

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Potenciar la marca profesional con inteligencia artificial

ADMI-1007

Proyecto Integrador

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Presentado por:

Mariuxi del Rocío Murillo Zapata

Christopher Bryan Solórzano Gómez

Guayaquil - Ecuador

Año: 2023

Agradecimientos

Agradecemos en primer lugar a Dios en este momento de reflexión y gratitud, por todas las bendiciones que ha derramado sobre nosotros.

A nuestras familias, quienes han sido nuestro pilar, y nos han dado todo su apoyo inquebrantable.

Y finalmente a nosotros mismos, reconociendo nuestro esfuerzo, perseverancia y crecimiento personal que hemos tenido.

Declaración expresa

Nosotros Mariuxi del Rocío Murillo Zapata y Christopher Bryan Solórzano Gómez acordamos y reconocemos que:

La titularidad de los derechos patrimoniales de autor (derechos de autor) del proyecto de graduación corresponderá al autor o autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe en este acto una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra con facultad de sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, así como para la creación y uso de obras derivadas. En el caso de usos comerciales se respetará el porcentaje de participación en beneficios que corresponda a favor del autor o autores. La titularidad total y exclusiva sobre los derechos patrimoniales de patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, secreto industrial, software o información no divulgada que corresponda o pueda corresponder respecto de cualquier investigación, desarrollo tecnológico o invención realizada por nosotros durante el desarrollo del proyecto de graduación, pertenecerán de forma total, exclusiva e indivisible a la ESPOL, sin perjuicio del porcentaje que nos corresponda de los beneficios económicos que la ESPOL reciba por la explotación de nuestra innovación, de ser el caso.

En los casos donde la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la ESPOL comunique los autores que existe una innovación potencialmente patentable sobre los resultados del proyecto de graduación, no se realizará publicación o divulgación alguna, sin la autorización expresa y previa de la ESPOL.

Guayaquil, 07 de febrero del 2024.



Mariuxi del Rocío

Murillo Zapata



Christopher Bryan

Solórzano Gómez

Evaluadores

A handwritten signature in blue ink, reading "Ivonne Antonieta Martín Moreno". The signature is written in a cursive style with a long, sweeping underline that extends to the left and crosses a horizontal line below it.

Ivonne Antonieta Martín Moreno, MBA

Profesor de Materia

RESUMEN

Este proyecto se examina cómo el uso de la Inteligencia Artificial (IA) en los negocios, especialmente en la generación de contenido para plataformas de redes sociales, puede ser beneficioso, se pretende diseñar un portafolio con opciones de Inteligencia Artificial para emprendedores, para poder aumentar la cartera de cliente y así mejorar la marca profesional.

Se utilizó diferentes metodologías a lo largo de este proyecto, tales como: Design Thinking, análisis de comparación, análisis de observación y un análisis de costos. Todo esto con la finalidad de poder determinar las mejores opciones de IAs para los emprendedores.

Los resultados arrojaron que la mejor herramienta sobre generador de ideas es ChatGPT, mientras que, la mejor herramienta sobre creación de contenido es Canva, ambas con versiones gratuitas y ambas con opción a suscripción dando un valor total de \$24,59.

Finalmente, se propone complementar este proyecto con una investigación de mercado, para poder determinar el potencial mercado que puede llegar a cubrir sus demandas.

Palabras Clave: Inteligencia Artificial, Redes Sociales, Creación de Contenido, Imágenes

ABSTRACT

This paper examines how the use of Artificial Intelligence (AI) in business, especially in the generation of content for social media platforms, can be beneficial. It aims to design a portfolio with Artificial Intelligence options for entrepreneurs, in order to increase the client portfolio and thus improve the professional brand.

Different methodologies were used throughout this project, such as: Design Thinking, comparison analysis, observation analysis and a cost analysis. All this in order to determine the best AI options for entrepreneurs.

The results showed that the best idea generator tool is ChatGPT, while the best content creation tool is Canva, both with free versions and both with a subscription option giving a total value of \$24.59.

Finally, it is proposed to complement this project with market research, in order to determine the potential market that can meet your demands.

Keywords: Artificial Intelligence, Social Networks, Content Creation, Images

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	I
ABSTRACT	II
ÍNDICE GENERAL	III
ÍNDICE DE FIGURAS	V
ÍNDICE DE TABLAS	VI
CAPITULO 1	1
1. Introducción	1
1.1. Definición del Problema	1
1.2.1. Objetivo General	3
1.2.2. Objetivos Específicos	3
1.3.1. Potencial de la Inteligencia Artificial	3
1.3.2. Transformación digital por medio de la Inteligencia Artificial	4
1.3.3. La Inteligencia Artificial en los emprendimientos	5
CAPITULO 2	6
2. METODOLOGÍA	6
2.1. Design Thinking	6
2.1.1. Identificación de actores	6
2.1.2. Entrevistas	7
2.1.3 Mapeo de Actores	7
2.1.4 Elaboración de Matriz de Ideas	7
2.2. Análisis de Observación	8
2.2.1. Selección de Participantes	8
2.2.2. Identificar Métricas	8
2.2.3. Observación	9
2.2.4. Resultados de la Observación	9
2.3. Análisis Comparativo	9
2.3.1. Identificar Alternativas	10
2.3.2. Identificar las características más importantes	10
2.3.3. Elaborar la matriz de decisiones	10
2.3.4. Calificar la matriz	11
2.3.5. Resultado de la matriz	11
2.4. Análisis de Costos	11
2.5. Diseño de Portafolio	12
2.5.1. Validación de Portafolio	12
CAPITULO 3	13

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	13
3.1. Design Thinking.....	13
3.1.1. Identificación de actores.....	13
3.1.2. Entrevistas.....	13
3.1.3 Mapeo de Actores.....	14
3.1.4 Elaboración de Matriz de Dificultad/Importancia	14
3.2. Análisis de Observación	15
3.3. Análisis Comparativo.....	16
3.3.1. Identificar Alternativas.....	16
3.3.2. Identificar las características más importantes	17
3.3.3. Elaborar la matriz de decisiones	18
3.3.4. Calificar la matriz.....	19
3.3.5. Resultado de la matriz	20
3.4. Análisis de Costos.....	21
3.5. Diseño de Prototipo	23
3.5.1. Validación de Prototipo	23
CAPITULO 4	24
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	24
4.1. Conclusiones	24
APÉNDICE A.....	25
APÉNDICE B	30
APÉNDICE C.....	41
APÉNDICE D.....	43
BIBLIOGRAFÍA.....	45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	14
Figura 2	15
Figura 3	23

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	10
Tabla 2.....	13
Tabla 3.....	13
Tabla 4.....	16
Tabla 5.....	16
Tabla 6.....	17
Tabla 7.....	17
Tabla 8.....	18
Tabla 9.....	18
Tabla 10.....	19
Tabla 11.....	19
Tabla 12.....	20
Tabla 13.....	20
Tabla 14.....	21

CAPITULO 1

1. Introducción

Este proyecto se trata del abordaje de la Inteligencia Artificial y su uso en los emprendimientos para la creación de contenido en las redes sociales, las redes sociales ofrecen una publicidad asequible con un desembolso mínimo en comparación con los medios tradicionales, son altamente efectivas, permitiendo una segmentación y alcance superiores. La capacidad de dirigir mensajes a audiencias específicas y aprovechar la viralidad del contenido destaca como una ventaja clave. Los emprendedores pueden evaluar la amplitud y el impacto de sus mensajes, así como analizar el tráfico generado desde las redes sociales a sus sitios web.

La aplicación de tecnología inteligente en empresas no es nueva y se ha utilizado en automatización industrial, el enfoque actual se centra en utilizar la Inteligencia Artificial para tomar decisiones autónomas y resolver problemas de manera efectiva. Por lo que, se pretende en esta investigación encaminar al uso de Inteligencia Artificial y obtener sus beneficios, como en la adquisición de nuevos clientes.

1.1. Definición del Problema

Un gran desafío que presentan los emprendedores ecuatorianos, que prestan servicios profesionales, gira alrededor de desarrollar un flujo constante y coherente de contenido que impulse el posicionamiento de su marca, lo cual afecta en la capacidad de dichos emprendimientos en poder obtener nuevos clientes. Esto a menudo ocurre porque carecen parcial o completamente de los recursos necesarios para mantener una presencia constante en las redes sociales, como son los recursos humanos, financieros y de tiempo. Todo lo anteriormente mencionado se ha convertido en un reto para los emprendedores, esa falta de

visibilidad, que evidencian ellos en el sector comercial donde se desenvuelven, les provoca pérdidas de oportunidades.

