 2023, p.5).

Toda tecnología bien empleada traerá grandes beneficios a las empresas, para optimizar con una mayor eficiencia sus procesos, permitiéndole de esta forma ser más competitivo en un mercado cada vez más complejo, brindando una mayor satisfacción al cliente.

Pérez y Rojas describen que:

En una sociedad tan ágil y globalizada las empresas deben ser rápidas y eficientes en todas sus áreas para responder a las necesidades del cliente, por ello están en constante cambio y el impacto de la innovación en las diferentes industrias se intensifica cada vez más y es necesario medir el uso y lo que se desea obtener con la aplicación de la inteligencia artificial (p.16).

Rojas y Pérez han expuesto un punto importante al expresar que las empresas deben ser eficientes en todas sus áreas, es decir cada uno de los departamentos deben ir caminando a la par para poder alcanzar los objetivos, por ende optar por aplicar inteligencia artificial en una entidad empresarial incumbe aplicarla en cada uno de ellos o por lo menos en los de mayor necesidad, por lo que de ser así, el departamento de marketing es uno de los principales a los cuales se le debe adaptar este tipo de innovación, ya que este es el canal principal para captar futuros clientes, quienes a corto, mediano, o largo plazo, serán lo que inyectarán ingresos a la empresa para poder subsistir. “La inteligencia artificial tendrá un impacto en el área de marketing ya que podrá aumentar la eficiencia de estrategias, segmentar públicos y manejar campañas publicitarias.” (Tomas, 2023, párr.2).

También se destaca que “la principal ventaja de la inteligencia artificial en el marketing es que permite crear experiencias altamente personalizadas para el usuario, lo que a su vez ofrece una gran oportunidad a las empresas para acercarse al consumidor de manera acertada” (SmartPanel, 2023, párr.3)

La inteligencia artificial se utiliza en el marketing digital para analizar grandes cantidades de datos y proporcionar información útil sobre los clientes. Por ejemplo, puede emplearse para analizar el comportamiento de los clientes en un sitio web y proporcionar recomendaciones personalizadas para mejorar su experiencia. También se puede utilizar para crear contenido personalizado, como correos electrónicos de marketing y anuncios en línea. Esto puede aumentar la tasa de conversión y mejorar la experiencia del cliente (Mercedes, 2023, párr.3).

Como se ha podido evidenciar, la inteligencia artificial genera grandes beneficios al departamento de marketing empresarial, agilizando procesos que humanamente le tomaría mucho tiempo. Sin embargo para lograr todos estos procesos en el marketing por medio de inteligencia artificial se requiere de software que permiten canalizar cada una de estas tareas. A través de este estudio se pretende explicar las diversas herramientas de inteligencia artificial aplicadas al marketing que existen en la actualidad, siendo este el objetivo de la investigación.

METODOLOGÍA

La metodología empleada posee un enfoque cualitativo la cual “designa comúnmente la investigación que produce y analiza los datos descriptivos, tales como las palabras escritas o dichas, y el comportamiento observable de las personas.” (Taylor & Bogdan, 1984, p.5). También es de tipo descriptivo. En la investigación descriptiva Veiga et al (2008) describe que “la principal característica de los estudios descriptivos es que se limitan simplemente a dibujar el fenómeno estudiado, sin pretender establecer ninguna relación causal en el tiempo con ningún otro fenómeno, para lo que necesitaríamos recurrir a un estudio analítico.” (párr.15).

Se procedió a realizar una indagación y análisis de hechos, a través de libros, páginas web oficiales, y revisión documental de índole científico, referente a las herramientas de inteligencia artificial aplicadas al marketing, teorías y conceptos han sido de gran apoyo para analizar el tema y lograr el objetivo de la presente investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Una vez realizada la investigación por medio de diversas fuentes, los resultados obtenidos destacan que entre las herramientas de inteligencia artificial aplicadas al marketing se encuentran las siguientes:

Chat GPT-4

Es una herramienta de chat de inteligencia artificial y la cuarta versión del modelo de lenguaje generativo (GPT) preentrenado de OpenAI. El sistema utiliza técnicas avanzadas de aprendizaje automático para generar texto con un tono y contexto notablemente humanos. Su objetivo principal es comprender y responder a las consultas de los usuarios de manera consistente y relevante (Libertex, 2023).

Este sistema de diálogo de inteligencia artificial es capaz de chatear con los usuarios para responder temas complejos de forma natural (Marca, 2023). “Ha traído consigo una serie de beneficios significativos para las empresas en diferentes sectores, automatizando procesos internos, como la generación de informes o la gestión de documentos, puede aumentar la eficiencia y reducir costos en las empresas.” (Sigma, 2023).

