



LA APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS DE COMUNICACIÓN Y ESPACIOS PUBLICITARIOS, EN PARAGUAY. AÑO 2023

THE APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN COMMUNICATION COMPANIES AND ADVERTISING

Mathias Sebastián Aranda Gamarra

Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
gamarramathias11@gmail.com

Jacqueline Mariel Espínola Britez

Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
jacquelineespínola573@gmail.com

Franco Ariel Villagra

Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
francoariel915@gmail.com

Luz Soledad Ramírez Villalba

Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
Luzr8230@gmail.com

RESUMEN

La IA es un campo de la informática que se enfoca en crear sistemas que pueden realizar tareas que normalmente requiere inteligencia humana, busca crear máquinas que pueden imitar la función cognitiva humana a través de procesadores y software con el fin de realizar tareas de procedimientos y análisis de datos. Este trabajo tiene por objetivo dar a conocer las aplicaciones de la IA y su utilidad en las empresas de comunicaciones y publicitarias. El enfoque utilizado es cualitativo, la unidad de análisis son las empresas del área de las comunicaciones y del sector publicitario en Paraguay, específicamente en el Departamento central; la técnica utilizada es el análisis bibliográfico documental de fuentes de datos secundarias y los procedimientos que se siguieron son: elección del tema, recolección de datos en artículos de

internet, libros y revistas, después de analizar la información y escoger las partes más relevantes, se procedió a realizar la investigación en el tiempo establecido, para lo cual el instrumento utilizado fue la lista de cotejo. Como resultado significativo hay que destacar el extraordinario avance de la tecnología en el desarrollo de la IA cada vez más versátiles y confiables para su uso en el sector empresarial y que cada vez son más las empresas en nuestro país que apuestan por su uso, Por lo tanto, se concluye que la inteligencia artificial y los nuevos desarrollos tecnológicos son claves para alcanzar el éxito empresarial.

PALABRAS CLAVE: Empresas/ Inteligencia artificial/ Tecnología

ABSTRACT

AI is a field of computer science that focuses on creating systems that can perform tasks that normally require human intelligence, it seeks to create machines that can mimic human cognitive function through processors and software in order to perform procedural tasks and data analysis. The purpose of this work is to show the applications of AI and its usefulness in communications and advertising companies. The approach used is qualitative, the unit of analysis are the companies in the area of communications and advertising sector in Paraguay, specifically in the Central Department; the technique used is the documentary bibliographic analysis of secondary data sources and the procedures followed are: choice of the topic, data collection in internet articles, books and magazines, after analyzing the information and choosing the most relevant parts, we proceeded to conduct the research in the established time, for which the instrument used was the checklist. As a significant result it is necessary to highlight the extraordinary progress of technology in the development of AI, which is becoming more versatile and reliable for use in the business sector and that more and more companies in our country are betting on its use. Therefore, it is concluded that artificial intelligence and new technological developments are key to achieve business success.

KEYWORDS: Business/ Artificial Intelligence/ Technology.

INTRODUCCIÓN:

Elegimos el tema de la Inteligencia Artificial (IA), ya que se basa en el estudio del cerebro humano y de cómo imitar el comportamiento de las personas mediante algoritmos y sistemas informáticos ya que son capaces de ejecutar tareas simples como también complejas que realizan las personas cotidianamente. La IA es una disciplina que busca crear maquinas con sistemas, imitar la función cognitiva humana a través de procesadores y software con el principal objetivo de realizar tareas de procedimientos y análisis de datos.

Aunque la IA ha avanzado drásticamente en la actualidad aún enfrenta cierta problemática en la propiedad intelectual del Paraguay ya que aún no existe una legislación específica que regulen los derechos de autor y las obligaciones de los creadores o usuarios. Por lo tanto, en los últimos años la economía nacional ha experimentado un crecimiento sostenido y se muestra favorable por lo cual se ha vuelto un foco de atracción a próximas inversiones extranjeras, así como también asegura el crecimiento y desarrollo de empresas nacionales teniendo así en cuenta que crea un ambiente competitivo y eficaz ya que gracias a esto otras empresas sienten presión y se impulsan a la innovación de modelos de negocios apostando a nuevas tecnologías y herramientas favorables en el área comercial.