Dicho esto, se trabajará con un cliente, la Psic. Karen Solís, quien tiene tres años de estar graduada y que, a lo largo de dichos años, ha adquirido experiencia brindando servicios de sesiones psicológicas y terapias psicopedagógicas con niños de primaria, este último siendo el mayor servicio que brinda y por ende el que más ingresos le genera. La Psicóloga se le ha dificultado mantener una presencia constante en redes sociales, y a su vez obtener una mayor cantidad de clientes; tomando en cuenta que es Instagram la red social que ella más usa para la difusión de su contenido de Marketing.

1.2. Justificación del Problema.

El tener una estructura efectiva de creación de contenidos facilita al desarrollo de imágenes y vídeos, sino que podría también contribuir a la reducción de importantes desafíos, como contratación de personal, costos y la administración del tiempo que puede ocasionar ineficiencia.

La Inteligencia Artificial demuestra que puede abordar los retos de generar contenido, haciéndolos de una manera automatizada y personalizada; logrando así, reducir la carga de trabajo manual y que la misma sea alcanzable en términos económicos. Además, el uso de la Inteligencia Artificial mejora la eficacia de la estrategia en redes sociales del emprendimiento y su presencia en línea, impulsando el crecimiento monetario y de posicionamiento.

1.2.1. Objetivo General

Diseñar un portafolio de alternativas de uso de IA en el proceso estratégico de creación de contenido en redes sociales, mediante un análisis de tendencias del mercado para potenciar el posicionamiento de la marca profesional.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar cuellos de botella en el proceso estratégico de la creación de contenido, mediante el diagnóstico de métricas para establecer áreas que requieran mejoras.
- Definir una estructura de scripts que permitan elaborar contenido viral utilizando las IAs más favorables.
- Elaborar presupuestos sobre el uso de diferentes IAs para la viralización de contenido.

1.3. Marco Teórico

La inteligencia artificial ha demostrado su capacidad para mejorar procesos y reducir costos en diversas áreas, especialmente en mercados altamente competitivos como finanzas, minería, logística y construcción. La IA tiene un amplio alcance, desde soluciones financieras hasta la optimización de la producción industrial, desempeñando un papel fundamental como agente de cambio. (García, 2023)

1.3.1. Potencial de la Inteligencia Artificial

Se prevé que la IA aumente la productividad global anual en un rango del 0.8% al 1.4%, indicando una tendencia positiva en sus contribuciones empresariales. Además, se

espera que la IA esté ampliamente adoptada y lidere las inversiones tecnológicas de las empresas para 2025, subrayando su importancia a corto y mediano plazo (García, 2023).

La Inteligencia Artificial se presenta como una herramienta capaz de fomentar la aparición de nuevos emprendimientos y la regularización de las empresas de menor tamaño, como las micro, pequeñas y medianas empresas. Sin embargo, para aprovechar al máximo el potencial de la Inteligencia Artificial, es esencial contar con un entorno propicio que englobe elementos como infraestructura digital, acceso a datos, habilidades digitales, y capacidades en el ámbito de la innovación y el emprendimiento digital. (Mesa, 2023)

Los emprendedores están desarrollando software para satisfacer necesidades empresariales, incluyendo la creación de chat-bots de asistentes virtuales. A pesar de estar en una etapa inicial de IA, estos asistentes virtuales son altamente solicitados. En el ámbito de la salud, se observan beneficios al reemplazar las funciones de recepcionistas y centros de llamadas, mejorando la interacción con los pacientes y reduciendo el tiempo que los profesionales dedican a recordatorios, lo que optimiza las citas y el tiempo de los pacientes. Es importante notar que la mayoría de estos emprendedores no desarrollan tecnologías desde cero, sino que adaptan tecnologías existentes, siendo Google Tensorflow una de las más utilizadas para este propósito. (Cornieles, 2019)

1.3.2. Transformación digital por medio de la Inteligencia Artificial

La Inteligencia Artificial es esencial en la transformación digital empresarial, especialmente en el marketing, ayudando a identificar tendencias y preferencias de los clientes para personalizar productos y servicios, como los chat-bots que amplían la comunicación con los clientes. La IA optimiza tareas, liberando recursos para actividades más creativas, lo que aumenta la productividad, especialmente en la manufactura y se integra con datos de Big Data para producir en función de la demanda del mercado. (Izquierdo, 2019)

La inteligencia artificial está transformando la forma en que las empresas operan, aumentando la productividad en tareas administrativas, y su adopción está en crecimiento. La tecnología generativa de la inteligencia artificial es una tendencia destacada en 2023 y se está aplicando en diversos sectores. Además, los modelos de aprendizaje automático y aprendizaje profundo han demostrado su utilidad. En España, el 12.6% de las empresas ya utiliza esta tecnología, siendo más prominente en el sector de la información y las comunicaciones, con un 41.6% de adopción. La inteligencia artificial desempeña un papel esencial en la personalización de servicios al identificar patrones de comportamiento pasado y prever eventos futuros. Esto se aprecia en sistemas de recomendación de aplicaciones populares como Netflix y Spotify. (BBVA, 2023)

1.3.3. La Inteligencia Artificial en los emprendimientos

La inteligencia artificial ha generado un creciente interés en el entorno empresarial en los últimos meses, y los emprendedores deben estar dispuestos a explorar y adoptar sus capacidades para mantenerse competitivos. La IA ofrece beneficios como la automatización de tareas repetitivas, el análisis de datos para comprender tendencias, la mejora de la seguridad empresarial, la innovación en productos y servicios, y la mejora de la experiencia del usuario. Su adopción es esencial para mantener la competitividad en un mercado en constante evolución. (Fundación Aragón Emprende, 2021)

La inteligencia artificial ofrece amplias oportunidades para los nuevos negocios, con el respaldo del 74% de los líderes en datos y análisis. Sin embargo, se debe ser cauteloso con su implementación, ya que el 41% de las empresas que la utilizan no están preparadas para afrontar sus riesgos. Como resultado, se está generando una creciente demanda de expertos capaces de gestionar la seguridad de los activos empresariales en el entorno de la inteligencia artificial. (La Hora, 2023)

CAPITULO 2

2. METODOLOGÍA

2.1. Design Thinking

El Design Thinking constituye una metodología destinada a reconocer a los participantes esenciales y evaluar su interés, relevancia o impacto en nuestra iniciativa. Se aconseja llevar a cabo este mapeo al comienzo del proyecto y mantener un seguimiento continuo a lo largo de su desarrollo, dado que la información obtenida nos proporcionará una comprensión actualizada del entorno, facilitándonos así una negociación más efectiva (Calidoscopi Consultoria, 2022). En esta situación, se empleó este mapeo de actores con el propósito de identificar propuestas innovadoras que ayuden a abordar la problemática identificada, para el desarrollo del mapeo se realizaron las siguientes actividades que se detallan a continuación.

2.1.1. Identificación de actores

Para el inicio de esta actividad, se llevó a cabo una sesión de lluvia de ideas, basada en poder determinar quiénes son los actores que participan tanto directa como indirectamente en este proyecto y su nivel de interés. Posteriormente, utilizando las ideas recopiladas, se realizó una tabla que simplificó la identificación de instituciones, actores y grupos de interés que desempeñan un papel en el proyecto.

2.1.2. Entrevistas

La siguiente etapa consistió en llevar a cabo entrevistas semiestructuradas de exploración, las cuales puede observarlas en el apéndice C, con los actores previamente identificados. Un total de 3 entrevistas se realizaron, dando prioridad a los actores que se detallan a continuación.

2.1.3 Mapeo de Actores

La identificación de los posibles actores que tienen alguna afectación directa e indirecta en la ejecución del proyecto se muestra en la siguiente figura. Para representarlos, se creó un diagrama con círculos concéntricos, donde en el centro la Psicóloga Karen Solís. Los actores con impacto directo en el proyecto, como creadores de contenido, ocuparon el círculo más cercano a la Psicóloga. En el segundo círculo se ubicaron los actores del micro entorno, como los desarrolladores de IA y docentes, mientras que los del macro entorno ocuparon el tercer círculo que tienen un impacto indirecto para este proyecto.

2.1.4 Elaboración de Matriz de Ideas

Tras el mapeo de actores, se resumieron las ideas clave en una matriz de dos ejes (importancia y dificultad), se dividió así las ideas en cuatro cuadrantes y se eligió algunas ideas del cuadrante de menor dificultad y alta importancia; y otras ideas del cuadrante de mayor dificultad y alta importancia para el proyecto.