El chat GPT-4, es una herramienta de última generación con grandes innovaciones que adaptadas a los distintos procesos empresariales proveerá beneficios significativos en las distintas funciones.

Con GPT-4 Chat aplicados al marketing empresarial, se pueden implementar chatbots inteligentes que pueden responder preguntas complejas y ofrecer una experiencia más personalizada al usuario. También permite recopilar información valiosa sobre los clientes, como sus hábitos y preferencias de compra, lo que les permite ajustar sus estrategias de marketing en consecuencia. Además, ha demostrado ser especialmente eficaz en el ámbito del comercio electrónico, mejorando el servicio al cliente y aumentando la tasa de conversión (News America Digital, 2023).

Los beneficios del uso de esta herramienta pueden apoyar significativamente el desarrollo de estrategias de marketing, permitiendo la creación de contenido de alta calidad como artículos, blogs, textos promocionales y redes sociales. Al comprender mejor el contexto y el tono, puede crear contenido más relevante y atractivo para audiencias específicas, y analizar la opinión y el sentimiento de los clientes a partir de sus interacciones en línea, redes sociales, reseñas y comentarios, lo que brinda información valiosa sobre las decisiones de marketing. Asimismo, se pueden identificar patrones y características de los datos demográficos y el comportamiento del cliente permitiendo una mejor segmentación de la audiencia y una focalización más precisa de las campañas de marketing.

Copy.ai

Copy.AI es una herramienta basada en módulos GPT-3 AI la cual ayuda a generar contenido como anuncios, blogs, descripciones de productos, correos electrónicos, publicaciones en redes sociales, etc. Con esta se puede potenciar la creatividad y acelerar sus procesos de escritura (Vidakovic, 2022).

Es una herramienta de optimización de contenido que utiliza el aprendizaje para automatizar el proceso de escritura. Una de sus características es que te permite cargar un sitio web existente y usarlo como plantilla para crear contenido nuevo (La República, 2023).

Santos (2023) explica que es una herramienta única para cubrir todas las áreas de un negocio; desde marketing hasta seguimiento al cliente.

Copy.ai es una plataforma de redacción impulsada por inteligencia artificial que se puede utilizar de en las estrategias de marketing. La herramienta utiliza técnicas de procesamiento de lenguaje natural y aprendizaje automático para generar contenido escrito que es perfecto para agilizar el proceso de creación de contenido y aumentar la efectividad de las estrategias de marketing. Puede sugerir títulos atractivos y titulares para captar la atención de su audiencia, aumentar los clientes potenciales, y ayudar a generar publicaciones para diferentes plataformas de redes sociales adaptando el tono y el estilo a su público objetivo. Es importante recordar que si bien Copy.ai es una herramienta útil para la generación rápida de contenido, siempre debe revisar y editar el texto resultante para asegurarse de que se ajuste a su marca y mensaje.

Deepl

Soto (2021) explica que Deepl:

Es un traductor gratuito en línea que puede funcionar desde su página web o instalando el software que tiene para Windows 10 o macOS. Este traductor creado por el equipo de Linguee en Alemania, nació en 2017 y actualmente es capaz de traducir textos a 25 idiomas. Hace uso de redes neuronales convolucionales construidas sobre una base de datos propietaria de Linguee con una máquina capaz de ejecutar 5 Petaflops.

Esta ofrece para las empresas inteligencia artificial de última generación ayudando a equipos internacionales optimizar su comunicación a escala global, maximizando la productividad y reduciendo los costes de localización (Deepl, 2023).

En el ámbito del marketing, Deepl ayuda a traducir contenido, como sitios web, blogs, correos electrónicos y materiales promocionales, para llegar a un público internacional de forma efectiva. Adapta y localiza el contenido para que sea más relevante y comprensible para cada audiencia específica. Deepl puede ayudar a las empresas a comprender mejor las estrategias de marketing de sus competidores internacionales al traducir y analizar su contenido promocional y de ventas. Facilita la comunicación en redes sociales y otros canales con audiencias multilingües, permitiendo una mayor interacción y alcance. También a través de esta

herramienta se logra obtener una comprensión más amplia de los gustos y necesidades de los mercados internacionales.

Conversica

Ofrece soluciones de conversación empresarial impulsadas por inteligencia artificial, automatizando y personalizando sus interacciones con los clientes, lo que en última instancia impulsa el crecimiento y mejora la satisfacción en el servicio (Frąckiewicz, 2023)

Es una plataforma que ayuda a las empresas a conseguir nuevos clientes, gracias a las conversaciones que generan por email, a través de su inteligencia artificial (Martech, 2019, párr.1).