Nuestro objetivo con esta investigación es conocer más a fondo sobre esta nueva tecnología y como beneficia a las empresas de comunicación y espacios publicitarios, generando así un gran impacto llegando a convertirse en una herramienta útil para las empresas en diversos ámbitos, sobre todo en las de espacios de publicidad masiva que son: Televisión, radio, periódicos y anuncios en línea, esta tecnología se utiliza para automatizar los espacios publicitarios incluyendo la programación de anuncios, el análisis de mercadeo, la generación de contenido al igual que también la relación con clientes y la publicidad digital. Para que el negocio de la telecomunicación tenga una mejor imagen de marca, ofreciendo productos y servicios innovadores de alta calidad, generalmente la IA mejora la rentabilidad y la toma de decisiones, procesos y operaciones en la parte financiera y fabricaciones de programas empresariales.

El tema de la Inteligencia Artificial nos pareció bastante importante ya que hoy en día

con la evolución de la tecnología y la cantidad de datos que generan tanto las maquinas como también los humanos a veces logran superar en gran medida la capacidad que tienen las personas de absorber dichos conocimientos e informaciones, la IA hace posible que las maquinas se ajusten a las nuevas experiencias y aportaciones como tareas que realizan los seres humanos y ayuda a aportar mayor presión en el entorno industrial ya que la IA reduce los fallos provocados por las limitaciones del ser humanos.

En cuanto a autores diversos, existen numerosas publicaciones que abordan el tema de la IA desde diferentes perspectivas por ejemplo Newell y Simon (1975) nos habla más a fondo sobre el afán de construir maquinas inteligentes y sobre lo que es la inteligencia específica ya que la inteligencia de los humanos es de tipo general y no logra exhibir suficiencia los conocimientos amplios de la tecnología y sus funciones, el diseño y realización de inteligencias únicamente muestran comportamiento inteligente en un ámbito muy específico y el matemático británico Alan Turing es considerado el padre de la IA ya que revolucionó la informática y supo prever ciertas cuestiones con la tecnología moderna y la IA.

MATERIALES Y METODOLOGIAS:

Para la realización de esta investigación empleamos el uso de los equipos informáticos tales como: Notebook, Celular y Tablet, al igual que para el desarrollo de la recopilación de informaciones estuvimos indagando en varias páginas WEB como también accedimos en la biblioteca de la Universidad de la Integración de las Américas – UNIDA, para ampliar nuestra información y obtener datos más actualizados sobre nuestro tema a tratar.

El diseño metodológico empleado en esta investigación es de enfoque cualitativo, pues se basa en un trabajo de análisis bibliográfico y documental, teniendo en cuenta que busca especificar características y ventajas de la inteligencia artificial. El alcance es de nivel descriptivo porque lo que se busca es especificar las características, usos, ventajas y enfoques de la inteligencia artificial, ya que se pretende ofrecer una visión general y actualizada de este campo de estudio, que tiene una gran relevancia e impacto en la sociedad y en el desarrollo científico y tecnológico, como en las empresas de comunicación y publicidad.

El diseño de investigación es No Experimental, puesto a que nos enfocamos netamente a la recopilación y análisis de informaciones ya existentes sobre el tema. La corte considerada es la transversal teniendo en cuenta que en el periodo de tiempo abarcado se sitúa entre los meses de agosto a octubre del 2023.

Para esta investigación se considera como unidad de análisis a las empresas de comunicaciones y del ámbito publicitario en Paraguay, específicamente en el departamento central.

La técnica utilizada es el análisis bibliográfico documental para lo cual se recurre a una fuente de datos secundaria y los procedimientos que se siguieron son: elección del tema a ser investigado, búsqueda y recolección de datos sobre la inteligencia artificial en artículos de internet y libros, después se realizó un resumen de dicha información y posteriormente se procede a transcribir los resultados obtenidos y el instrumento usado es la lista de cotejo.

RESULTADO

Esta investigación realizada entre los meses de agosto a octubre del 2023 se enfoca en desarrollar el tema de las aplicaciones que tiene la inteligencia artificial en las empresas de comunicación y publicidad, para esto hemos tomado como unidad de análisis a las empresas del Departamento Central teniendo en consideración que la mayoría de las grandes empresas de este rubro se sitúan en dicho lugar.

El objetivo principal de este trabajo es analizar los usos y beneficios que tiene la aplicación de estas nuevas tecnologías y su impacto en las empresas de nuestro país. La IA ha venido entrando en nuestras vidas paulatinamente desde hace ya mucho tiempo. En Paraguay la utilizamos en el celular, para servicios financieros, en las ciencias médicas, en la ingeniería, en la logística de distribución de productos entre otros. (Barán, 2023)

En nuestro país son muchas las empresas que han incursionado en el uso de la inteligencia artificial (IA) pero según manifiesta Freddy Fernández, presidente de la Asociación Paraguaya de Recursos Humanos (APARH) son principalmente las empresas del sector financiero y de telecomunicaciones las que hacen un mayor uso de estas tecnologías. (Nación, 2023).