2.2. Análisis de Observación

La observación como método de investigación implica la atenta contemplación de individuos, fenómenos, eventos, casos, objetos, acciones o situaciones con el propósito de recopilar información específica y esencial para el desarrollo de una investigación.

(Castellanos, 2017). En este proyecto, se empleó el análisis de observación con el propósito de identificar los cuellos de botella que pueden existir en la creación de contenido, mediante el diagnóstico de métricas a distintos creadores; para ello, se realizaron las siguientes actividades que se detallan a continuación.

2.2.1. Selección de Participantes

Para el comienzo de esta metodología, se seleccionó a los participantes a ser observados; para ello, se los dividió en dos grupos esenciales: el primero serán creadores de contenidos que utilicen Inteligencia Artificial, y el segundo serán creadores de contenidos que no utilicen Inteligencia Artificial.

2.2.2. Identificar Métricas

A continuación de la selección de participantes, se definió las variables independientes y las dependientes que se usaron para análisis de la observación con cada uno de los participantes.

2.2.3. Observación

Una vez identificadas las métricas y los participantes, se realizaron las observaciones directas de los participantes mientras utilizan las redes sociales, se registran sus interacciones, tiempos de respuesta, reacciones emocionales, etc; basado en las métricas previamente identificadas.

2.2.4. Resultados de la Observación

Para obtener los resultados de la observación y determinar los cuellos de botella que surgen durante la creación de contenido, se utilizaron herramientas estadísticas o métodos cualitativos para analizar los datos recopilados.

2.3. Análisis Comparativo

La metodología de análisis comparativo constituye un enfoque de investigación que facilita la recopilación y examen de datos mediante la comparación de dos o más informaciones. Este recurso se emplea en diversos ámbitos científicos, siendo adaptable tanto a investigaciones cualitativas como cuantitativas, y posibilita el análisis de una amplia gama de fenómenos. (Tesis y Másters, 2023). En esta investigación, se recurrió al análisis comparativo sobre las diferentes IAs con la finalidad de poder determinar cuál de estas genera un mayor beneficio al cliente en la utilización eficiente de sus recursos.

2.3.1. Identificar Alternativas

Se identificó alternativas de IAs para compararlas sobre cuál de ellas da un mayor beneficio en el desarrollo de discursos e ideas de contenido; y otras IAs en la creación de imágenes y de diseño.

2.3.2. Identificar las características más importantes

Se identificó las características más importantes para ambos tipos de IAs que sea más accesible para los emprendedores y que ejecuten con eficiencia la función de cada una de ellas.

2.3.3. Elaborar la matriz de decisiones

Una vez que se identificó las características más importantes y las alternativas de Inteligencia Artificial, se procedió a realizar la matriz de decisiones, es una estructura cuadrículada que te permite evaluar diversas alternativas, teniendo en consideración aspectos significativos, para los dos perfiles de IAs, como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1

Formato de matriz de decisiones

	Característica1	Característica2	Característica3	Total
IA1				
IA2				
IA3				

2.3.4. Calificar la matriz

Para empezar a calificar las características de cada Inteligencia Artificial, primero se determinó una escala del 1 al 5, siendo 1 la peor opción y 5 la mejor opción. Además, a cada una de las características, de acuerdo a la relevancia que los actores del proyecto percibieron, se le asignó una ponderación dentro de una escala del 1 al 10.

2.3.5. Resultado de la matriz

Para obtener los resultados de la matriz y determinar cuál Inteligencia Artificial genera mayor beneficio, se realizó el cálculo correspondiente de cada opción de IA con su calificación multiplicándolo con la ponderación que se le dio a cada característica; y se procedió a realizar la suma de cada uno de esos cálculos, y así quien obtenga un valor total mayor es la IA que beneficia en mayor medida a los emprendedores.

2.4. Análisis de Costos

Con el objetivo de analizar la factibilidad económica de la propuesta, se llevó a cabo un análisis de costos, que incluyó la obtención de cotizaciones de los posibles planes mensuales, que otorgan las IAs seleccionadas del análisis comparativo. Además, se realizó una proyección de ingresos para un período de 6 meses, basado en los ingresos promedios de meses anteriores, para así determinar la inversión en términos de dichos ingresos.

2.5. Diseño de Portafolio

Adhiriendo a la metodología del design thinking y los demás análisis, se realizó indispensablemente el portafolio, donde se busca presentar las mejores IAs con sus respectivos presupuestos; para así, el gestor pueda elegir entre las opciones la que más le convenga, dicho portafolio se diseñó su correspondiente validación.

2.5.1. Validación de Portafolio

Después de crear el portafolio, se llevó a cabo su validación con diversas personas previamente identificadas en el mapa de actores. Se realizaron los ajustes según las correcciones proporcionadas por estos actores en cada fase de la validación, utilizando la matriz de resultados como herramienta.

CAPITULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

3.1. Design Thinking

3.1.1. Identificación de actores

Como resultado en la identificación de actores, se ubicó en la siguiente tabla a los actores que participan directa e indirectamente en este proyecto y su nivel de interés.

Tabla 2

Actores involucrados en el proyecto

Actores Involucrados
<ul style="list-style-type: none">• Creadores de Contenido• Docentes sobre IA• Desarrolladores de IA• Competencia• Clientes• Maestros• Ministerio de Educación• Ministerio de Salud Pública

3.1.2. Entrevistas

En la siguiente etapa se realizó entrevistas semiestructuradas, las cuales puede observarlas en el apéndice D, de exploración con los actores previamente identificados, a continuación, se muestra en la siguiente la tabla los actores entrevistados.

Tabla 3

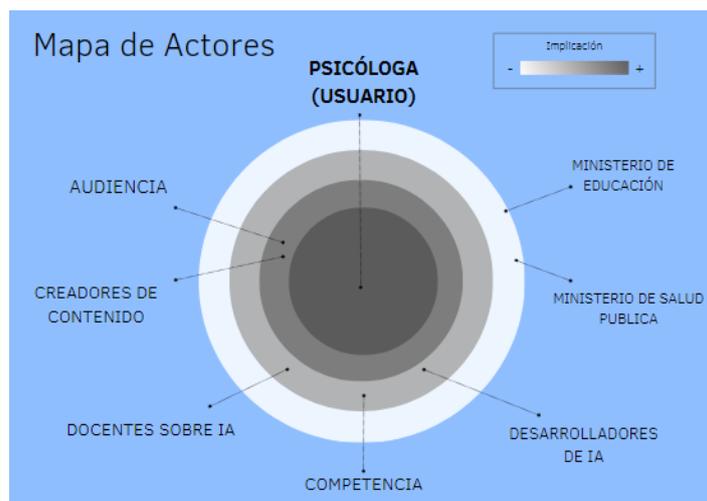
Actores involucrados en el proyecto que fueron entrevistados

Número de Personas	Actores
3	Creadores de Contenido
2	Competencia
2	Emprendedores
1	Creador de IA

3.1.3 Mapeo de Actores

En la identificación de los posibles actores se obtuvo los siguientes resultados que se observan en la siguiente figura, los cuales tienen alguna afectación directa e indirecta en la ejecución del proyecto. Para representarlos, se creó un diagrama con círculos concéntricos, donde en el centro la Psicóloga Karen Solís. Los actores con impacto directo en el proyecto, como creadores de contenido, ocuparon el círculo más cercano a la Psicóloga. En el segundo círculo se ubicaron los actores del micro entorno, como los desarrolladores de IA y docentes, mientras que los del macro entorno ocuparon el tercer círculo que tienen un impacto indirecto para este proyecto.