Como se han mencionado Conversica es una plataforma de inteligencia artificial en la cual se automatizan conversaciones y generar interacciones naturales con clientes reales y potenciales. Esta herramienta se emplea en el marketing principalmente para mejorar la generación de leads, interactuar con visitantes del sitio web, responder preguntas y recopilar información para identificar clientes potenciales que tengan interés en la adquisición de un artículo o servicio de una empresa. Conversica puede realizar preguntas específicas para calificar y clasificar los leads según su interés y probabilidad de conversión, también puede responder automáticamente a correos electrónicos de clientes potenciales, lo que ahorra tiempo al equipo de ventas y mantiene una comunicación eficiente. Realiza encuestas automáticas a clientes y clientes potenciales para recopilar información valiosa sobre sus preferencias, opiniones y necesidades

La aplicación de Conversica en marketing ayuda a mejorar la eficiencia en la comunicación con los clientes y a proporcionar respuestas rápidas y relevantes en diferentes puntos de contacto. Sin embargo, es importante mantener una supervisión adecuada para garantizar que las interacciones sean coherentes con la marca y que los clientes reciban una experiencia de alta calidad.

Crystal Knows

Recolons (2020) “Crystal Knows se creó como test de personalidad, pero no como los otros, sino como el primero basado en Inteligencia artificial y como una herramienta operativa que ayuda a mejorar la comunicación con nuestros grupos de interés o stakeholders.” (párr.6). “Crystal Knows utiliza el aprendizaje automático para predecir el perfil DISC de cualquier persona, con o sin una evaluación. Estos

perfiles ayudan a comprender rasgos de personalidad, estilo de comunicación, preferencias de compra y las motivaciones de los internautas.” (Amics Digital, 2022, párr.7).

Esta herramienta proporciona información referente al estilo de personalidad de los prospectos, lo permitiendo adaptar el contenido de marketing que sea más relevantes y atractivo al público meta mejorando las posibilidades de cierre de ventas. Esto a su vez facilita la segmentación del mercado, lo que permite ejecutar estrategias específicas para cada grupo, ayudando a identificar puntos en común y formas de conectar mejor con los clientes, lo que fomenta relaciones duraderas a largo plazo.

Synthesia

Synthesia es una herramienta revolucionaria que permite crear contenidos de vídeo de alta calidad con facilidad. Esta tecnología tiene el potencial de revolucionar el mundo del marketing y la publicidad en vídeo. Combina la animación 3D con el reconocimiento facial y el procesamiento del lenguaje natural (NLP) basados en inteligencia artificial, creando personas "sintéticas" realistas que parecen, suenan y actúan igual que personas reales (Jesús, 2023, párr.1).

Synthesia permite crear videos personalizados con voces y personajes que se ajusten al tono y estilo de la marca, para llegar a diferentes audiencias, adaptando el contenido y el mensaje según las preferencias y características de cada segmento de mercado. Esta plataforma puede generar videos de manera rápida y eficiente, lo que es especialmente útil para campañas de marketing con alto volumen de contenido o para adaptar mensajes a diferentes plataformas y canales. Puede generar videos de presentaciones y demostraciones de productos o servicios, lo que ayuda a explicar conceptos complejos de manera visual y atractiva. De igual forma facilita la creación de versiones localizadas de videos, lo que permite adaptar mensajes a diferentes regiones y culturas.

Brandmark.io

Brandmark.io es una plataforma de diseño de logotipos impulsada por inteligencia artificial que permite a los usuarios crear logotipos personalizados en cuestión de minutos. La plataforma utiliza algoritmos avanzados de aprendizaje automático que analizan y comprenden

patrones en el diseño y el estilo de la marca, lo que permite a los usuarios generar logotipos únicos y coherentes. (SocialPubli, 2023, párr.14)

Polo (2017) describe a Brandmark.io como “una aplicación web que ha sido entrenada para que aprenda diseño de logomarcas analizando cientos de miles de ejemplos ya existentes.” (párr.2).

Brandmark.io permite crear logotipos exclusivos y personalizados para empresas de cualquier tipo, marcas personales y proyectos, manteniendo una concordancia visual, generando diseños que se ajusten a las especificaciones y colores de la marca, asegurando que todos los elementos gráficos estén alineados con la imagen de la empresa. La herramienta puede ayudar a las empresas a probar diferentes conceptos de logotipos y diseños de marca antes de tomar decisiones finales. Esto es especialmente útil para empresas que desean un logotipo rápido y profesional sin la necesidad de recurrir a un diseñador gráfico. También permite crear diseños para tarjetas de presentación, folletos, pancartas, pósters, redes sociales y otros materiales de marketing que ayuden a promocionar la marca. Aunque Brandmark.io es una herramienta poderosa, no reemplaza completamente el valor del diseño gráfico humano y personalizado. Si bien puede ser una excelente opción para proyectos pequeños y rápidos, en algunos casos, es posible que sea necesario contar con un especialista en diseño gráfico para crear una identidad de marca más sofisticada y única.