En cuanto a la inteligencia artificial es lo que se conoce como **Machine Learning** o aprendizaje de máquina que es un conjunto de modelos cuya finalidad es generalizar o modelar patrones y tendencias en conjuntos de datos también **Data Mining** (minería de datos) cuyo propósito es encontrar estos patrones y modelar estadísticas. Lo que se consigue con esto es que las empresas puedan hacer un mejor análisis de los patrones de comportamiento de sus clientes y puedan ofrecer de esta manera servicios más acordes a las demandas y preferencias de sus consumidores (Grillo, 2022). En el Paraguay existen varias empresas que utilizan ese tipo de Inteligencia Artificial (IA). Estas son algunas de ellas.

Empresas de Telecomunicaciones:

- Tigo
- Claro
- Personal, etc.

Empresas Financieras:

- Banco Nacional de Fomento (BNF)
- Interfisa Banco
- Visión Banco
- Sudameris Bank
- Banco Atlas

Empresas de Electrodomésticos

- Bristol S.A
- Inverfin
- Gonzalito), entre otros.

En área de las telecomunicaciones la inteligencia artificial se emplea para captar, gestionar y analizar datos de los consumidores para proveer servicios personalizados y productos especialmente pensados para estos, así como la creación de contenido en medios publicitarios y campañas de marketing.

Un hallazgo importante es que en nuestro país cada vez es más común el uso de Botmarker que es un software usado en la creación de bots como:

- **Asistentes virtuales o chatbots:** Es una IA que ofrece respuestas automáticas previamente establecidas y se usan mayormente en atención al cliente o asistencia en ventas.
- **IVR conversacionales:** Permite a los usuarios interactuar con un sistema telefónico a través de voz o teclas numéricas para acceder a diferentes opciones o servicios. Tiene una variedad de aplicaciones en atención al cliente, procesamiento de pagos y la entrega de información automatizada.

También destaca BIMS y su nuevo asistente virtual BIA que es capaz de ofrecer herramientas inimaginadas para la gestión de los negocios, BIA fabrica reportes, también maneja datos financieros e incluso asiste al usuario en la realización de operaciones financieras y ha sido adoptada por más de 800 Mipymes paraguayas. (FOCO, 2023).

Según Belltech (2023) estos son algunos de los beneficios más importantes de la inteligencia artificial en las empresas:

- **Mejora en procedimientos comerciales:** permite personalizar productos y ofrecerlos cuando sea necesario
- **Mejora en la rentabilidad y la toma de decisiones:** como la Inteligencia artificial gestiona y analiza la información disponible tanto de clientes como de los procesos internos de la empresa puede generar estrategias que aumenten la eficiencia y la rentabilidad.
- **Automatización de tareas rutinarias:** La inteligencia artificial gestiona por ejemplo cierres de mes, cuentas, facturas sin la necesidad de un tercero.
- **Desarrollo de nuevos productos y servicios:** La IA permite a las empresas de telecomunicaciones analizar grandes volúmenes de datos y detectar nuevas oportunidades de negocios, lo que les permite desarrollar nuevos productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes.

Cabe destacar que la introducción creciente de la IA en el sector productivo en Paraguay presenta dos grandes desafíos. El primero es la desaparición, transformación y aparición de nuevas profesiones.

El segundo desafío es que, según reportes de la consultora Gartner (2023) el 85% de los proyectos de IA fracasan, esto no solo por cuestiones técnicas sino también por problemas que presentan las empresas para adaptarse a los cambios tecnológicos.

Como resultado final de esta investigación podemos concluir que la inteligencia artificial se está revolucionando el sector empresarial dentro de nuestro país y sus ventajas son innegables ya que las empresas mejoran su adaptación a ellas y logran avanzar para mantenerse a la vanguardia dentro de las operaciones y desarrollos realizados por esta nueva innovación tecnológica dentro del campo financiero y sectores de telecomunicación.