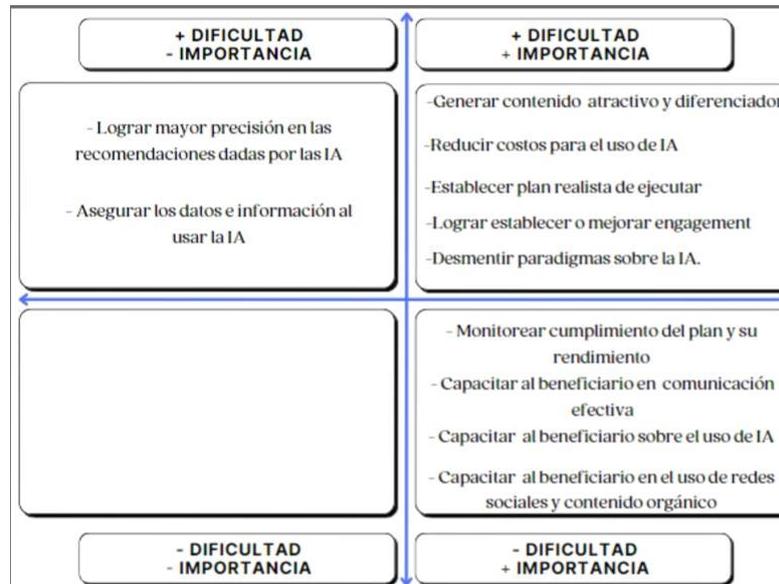
Figura 1
Mapa de actores involucrados en el proyecto



3.1.4 Elaboración de Matriz de Dificultad/Importancia

Como último resultado en el design thinking, se obtuvo la matriz de dificultad/importancia, como se puede observar en la siguiente figura

Figura 2
Matriz de Dificultad/Importancia



3.2. Análisis de Observación

Se continuó con el desarrollo del análisis de observación, en el cual se detectaron distintos cuellos de botella, detallados en tiempos estimados, durante el proceso de creación de contenido que los emprendedores tienen, como por ejemplo:

- **Creación de Idea:** Sin IA se estima una duración de 1 hora; mientras que, con IA una duración aproximada de 10 minutos.
- **Contenido hablado:** En este cuello de botella se identificó que sin la ayuda de IA duraría 1 hora; por su parte, con IA 30 minutos.
- **Contenido visual:** Se observó que para la realización de contenido visual sin IA sería aproximadamente de 1 día; mientras que, con IA duraría 30 minutos.
- **Posteo (hashtags):** Para el posteo, se analizó que sin IA existiría una duración de 1 hora; por su parte, con IA 20 minutos.

3.3. Análisis Comparativo

3.3.1. Identificar Alternativas

En la identificación de alternativas, se obtuvo como resultado de IAs lo que se muestra en la siguiente tabla para su comparación.

Tabla 4

Inteligencias Artificiales sobre desarrollo de ideas

IAs
<ul style="list-style-type: none">• ChatGPT-3• Kuki• Claude• Google Bard• Poe

Tabla 5

Inteligencias Artificiales sobre la creación de imágenes

IAs
<ul style="list-style-type: none">• Canva• Crello• Snappa• Desygner• Fotor

3.3.2. Identificar las características más importantes

Como resultado en la identificación de las características más importantes para ambos tipos de IAs se muestra en las siguientes tablas.

Tabla 6

Características a analizar de las Inteligencias Artificiales sobre desarrollo de ideas

IA
<ul style="list-style-type: none">• Facilidad de Uso• Personalización• Transparencia y Explicabilidad• Rentabilidad• Facilidad de Integración

Tabla 7

Características a analizar de las Inteligencias Artificiales sobre creación de imágenes

IA
<ul style="list-style-type: none">• Facilidad de Uso• Personalización• Herramientas de Edición• Rentabilidad• Facilidad de Integración

3.3.3. Elaborar la matriz de decisiones

A continuación, se realizó la matriz de decisiones, para evaluar a los dos perfiles de IAs.

Tabla 8

Formato de matriz de decisiones

	Facilidad de Uso	Personalización	Transparencia / Explicabilidad	Rentabilidad	Facilidad de Entrenamiento	Total
ChatGPT-3						
Kuki						
Claude						
Google						
Bard						
Poe						

Tabla 9

Formato de matriz de decisiones

	Facilidad de Uso	Personalización	Herramientas de Edición	Rentabilidad	Facilidad de Entrenamiento	Total
Canva						
Crello						
Snappa						
Desygner						
Fotor						

3.3.4. Calificar la matriz

Durante la calificación de la matriz, se obtuvo los siguientes resultados, detallados en las siguientes tablas.

Tabla 10

Matriz de decisiones calificada

	Facilidad de Uso 8	Personalización 9	Transparencia / Explicabilidad 6	Rentabilidad 10	Facilidad de Entrenamiento 7
ChatGPT-3	10	9	9	9	8
Kuki	9.5	3	5	10	4
Claude	8	6	9	9	10
Google Bard	7	8	10	10	10
Poe	9	9	8	9	8

Tabla 11

Matriz de decisiones calificada

	Facilidad de Uso 8	Personalización 9	Herramientas de Edición 7	Rentabilidad 10	Facilidad de Entrenamiento 6
Canva	10	9	10	8	9
Crello	9	8	9	7	8
Snappa	7	8	6	7	8
Desygner	8	6	8	6	7
Fotor	9	8	7	9	8

3.3.5. Resultado de la matriz

Los resultados de la matriz se obtuvieron luego de calcular los valores de cada IAs, lo cual se muestra en las siguientes tablas.

Tabla 12

Matriz de decisiones calificada

		CARACTERÍSTICAS					TOTAL
		Facilidad de Uso	Personalización	Transparencia / Explicabilidad	Rentabilidad	Facilidad de Entrenamiento	
		8	9	6	10	7	
IAs	ChatGPT-3	10	9	9	9	8	361
	Kuki	9.5	3	5	10	4	261
	Claude	8	6	9	9	10	332
	Google Bard	7	8	10	10	10	358
	Poe	9	9	8	9	8	347

Tabla 13

Matriz de decisiones calificada de IAs de creación de contenido

		CARACTERÍSTICAS					TOTAL
		Facilidad de Uso	Personalización	Herramientas de Edición	Rentabilidad	Facilidad de Entrenamiento	
		8	9	7	10	6	
IAs	Canva	10	9	10	8	9	365
	Crello	9	8	9	7	8	325
	Snappa	7	8	6	7	8	288
	Desygner	8	6	8	6	7	276
	Fotor	9	8	7	9	8	331

Por lo tanto, se obtuvo como resultado en el análisis comparativo, que la mejor opción de IA sobre el desarrollo de ideas es ChatGPT-3; y por su parte, la mejor herramienta para creación de contenido para redes sociales es Canva, ambas obtuvieron la mayor calificación sobre el análisis de las distintas características de comparación.

3.4. Análisis de Costos

Los resultados del estudio del análisis de costos que se obtuvieron tanto la cotización de las suscripciones mensuales y la proyección de los primeros seis meses se reflejan en la siguiente tabla que se muestra.

Tabla 14
Análisis de Costos

	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
INGRESOS							
Ingresos por escuela Hilarte		\$ 403,13	\$ 403,13	\$ 403,13	\$ 403,13	\$ 403,13	\$ 403,13
Ingresos por refuerzo pedagógico		\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 250,00	\$ 260,00	\$ 270,00	\$ 270,00
Total de Ingresos		\$ 613,13	\$ 613,13	\$ 653,13	\$ 663,13	\$ 673,13	\$ 673,13
EGRESOS							
Costos Variables		\$ -25,00	\$ -27,00	\$ -31,00	\$ -29,00	\$ -26,00	\$ -28,00
Costos Fijos		\$ -30,00	\$ -30,00	\$ -30,00	\$ -30,00	\$ -30,00	\$ -30,00
Total de Egresos		\$ -55,00	\$ -57,00	\$ -61,00	\$ -59,00	\$ -56,00	\$ -58,00
RESULTADOS							
Inversión							
Suscripción mensual ChatGPT-4	\$ -20,00	\$ -20,00	\$ -20,00	\$ -20,00	\$ -20,00	\$ -20,00	\$ -20,00
Suscripción mensual Canva	\$ -4,59	\$ -4,59	\$ -4,59	\$ -4,59	\$ -4,59	\$ -4,59	\$ -4,59
Total de Inversión	\$ -24,59	\$ -24,59	\$ -24,59	\$ -24,59	\$ -24,59	\$ -24,59	\$ -24,59
	\$ -24,59	\$ 533,54	\$ 531,54	\$ 567,54	\$ 579,54	\$ 592,54	\$ 590,54

La propuesta destaca con proyecciones positivas de ganancias desde el primer año, teniendo en cuenta que la inversión necesaria es baja, siendo el 4% aproximadamente del total de sus ingresos proyectados.

3.5. Diseño de Prototipo

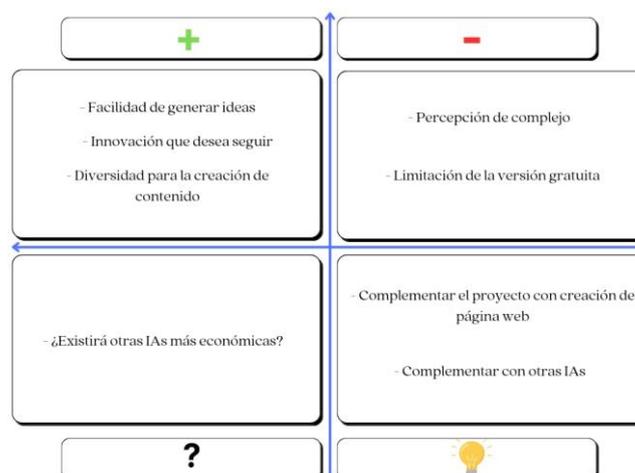
El diseño del prototipo consistió en el desarrollo de un portafolio, el cual fue desarrollado a través de una de las herramientas que recomendamos en este proyecto, Canva, donde se muestra las mejores herramientas de IA escogidas, las cuales fueron: ChatGPT como la IA para el desarrollo de ideas, script; y Canva para el desarrollo de imágenes, vídeos y contenido en general.