CONCLUSIONES

El marketing en el ámbito digital se ha robustecido significativamente, producto de los evidentes cambios que han surgido en los últimos años en cuanto a avances tecnológicos. La radio y la televisión eran antes las tendencias del momento para promocionar campañas publicitarias y llegar a un gran mayor número de audiencia, no obstante desde la invención del internet, y el surgimiento de aparatos tecnológicos como computadoras y dispositivos móviles, las estrategias de marketing fueron tomando poco a poco otro rumbo y con mayor presencia, a tal grado que en la actualidad las empresas se están apoyando de herramientas que simulan e imitan la inteligencia humana, a través de la inteligencia artificial.

En los resultados presentados, apoyados de diversas fuentes digitales, nos hemos podido percatar que la tendencia de la inteligencia artificial aplicado al marketing está creciendo exponencialmente con el desarrollo de herramientas como el chat GPT-4, Copy.ai, DeepL, Conversica, Crystal Knows, Synthesia y

Brandmark.io los cuales poseen características únicas que aparte de aportar en las estrategias de mercadeo, se genera un valor agregado producto de la eficiencia con la que se pueden desarrollar las actividades, que humanamente sería imposible realizar a ese ritmo, convirtiéndose en una mayor satisfacción a los clientes, ya que se da una atención que resulta ser más atractiva.

Lo que se ha podido presentar son solo algunas herramientas de inteligencia artificial aplicadas al marketing, existen muchas más y seguirán surgiendo. El tema de inteligencia artificial apenas y empieza, por ende si estamos sorprendidos con lo que hasta el momento nos ha podido ofrecer, en el futuro no muy lejano, esto quedará obsoleto, porque nos esperan cosas mucho mejores, y esto permitirá que las estrategias de mercadeo se vayan sofisticando cada vez más, y quien se adapte a ellas y las sepa aplicar serán empresas verdaderamente competitivas.

LISTA DE REFERENCIAS

- Amics Digitals. (2022). *Crystal Knows: lee la mente de tus clientes*.
<https://amicdigital.com/social/crystal-knows/#:~:text=Crystal%20Knows%20utiliza%20el%20aprendizaje,las%20motivaciones%20de%20los%20internautas>.
- Avila, J., Pujadas, M., Quesada, V. (2020). *La inteligencia artificial y sus aplicaciones en medicina I: introducción antecedentes a la IA y robótica*. Elsevier. DOI: [10.1016/j.aprim.2020.04.013](https://doi.org/10.1016/j.aprim.2020.04.013)
- Awscloud (2019). *Guía empresarial sobre inteligencia artificial*. https://pages.awscloud.com/rs/112-TZM-766/images/GEN_ai-guide-es-global-campaign_Jun-2019.pdf
- CEPAL (2022). *Tecnologías digitales para un nuevo futuro*.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46816/S2000961_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Deepl (2023). *Abre las puertas de tu negocio al mundo*. <https://www.deepl.com/es/for-business>
- Frąckiewicz, M. (2023). *Conversica: una empresa que proporciona soluciones de conversación empresarial impulsadas por IA para interactuar con los clientes*. <https://ts2.space/es/conversica-una-empresa-que-proporciona-soluciones-de-conversacion-empresarial-impulsadas-por-ia-para->

[interactuar-con-los-clientes/](#)

Jesús (2023). *Qué es Synthesia.io? Usos y aplicaciones que deberías conocer.*

<https://www.dongee.com/tutoriales/que-es-synthesia-io/>

La República (2023). *Jasper ai y Copy.ai, plataformas de inteligencia artificial para tareas de marketing.*

<https://www.larepublica.co/internet-economy/jasper-ai-y-copy-ai-plataformas-de-inteligencia-artificial-para-tareas-de-marketing-3577120>

Libertex (2023). *¿Qué es chat GPT 4 y cómo funciona?* <https://libertex.org/es/blog/chat-gpt-4>

Londoño, P. (2023). *Inteligencia artificial: qué es, cómo funciona e importancia en 2023.*

<https://blog.hubspot.es/marketing/inteligencia-artificial-esta-aqui>

Marca (2023). *Chat GPT-4: cómo usarlo, cómo funciona y todas las novedades de la Inteligencia Artificial.*

<https://www.marca.com/tecnologia/2023/03/15/641205dc46163fc0828b45a7.html>

Martech (2019). *Conversica.* <https://www.martechforum.com/herramienta/conversica/>

Mendizábal, G., Sánchez, A., Kurczyn, P. (2019). *Industria 4.0 trabajo y seguridad social.* Universidad

Nacional Autónoma de México.