DISCUSION DE TEMA

Indagar a cerca de la aplicación real de la inteligencia artificial en la difusión y tratamiento de las informaciones, con innovaciones cada vez más útiles y beneficiosas para las empresas en las comunicaciones ha sido muy útil para ampliar los conocimientos y definir proyecciones que favorezcan la creación de futuros emprendimientos o proyectarnos en el ámbito laboral. La IA es una herramienta basada en el uso de la tecnología y la lógica de las acciones humanas, pero ya en función a las máquinas. Debemos actualizarnos cada vez más y superar expectativas profesionales como estudiantes del área comercial y marquesina pues en el ámbito laboral es importante manejar estos avances.

Durante la realización de esta investigación se nos presentaron las siguientes limitaciones; en primer lugar, la escasa cantidad de escritos de carácter académico sobre la inteligencia artificial en las empresas de nuestro país, por consiguiente, hay poco material para el análisis, una limitación también fue el escaso tiempo del que dispusimos para este trabajo ya que 7 semanas es insuficiente para abordar profundamente este tema tan interesante.

Si bien la investigación presentó bastantes desafíos, podríamos considerar los siguientes aspectos como fortalezas: el diseño metodológico adecuado a los objetivos, la validez y

confiabilidad de los instrumentos utilizados, el análisis riguroso de los datos y la coherencia entre los resultados y las conclusiones. Además, también hay que considerar como debilidades los siguientes puntos: el tamaño reducido de la muestra, la falta de generalización de los hallazgos y la limitada profundidad de algunas variables.

Finalmente podemos considerar que la investigación se encuentra en una etapa inicial pero prometedora, y esperamos aportar con lo realizado de la siguiente manera: contribuir al desarrollo teórico y empírico sobre la inteligencia artificial y su impacto en las empresas de comunicación y espacios publicitarios.

CONCLUSIÓN

En este apartado presentamos los aspectos concluyentes de la investigación realizada. La IA es una herramienta poderosa que permite analizar grandes cantidades de datos, generar contenidos innovadores y adaptarse a las preferencias y necesidades de los consumidores. La IA puede ayudar a las empresas de comunicación y espacios publicitarios a optimizar sus recursos, aumentar su competitividad y ofrecer una mejor experiencia en la eficiencia y la creatividad a sus clientes.

El mundo actual de las telecomunicaciones es cada vez más exigente y mucho más competitivo en el ámbito empresarial; el usuario o el cliente de hoy exigen calidad y más información en menos tiempo. La inteligencia artificial (IA) en sus diversas aplicaciones es considerada valiosísima como herramienta puesto que permite a una empresa o a una persona acceder a datos o informaciones pertinentes para transacciones, conocer gustos de los usuarios sobre productos o servicios, y hasta controlar el nivel de aceptación de lo que ofrece la empresa a sus clientes.

Luego de haber realizado esta investigación podemos concluir lo siguiente:

- La inteligencia artificial es sumamente versátil y cumple con tantas funciones que hoy en día se constituye en una herramienta casi indispensable para cualquier empresa.
- Las empresas que no se adapten a las nuevas tecnologías no podrán mantenerse a un nivel competitivo.
- El mercado laboral necesita cada vez más profesionales que estén capacitados en el

manejo de la IA.

De manera general consideramos que la inteligencia artificial debe avanzar en la resolución de retos científicos de gran importancia, ya que el impacto en el uso de técnicas de Inteligencia artificial en nuestra sociedad es muy grande y esto puede ayudara las empresas de comunicación y los espacios publicitarios a optimizar sus recursos, aumentar su competitividad y ofrecer una mejor experiencia en la eficiencia y la creatividad a sus clientes. Como resultado final de esta investigación podemos concluir que la inteligencia artificial se está revolucionando el sector empresarial dentro de nuestro país y sus ventajas son innegables ya que las empresas mejoran su adaptación a ellas y logran avanzar para mantenerse a la vanguardia dentro de las operaciones y desarrollos realizados por esta nueva innovación tecnológica dentro del campo financiero y sectores de telecomunicación.

REFERENCIAS

Baran. (23 de abril de 2023). La inteligencia artificial en Paraguay. *El Nacional*.

Belltech. (10 de mayo de 2023). Como impacta la inteligencia artificial en las telecomunicaciones.

Foco. (11 de mayo de 2023). *La IA llego a las Mipymes de Paraguay*.

Gartner. (12 de Mayo de 2023). Que es la inteligencia artificial (IA).

Grillo, s. a. (28 de julio de 2022). Inteligencia artificial: una oportunidad economica para Paraguay.

Nación, L. (21 de Julio de 2023). Empresas paraguayas ya usan IA y otras se aproximan, señalan.