Este portafolio muestra la opción gratuita y de suscripción de ambas opciones, y adicional un formato de script o guía para la creación de contenido para redes sociales, para que así pueda mejorar su marca profesional, el portafolio lo puede observar en el apéndice A.

3.5.1. Validación de Prototipo

Se hizo la validación del portafolio con 10 de los principales actores del proyecto, a través de unas fichas, mismas que puede observar en el apéndice B, donde se le preguntó a los actores recomendaciones y observaciones generales sobre el portafolio, basado en dichas fichas, se realizó una matriz de feedback, en la cual se anotaron las devoluciones más relevantes de dicha validación, como se muestra en la siguiente figura.

Figura 3
Matriz Feedback



CAPITULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

1. La psicóloga Karen Solís puede lograr mejorar su marca profesional, por ende, captar más clientes, al usar Inteligencia Artificial para crear contenido para sus redes sociales, simultáneamente que reduce el uso de recursos como el tiempo.
2. Las mejores opciones para la creación de contenido son ChatGPT y Canva, las cuales se complementan perfectamente, la primera te ayuda con ideas, descripciones para las publicaciones; mientras que la segunda, te ayuda con la creación del contenido, ya sea imágenes, vídeos y demás.
3. Durante la creación de contenido se detectaron 4 cuellos de botella importantes: Creación de idea, contenido hablado, contenido visual y finalmente el posteo.
4. Los resultados del análisis de costos determinaron que, si se escoge la opción de suscripción, este sería aproximadamente el 4% del total de los ingresos proyectados.
5. Se descubrió que existe ciertos paradigmas en el uso de Inteligencia Artificial, ya que se cree que al usarlos se pierde la esencia de uno mismo y se “robotiza” el contenido.

4.2. Recomendaciones

1. Complementar este proyecto con una investigación de mercado, para poder determinar el potencial mercado que puede llegar a cubrir sus demandas.
2. Se recomienda realizar un análisis de costos, a quienes tomen nuestra guía sobre la creación de contenido, para que así tengan mayor claridad sobre los costos que realicen y como estos afectarían a sus ingresos.

APÉNDICE A
Prototipo



ELEVA TU PRESENCIA: CREA CONTENIDO
CON IA



FREE RIDE
**Social Media
Boost**

¿MÁS IDEAS, MAS RÁPIDO?

¿FACIL PENSAR, FACIL HACER?

chat GPT

Inteligencia Artificial

¿IMPACTO VISUAL?

Canva

ESTAR EN TODOS LADOS

Tik Tok
Instagram
Facebook

COMPRAR YA

¿PRECIO?

\$0 mensuales

PERFIL 5.0 Social Media Boost

¿MÁS IDEAS, MAS RÁPIDO?

Inteligencia Artificial

¿FACIL PENSAR, FACIL HACER?

chat GPT

¿IMPACTO VISUAL?

Canva

ESTAR EN TODOS LADOS

Tik Tok
Instagram
Facebook

COMPRAR YA

¿PRECIO?

\$24,59 mensuales

VIRAL SCRIPT

redes sociales

1. Hola... HOOK



Comienza con una frase o pregunta intrigante que llame la atención. No olvides presentarte para crear lazos.

2. Tema central

Procura hablar de temas de tendencia, pero que representen algo importante para tu audiencia.



3. Conexión



Cuenta una anécdota que ayude a reflejar los sentimientos del oyente para crear un mensaje de impacto.

4. Visuales

Imágenes llamativas. cambios de enfoque y escena.



5. Sorpresas y acción



Recuerda dar giros sorpresas y llamadas a la acción, dar like, compartir. Utiliza hashtags relacionados y horas pico de publicación.

APÉNDICE B

Validación de prototipo

Introducción a la Investigación

Título del proyecto: Potenciar la marca profesional con inteligencia artificial

Objetivo de la investigación: Diseñar un portafolio de alternativas de uso de IA en el proceso estratégico de creación de contenido en redes sociales, mediante un análisis de tendencias del mercado para potenciar el posicionamiento de la marca profesional.

Descripción del Problema de la Investigación: Un gran desafío que presentan los emprendedores ecuatorianos, que prestan servicios profesionales, gira alrededor de desarrollar un flujo constante y coherente de contenido que impulse el posicionamiento de su marca, lo cual afecta en la capacidad de dichos emprendimientos en poder obtener nuevos clientes. Esto a menudo ocurre porque carecen parcial o completamente de los recursos necesarios para mantener una presencia constante en las redes sociales, como son los recursos humanos, financieros y de tiempo. Todo lo anteriormente mencionado se ha convertido en un reto para los emprendedores, esa falta de visibilidad, que evidencian ellos en el sector comercial donde se desenvuelven, les provoca pérdidas de oportunidades.

Dicho esto, se trabajará con un cliente, la Psic. Karen Solís, quien tiene tres años de estar graduada y que, a lo largo de dichos años, ha adquirido experiencia brindando servicios de sesiones psicológicas y terapias psicopedagógicas con niños de primaria, este último siendo el mayor servicio que brinda y por ende el que más ingresos le genera. La Psicóloga se le ha dificultado mantener una presencia constante en redes sociales, y a su vez obtener una mayor cantidad de clientes; tomando en cuenta que es Instagram la red social que ella más usa para la difusión de su contenido de Marketing.

Metodología de la investigación: Se utilizó el método de Design thinking y un análisis de observación, para identificar las necesidades que tienen los profesionales; y, además, un análisis comparativo y de costos, para evaluar las mejores alternativas para el cliente.

Formulario de validación de instrumento de prototipo

JUAN ANDRES BARCO

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario	
<i>Razones por las cuales la considera apropiada</i>	Facilidad para generar ideas.
<i>Razones por las cuales lo percibe como no adecuado</i>	Parece complejo y caro.
<i>Surgió alguna duda</i>	Beneficios de versión de paga, que otra opción.
<i>Propuestas de mejora</i>	IAs gratis que hagan lo mismo.

Identificación del experto

Cargo	Creado de contenido musical
-------	-----------------------------

Agradecemos sinceramente su invaluable aporte en la validación de este prototipo.

Validación de prototipo

Introducción a la Investigación

Título del proyecto: Potenciar la marca profesional con inteligencia artificial

Objetivo de la investigación: Diseñar un portafolio de alternativas de uso de IA en el proceso estratégico de creación de contenido en redes sociales, mediante un análisis de tendencias del mercado para potenciar el posicionamiento de la marca profesional.

Descripción del Problema de la Investigación: Un gran desafío que presentan los emprendedores ecuatorianos, que prestan servicios profesionales, gira alrededor de desarrollar un flujo constante y coherente de contenido que impulse el posicionamiento de su marca, lo cual afecta en la capacidad de dichos emprendimientos en poder obtener nuevos clientes. Esto a menudo ocurre porque carecen parcial o completamente de los recursos necesarios para mantener una presencia constante en las redes sociales, como son los recursos humanos, financieros y de tiempo. Todo lo anteriormente mencionado se ha convertido en un reto para los emprendedores, esa falta de visibilidad, que evidencian ellos en el sector comercial donde se desenvuelven, les provoca pérdidas de oportunidades.

Dicho esto, se trabajará con un cliente, la Psic. Karen Solís, quien tiene tres años de estar graduada y que, a lo largo de dichos años, ha adquirido experiencia brindando servicios de sesiones psicológicas y terapias psicopedagógicas con niños de primaria, este último siendo el mayor servicio que brinda y por ende el que más ingresos le genera. La Psicóloga se le ha dificultado mantener una presencia constante en redes sociales, y a su vez obtener una mayor cantidad de clientes; tomando en cuenta que es Instagram la red social que ella más usa para la difusión de su contenido de Marketing.

Metodología de la investigación: Se utilizó el método de Design thinking y un análisis de observación, para identificar las necesidades que tienen los profesionales; y, además, un análisis comparativo y de costos, para evaluar las mejores alternativas para el cliente.