<http://riaa.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/20.500.12055/1898/industria-40-trabajo-y-seguridad-social.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mercedes (2023). *La inteligencia artificial en el mundo del marketing digital.* [https://iberomedia.com/blog-](https://iberomedia.com/blog-inbound-marketing/la-inteligencia-artificial-en-el-mundo-del-marketing-digital/)

[inbound-marketing/la-inteligencia-artificial-en-el-mundo-del-marketing-digital/](https://iberomedia.com/blog-inbound-marketing/la-inteligencia-artificial-en-el-mundo-del-marketing-digital/)

News America Digital. (2023). *Chat GPT: El fenómeno que está revolucionando el Marketing Digital.*

<https://news.america-digital.com/chat-gpt-el-fenomeno-que-esta-revolucionando-el-marketing-digital/>

Pérez, E. y Rojas, D. (2019). *Impacto de la inteligencia artificial en las empresas con un enfoque global.*

[Tesis de Licenciatura]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628123/P%C3%A9rezL_E.pdf?sequence=3

Polo, D. (2017). *Brandmark, una inteligencia artificial que analiza la calidad de nuestro logo.*

<https://www.whatsnew.com/2017/08/25/brandmark-una-inteligencia-artificial-que-analiza-la-calidad-de-nuestro-logo/>

Ponce, J., Silva, A., Torres, A., Casali, A., Quezada, F., Martínez, E., Scheihing, E., Túpac, I., Torres, M., Ornelas, F., Hernández, J., Zavala, C., Vakhnia, N., Pedreño, O. (2014). *Inteligencia Artificial*. LATIM. DOI:[10.13140/2.1.3720.0960](https://doi.org/10.13140/2.1.3720.0960)

Recolons, G. (2020). *Diagnóstico de Marca Personal (4) Crystal*. <https://guillemrecolons.com/crystal/>

Santos, D. (2023). *Los mejores 7 generadores de copy con inteligencia artificial*. <https://blog.hubspot.es/marketing/generador-de-copy#:~:text=Con%20Copy.ai%20puedes%20crear,marketing%20hasta%20seguimiento%20al%20cliente.>

Sigma (2023). *Chat GPT-4 en las empresas: La revolución*. <http://thesigmaprojects.io/chat-gpt-4-en-las-empresas-la-revolucion/>

SmartPanel (2023). *¿Qué papel juega la inteligencia artificial en el marketing?* <https://www.smartpanel.com/el-papel-de-la-inteligencia-artificial-en-el-marketing/>

SocialPubli (2023). *Las 9 mejores herramientas de IA para Marketing*. <https://www.linkedin.com/pulse/las-9-mejores-herramientas-de-ia-para-marketing-socialpubli/?originalSubdomain=es>

Soto, J. (2021). *¿Qué es DeepL y para qué sirve?* <https://www.geeknetic.es/DeepL/que-es-y-para-que-sirve>

Tapia, N. (2015). *La influencia de la tecnología digital en el desarrollo de las inteligencias múltiples de los jóvenes de la generación del espectáculo*. [Tesis de Doctorado]. Universidad Oberta de Cataluña. https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/399035/Norma%20Esperanza%20Tapia%20Gardner_Tesi%20doctorals.pdf;jsessionid=FC1F6CD4944E467EB37A6F041943A95E?sequence=1

Taylor, S. & Bogda, R. (1984). *Introduction to Qualitative Research Methods: The Search for Meanings* 2ed. New York: Wiley.

Telefónica (2023). *Inteligencia Artificial: innovación, ética y regulación*. <https://www.telefonica.com/es/wp-content/uploads/sites/4/2023/06/Posicionamiento-Inteligencia->

[Artificial-innovacion-etica-y-regulacion.pdf](#)

Tomas, D. (2023). *La Inteligencia Artificial en el marketing digital*. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/la-inteligencia-artificial-en-el-marketing-digital>

Veiga, J., De la Fuente, E., Zimmermann, M. (2008). *Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño*. Medicina y Seguridad del Trabajo. 54 (210).
https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0465-546X2008000100011

Vidakovic, I. (2022). *Copy.AI Revisión: ¿Es La Herramienta De Escritura Adecuada Para Usted?*
<https://textcortex.com/es/post/copia-ai-revisi%C3%B3n>