Formulario de validación de instrumento de prototipo

ELENA ANDREINA MURILLO ZAPATA

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
<i>Razones por las cuales la considera apropiada</i>	Diversidad de imágenes para generar.
<i>Razones por las cuales lo percibe como no adecuado</i>	Desea la versión de paga, pero no tiene dinero.
<i>Surgió alguna duda</i>	Alguna IA que sirva para video.
<i>Propuestas de mejora</i>	Le parece poco atractiva la cartilla, no explica mucho.

Identificación del experto

Cargo	Creadora de contenido de ropa y bisutería.
--------------	--

Agradecemos sinceramente su invaluable aporte en la validación de este prototipo.

Validación de prototipo

Introducción a la Investigación

Título del proyecto: Potenciar la marca profesional con inteligencia artificial

Objetivo de la investigación: Diseñar un portafolio de alternativas de uso de IA en el proceso estratégico de creación de contenido en redes sociales, mediante un análisis de tendencias del mercado para potenciar el posicionamiento de la marca profesional.

Descripción del Problema de la Investigación: Un gran desafío que presentan los emprendedores ecuatorianos, que prestan servicios profesionales, gira alrededor de desarrollar un flujo constante y coherente de contenido que impulse el posicionamiento de su marca, lo cual afecta en la capacidad de dichos emprendimientos en poder obtener nuevos clientes. Esto a menudo ocurre porque carecen parcial o completamente de los recursos necesarios para mantener una presencia constante en las redes sociales, como son los recursos humanos, financieros y de tiempo. Todo lo anteriormente mencionado se ha convertido en un reto para los emprendedores, esa falta de visibilidad, que evidencian ellos en el sector comercial donde se desenvuelven, les provoca pérdidas de oportunidades.

Dicho esto, se trabajará con un cliente, la Psic. Karen Solís, quien tiene tres años de estar graduada y que, a lo largo de dichos años, ha adquirido experiencia brindando servicios de sesiones psicológicas y terapias psicopedagógicas con niños de primaria, este último siendo el mayor servicio que brinda y por ende el que más ingresos le genera. La Psicóloga se le ha dificultado mantener una presencia constante en redes sociales, y a su vez obtener una mayor cantidad de clientes; tomando en cuenta que es Instagram la red social que ella más usa para la difusión de su contenido de Marketing.

Metodología de la investigación: Se utilizó el método de Design thinking y un análisis de observación, para identificar las necesidades que tienen los profesionales; y, además, un análisis comparativo y de costos, para evaluar las mejores alternativas para el cliente.

Formulario de validación de instrumento de prototipo

ARIANNA LIZBETH MURILLO ZAPATA

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
<i>Razones por las cuales la considera apropiada</i>	Considera que se le hará más fácil tener ideas para postear.
<i>Razones por las cuales lo percibe como no adecuado</i>	Le parece complicado.
<i>Surgió alguna duda</i>	IA gratuita para videos.
<i>Propuestas de mejora</i>	Precios más accesibles, mensuales.

Identificación del experto

Cargo	Creadora de contenido lifestyle.
-------	----------------------------------

Agradecemos sinceramente su invaluable aporte en la validación de este prototipo.

Validación de prototipo

Introducción a la Investigación

Título del proyecto: Potenciar la marca profesional con inteligencia artificial

Objetivo de la investigación: Diseñar un portafolio de alternativas de uso de IA en el proceso estratégico de creación de contenido en redes sociales, mediante un análisis de tendencias del mercado para potenciar el posicionamiento de la marca profesional.

Descripción del Problema de la Investigación: Un gran desafío que presentan los emprendedores ecuatorianos, que prestan servicios profesionales, gira alrededor de desarrollar un flujo constante y coherente de contenido que impulse el posicionamiento de su marca, lo cual afecta en la capacidad de dichos emprendimientos en poder obtener nuevos clientes. Esto a menudo ocurre porque carecen parcial o completamente de los recursos necesarios para mantener una presencia constante en las redes sociales, como son los recursos humanos, financieros y de tiempo. Todo lo anteriormente mencionado se ha convertido en un reto para los emprendedores, esa falta de visibilidad, que evidencian ellos en el sector comercial donde se desenvuelven, les provoca pérdidas de oportunidades.

Dicho esto, se trabajará con un cliente, la Psic. Karen Solís, quien tiene tres años de estar graduada y que, a lo largo de dichos años, ha adquirido experiencia brindando servicios de sesiones psicológicas y terapias psicopedagógicas con niños de primaria, este último siendo el mayor servicio que brinda y por ende el que más ingresos le genera. La Psicóloga se le ha dificultado mantener una presencia constante en redes sociales, y a su vez obtener una mayor cantidad de clientes; tomando en cuenta que es Instagram la red social que ella más usa para la difusión de su contenido de Marketing.

Metodología de la investigación: Se utilizó el método de Design thinking y un análisis de observación, para identificar las necesidades que tienen los profesionales; y, además, un análisis comparativo y de costos, para evaluar las mejores alternativas para el cliente.

Formulario de validación de instrumento de prototipo

JOSUE SUAREZ

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
<i>Razones por las cuales la considera apropiada</i>	Considera que será lo normal para crear contenido y desea ser pionero.
<i>Razones por las cuales lo percibe como no adecuado</i>	
<i>Surgió alguna duda</i>	Si hay IAs para crear tarjetas de negocios.
<i>Propuestas de mejora</i>	Completar áreas, tarjetas de negocios, páginas webs, edición y generación de videos.

Identificación del experto

Cargo	Creador de contenido de finanzas y negocios digitales.
--------------	--

Agradecemos sinceramente su invaluable aporte en la validación de este prototipo.

Validación de prototipo

Introducción a la Investigación

Título del proyecto: Potenciar la marca profesional con inteligencia artificial

Objetivo de la investigación: Diseñar un portafolio de alternativas de uso de IA en el proceso estratégico de creación de contenido en redes sociales, mediante un análisis de tendencias del mercado para potenciar el posicionamiento de la marca profesional.

Descripción del Problema de la Investigación: Un gran desafío que presentan los emprendedores ecuatorianos, que prestan servicios profesionales, gira alrededor de desarrollar un flujo constante y coherente de contenido que impulse el posicionamiento de su marca, lo cual afecta en la capacidad de dichos emprendimientos en poder obtener nuevos clientes. Esto a menudo ocurre porque carecen parcial o completamente de los recursos necesarios para mantener una presencia constante en las redes sociales, como son los recursos humanos, financieros y de tiempo. Todo lo anteriormente mencionado se ha convertido en un reto para los emprendedores, esa falta de visibilidad, que evidencian ellos en el sector comercial donde se desenvuelven, les provoca pérdidas de oportunidades.

Dicho esto, se trabajará con un cliente, la Psic. Karen Solís, quien tiene tres años de estar graduada y que, a lo largo de dichos años, ha adquirido experiencia brindando servicios de sesiones psicológicas y terapias psicopedagógicas con niños de primaria, este último siendo el mayor servicio que brinda y por ende el que más ingresos le genera. La Psicóloga se le ha dificultado mantener una presencia constante en redes sociales, y a su vez obtener una mayor cantidad de clientes; tomando en cuenta que es Instagram la red social que ella más usa para la difusión de su contenido de Marketing.

Metodología de la investigación: Se utilizó el método de Design thinking y un análisis de observación, para identificar las necesidades que tienen los profesionales; y, además, un análisis comparativo y de costos, para evaluar las mejores alternativas para el cliente.

Formulario de validación de instrumento de prototipo

FLAVIO MURILLO

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
<i>Razones por las cuales la considera apropiada</i>	Las ha utilizado con anterioridad y le ha ayudado.
<i>Razones por las cuales lo percibe como no adecuado</i>	No le gusta la limitación de la versión gratis.
<i>Surgió alguna duda</i>	IAs similares más económicas.
<i>Propuestas de mejora</i>	Utilizar midjourney.

Identificación del experto

Cargo	Creador de contenido de trading y crecimiento personal.
--------------	---

Agradecemos sinceramente su invaluable aporte en la validación de este prototipo.

Validación de prototipo

Introducción a la Investigación

Título del proyecto: Potenciar la marca profesional con inteligencia artificial

Objetivo de la investigación: Diseñar un portafolio de alternativas de uso de IA en el proceso estratégico de creación de contenido en redes sociales, mediante un análisis de tendencias del mercado para potenciar el posicionamiento de la marca profesional.

Descripción del Problema de la Investigación: Un gran desafío que presentan los emprendedores ecuatorianos, que prestan servicios profesionales, gira alrededor de desarrollar un flujo constante y coherente de contenido que impulse el posicionamiento de su marca, lo cual afecta en la capacidad de dichos emprendimientos en poder obtener nuevos clientes. Esto a menudo ocurre porque carecen parcial o completamente de los recursos necesarios para mantener una presencia constante en las redes sociales, como son los recursos humanos, financieros y de tiempo. Todo lo anteriormente mencionado se ha convertido en un reto para los emprendedores, esa falta de visibilidad, que evidencian ellos en el sector comercial donde se desenvuelven, les provoca pérdidas de oportunidades.

Dicho esto, se trabajará con un cliente, la Psic. Karen Solís, quien tiene tres años de estar graduada y que, a lo largo de dichos años, ha adquirido experiencia brindando servicios de sesiones psicológicas y terapias psicopedagógicas con niños de primaria, este último siendo el mayor servicio que brinda y por ende el que más ingresos le genera. La Psicóloga se le ha dificultado mantener una presencia constante en redes sociales, y a su vez obtener una mayor cantidad de clientes; tomando en cuenta que es Instagram la red social que ella más usa para la difusión de su contenido de Marketing.

Metodología de la investigación: Se utilizó el método de Design thinking y un análisis de observación, para identificar las necesidades que tienen los profesionales; y, además, un análisis comparativo y de costos, para evaluar las mejores alternativas para el cliente.

Formulario de validación de instrumento de prototipo

KAREN SOLIS

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
<i>Razones por las cuales la considera apropiada</i>	Me facilitará las cosas y me ahorrará mucho tiempo
<i>Razones por las cuales lo percibe como no adecuado</i>	No tengo
<i>Surgió alguna duda</i>	Ninguna
<i>Propuestas de mejora</i>	Está perfecto

Identificación del experto

Cargo	Psicóloga.
--------------	------------

Agradecemos sinceramente su invaluable aporte en la validación de este prototipo.

Validación de prototipo

Introducción a la Investigación

Título del proyecto: Potenciar la marca profesional con inteligencia artificial

Objetivo de la investigación: Diseñar un portafolio de alternativas de uso de IA en el proceso estratégico de creación de contenido en redes sociales, mediante un análisis de tendencias del mercado para potenciar el posicionamiento de la marca profesional.

Descripción del Problema de la Investigación: Un gran desafío que presentan los emprendedores ecuatorianos, que prestan servicios profesionales, gira alrededor de desarrollar un flujo constante y coherente de contenido que impulse el posicionamiento de su marca, lo cual afecta en la capacidad de dichos emprendimientos en poder obtener nuevos clientes. Esto a menudo ocurre porque carecen parcial o completamente de los recursos necesarios para mantener una presencia constante en las redes sociales, como son los recursos humanos, financieros y de tiempo. Todo lo anteriormente mencionado se ha convertido en un reto para los emprendedores, esa falta de visibilidad, que evidencian ellos en el sector comercial donde se desenvuelven, les provoca pérdidas de oportunidades.

Dicho esto, se trabajará con un cliente, la Psic. Karen Solís, quien tiene tres años de estar graduada y que, a lo largo de dichos años, ha adquirido experiencia brindando servicios de sesiones psicológicas y terapias psicopedagógicas con niños de primaria, este último siendo el mayor servicio que brinda y por ende el que más ingresos le genera. La Psicóloga se le ha dificultado mantener una presencia constante en redes sociales, y a su vez obtener una mayor cantidad de clientes; tomando en cuenta que es Instagram la red social que ella más usa para la difusión de su contenido de Marketing.

Metodología de la investigación: Se utilizó el método de Design thinking y un análisis de observación, para identificar las necesidades que tienen los profesionales; y, además, un análisis comparativo y de costos, para evaluar las mejores alternativas para el cliente.

Formulario de validación de instrumento de prototipo

MARÍA LORENA YAGUAL CEDEÑO

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
<i>Razones por las cuales la considera apropiada</i>	Puede tener más ideas para Instagram.
<i>Razones por las cuales lo percibe como no adecuado</i>	Le parece difícil.
<i>Surgió alguna duda</i>	Valor mensual.
<i>Propuestas de mejora</i>	

Identificación del experto

Cargo	Creadora de contenido de cosméticos.
--------------	--------------------------------------

Agradecemos sinceramente su invaluable aporte en la validación de este prototipo.

Validación de prototipo

Introducción a la Investigación

Título del proyecto: Potenciar la marca profesional con inteligencia artificial

Objetivo de la investigación: Diseñar un portafolio de alternativas de uso de IA en el proceso estratégico de creación de contenido en redes sociales, mediante un análisis de tendencias del mercado para potenciar el posicionamiento de la marca profesional.

Descripción del Problema de la Investigación: Un gran desafío que presentan los emprendedores ecuatorianos, que prestan servicios profesionales, gira alrededor de desarrollar un flujo constante y coherente de contenido que impulse el posicionamiento de su marca, lo cual afecta en la capacidad de dichos emprendimientos en poder obtener nuevos clientes. Esto a menudo ocurre porque carecen parcial o completamente de los recursos necesarios para mantener una presencia constante en las redes sociales, como son los recursos humanos, financieros y de tiempo. Todo lo anteriormente mencionado se ha convertido en un reto para los emprendedores, esa falta de visibilidad, que evidencian ellos en el sector comercial donde se desenvuelven, les provoca pérdidas de oportunidades.

Dicho esto, se trabajará con un cliente, la Psic. Karen Solís, quien tiene tres años de estar graduada y que, a lo largo de dichos años, ha adquirido experiencia brindando servicios de sesiones psicológicas y terapias psicopedagógicas con niños de primaria, este último siendo el mayor servicio que brinda y por ende el que más ingresos le genera. La Psicóloga se le ha dificultado mantener una presencia constante en redes sociales, y a su vez obtener una mayor cantidad de clientes; tomando en cuenta que es Instagram la red social que ella más usa para la difusión de su contenido de Marketing.

Metodología de la investigación: Se utilizó el método de Design thinking y un análisis de observación, para identificar las necesidades que tienen los profesionales; y, además, un análisis comparativo y de costos, para evaluar las mejores alternativas para el cliente.

Formulario de validación de instrumento de prototipo

DRUBBER SANCHEZ

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
<i>Razones por las cuales la considera apropiada</i>	Considera es mucho más rápido y fácil.
<i>Razones por las cuales lo percibe como no adecuado</i>	Chat gpt es impreciso.
<i>Surgió alguna duda</i>	
<i>Propuestas de mejora</i>	Utiliza IAs más precisas, aunque sean más caras.

Identificación del experto

Cargo	Desarrollador de software.
--------------	----------------------------

Agradecemos sinceramente su invaluable aporte en la validación de este prototipo.

Validación de prototipo

Introducción a la Investigación

Título del proyecto: Potenciar la marca profesional con inteligencia artificial

Objetivo de la investigación: Diseñar un portafolio de alternativas de uso de IA en el proceso estratégico de creación de contenido en redes sociales, mediante un análisis de tendencias del mercado para potenciar el posicionamiento de la marca profesional.

Descripción del Problema de la Investigación: Un gran desafío que presentan los emprendedores ecuatorianos, que prestan servicios profesionales, gira alrededor de desarrollar un flujo constante y coherente de contenido que impulse el posicionamiento de su marca, lo cual afecta en la capacidad de dichos emprendimientos en poder obtener nuevos clientes. Esto a menudo ocurre porque carecen parcial o completamente de los recursos necesarios para mantener una presencia constante en las redes sociales, como son los recursos humanos, financieros y de tiempo. Todo lo anteriormente mencionado se ha convertido en un reto para los emprendedores, esa falta de visibilidad, que evidencian ellos en el sector comercial donde se desenvuelven, les provoca pérdidas de oportunidades.

Dicho esto, se trabajará con un cliente, la Psic. Karen Solís, quien tiene tres años de estar graduada y que, a lo largo de dichos años, ha adquirido experiencia brindando servicios de sesiones psicológicas y terapias psicopedagógicas con niños de primaria, este último siendo el mayor servicio que brinda y por ende el que más ingresos le genera. La Psicóloga se le ha dificultado mantener una presencia constante en redes sociales, y a su vez obtener una mayor cantidad de clientes; tomando en cuenta que es Instagram la red social que ella más usa para la difusión de su contenido de Marketing.

Metodología de la investigación: Se utilizó el método de Design thinking y un análisis de observación, para identificar las necesidades que tienen los profesionales; y, además, un análisis comparativo y de costos, para evaluar las mejores alternativas para el cliente.

Formulario de validación de instrumento de prototipo

JUAN CARLOS MARTINEZ

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
<i>Razones por las cuales la considera apropiada</i>	Emprendedor, usa IAs para videos.
<i>Razones por las cuales lo percibe como no adecuado</i>	Muchas limitaciones de versión gratuita.
<i>Surgió alguna duda</i>	
<i>Propuestas de mejora</i>	Cartilla más llamativa.

Identificación del experto

Cargo	Emprendedor
--------------	-------------

Agradecemos sinceramente su invaluable aporte en la validación de este prototipo.

Validación de prototipo

Introducción a la Investigación

Título del proyecto: Potenciar la marca profesional con inteligencia artificial

Objetivo de la investigación: Diseñar un portafolio de alternativas de uso de IA en el proceso estratégico de creación de contenido en redes sociales, mediante un análisis de tendencias del mercado para potenciar el posicionamiento de la marca profesional.

Descripción del Problema de la Investigación: Un gran desafío que presentan los emprendedores ecuatorianos, que prestan servicios profesionales, gira alrededor de desarrollar un flujo constante y coherente de contenido que impulse el posicionamiento de su marca, lo cual afecta en la capacidad de dichos emprendimientos en poder obtener nuevos clientes. Esto a menudo ocurre porque carecen parcial o completamente de los recursos necesarios para mantener una presencia constante en las redes sociales, como son los recursos humanos, financieros y de tiempo. Todo lo anteriormente mencionado se ha convertido en un reto para los emprendedores, esa falta de visibilidad, que evidencian ellos en el sector comercial donde se desenvuelven, les provoca pérdidas de oportunidades.

Dicho esto, se trabajará con un cliente, la Psic. Karen Solís, quien tiene tres años de estar graduada y que, a lo largo de dichos años, ha adquirido experiencia brindando servicios de sesiones psicológicas y terapias psicopedagógicas con niños de primaria, este último siendo el mayor servicio que brinda y por ende el que más ingresos le genera. La Psicóloga se le ha dificultado mantener una presencia constante en redes sociales, y a su vez obtener una mayor cantidad de clientes; tomando en cuenta que es Instagram la red social que ella más usa para la difusión de su contenido de Marketing.

Metodología de la investigación: Se utilizó el método de Design thinking y un análisis de observación, para identificar las necesidades que tienen los profesionales; y, además, un análisis comparativo y de costos, para evaluar las mejores alternativas para el cliente.

Formulario de validación de instrumento de prototipo

GUILLERMO GARCIA

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
<i>Razones por las cuales la considera apropiada</i>	Emprendedor, pequeña experiencia con IAs para videos.
<i>Razones por las cuales lo percibe como no adecuado</i>	Muchas limitaciones.
<i>Surgió alguna duda</i>	
<i>Propuestas de mejora</i>	Cartilla pobre.

Identificación del experto

Cargo	Emprendedor
--------------	-------------

Agradecemos sinceramente su invaluable aporte en la validación de este prototipo.

Validación de prototipo

Introducción a la Investigación

Título del proyecto: Potenciar la marca profesional con inteligencia artificial

Objetivo de la investigación: Diseñar un portafolio de alternativas de uso de IA en el proceso estratégico de creación de contenido en redes sociales, mediante un análisis de tendencias del mercado para potenciar el posicionamiento de la marca profesional.

Descripción del Problema de la Investigación: Un gran desafío que presentan los emprendedores ecuatorianos, que prestan servicios profesionales, gira alrededor de desarrollar un flujo constante y coherente de contenido que impulse el posicionamiento de su marca, lo cual afecta en la capacidad de dichos emprendimientos en poder obtener nuevos clientes. Esto a menudo ocurre porque carecen parcial o completamente de los recursos necesarios para mantener una presencia constante en las redes sociales, como son los recursos humanos, financieros y de tiempo. Todo lo anteriormente mencionado se ha convertido en un reto para los emprendedores, esa falta de visibilidad, que evidencian ellos en el sector comercial donde se desenvuelven, les provoca pérdidas de oportunidades.

Dicho esto, se trabajará con un cliente, la Psic. Karen Solís, quien tiene tres años de estar graduada y que, a lo largo de dichos años, ha adquirido experiencia brindando servicios de sesiones psicológicas y terapias psicopedagógicas con niños de primaria, este último siendo el mayor servicio que brinda y por ende el que más ingresos le genera. La Psicóloga se le ha dificultado mantener una presencia constante en redes sociales, y a su vez obtener una mayor cantidad de clientes; tomando en cuenta que es Instagram la red social que ella más usa para la difusión de su contenido de Marketing.

Metodología de la investigación: Se utilizó el método de Design thinking y un análisis de observación, para identificar las necesidades que tienen los profesionales; y, además, un análisis comparativo y de costos, para evaluar las mejores alternativas para el cliente.

Formulario de validación de instrumento de prototipo

GUILLERMO GARCIA

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
<i>Razones por las cuales la considera apropiada</i>	Emprendedor, emplea midjourney.
<i>Razones por las cuales lo percibe como no adecuado</i>	Considera midjourney mejor que canva.
<i>Surgió alguna duda</i>	Emplear midjourney.
<i>Propuestas de mejora</i>	

Identificación del experto

Cargo	Diseñador gráfico.
--------------	---------------------------

Agradecemos sinceramente su invaluable aporte en la validación de este prototipo.

APÉNDICE C

Guía de entrevistas

Formato de Preguntas para Entrevista a los Actores

Introducción: Saludo. Presentación de la propuesta.

1. ¿Cuánto tiempo lleva creando contenido?
2. ¿Sobre qué área o tema se encuentra creando contenido?
3. En algún momento, cuando ha creado contenido para redes sociales, ¿ha usado alguna inteligencia artificial? Si su respuesta es sí, continuar hasta la pregunta 6 y finalizar la entrevista, caso contrario saltarse hasta la pregunta 7 y concluir en la pregunta 14.
4. ¿Ha escuchado de alguna Inteligencia Artificial que ayude en la creación de contenido?
¿Cuál?
5. ¿Cuáles cree que serían algunos de los beneficios que podría tener usted si usara alguna Inteligencia Artificial para crear contenido?
6. ¿Cuáles son los motivos por el cual no ha usado alguna Inteligencia Artificial para crear contenido?
7. ¿Cuánto tiempo lleva creando contenido?
8. ¿Sobre qué área o tema se encuentra creando contenido?
9. En algún momento, cuando ha creado contenido para redes sociales, ¿ha usado alguna inteligencia artificial?
10. ¿Cuáles han sido las inteligencias artificiales que ha usado para la creación de contenido?
11. ¿Cuáles cree que han sido los mayores beneficios de usar inteligencia artificial para crear contenido?
12. ¿Cuáles cree que han sido las mayores dificultades para usar inteligencia artificial para crear contenido?

13. Cree necesario adquirir algún tipo de versión premium en las Inteligencias Artificiales, si es así, ¿de cuánto cree que sería un presupuesto óptimo para adquirirlas, o es suficiente con la versión gratuita?
14. Sugiera algún tip para alguien que quiere iniciar en crear contenido con la ayuda de Inteligencia Artificial.

APÉNDICE D

Tabla Resumen de Entrevistas

PREGUNTAS A CREADORES DE CONTENIDOS								
Cuál es su nombre y apellido?	Sobre qué área o tema se encuentra creando contenido?	Cuánto tiempo lleva creando contenido?	En algún momento cuando ha creado contenido para redes sociales ha usado alguna inteligencia artificial?	Cuáles han sido las inteligencias artificiales que ha usado para la creación de contenido?	Cuáles cree que han sido los mayores beneficios de usar inteligencia artificial para crear contenido?	Cuáles cree que han sido las mayores dificultades para usar inteligencia artificial para crear contenido?	Cree necesario adquirir algún tipo de versión premium en las Inteligencias Artificiales, si es así de cuánto cree que sería un presupuesto óptimo para adquirirlas, o es suficiente con la versión gratuita?	Sugiera algún tip para alguien que quiere iniciar en crear contenido con la ayuda de Inteligencia Artificial.
Carolina Guzmán Marcillo	Marketing, educación, marcas personales, e industriales	9 años	Sí	Chatgpt, Bing, perplexity, la de adobe (no sé el nombre)	Ideas, corrección de gramática y ortografía, creación de nuevos captions	Al ser versiones gratuitas, cuando se satura da la misma respuesta, pese a que se le da varios prompts diferentes	Las que he usado son gratuitas y me han Sido muy útiles. Si tendría que pagar mi presupuesto sería 10 mensuales	Sé muy claro con lo que quieres lograr, mientras más preciso sea el prompt, mejor será el resultado
Cuál es su nombre y apellido?	Sobre qué área o tema se encuentra creando contenido?	Cuánto tiempo lleva creando contenido?	En algún momento cuando ha creado contenido para redes sociales ha usado alguna inteligencia artificial?	Ha escuchado de alguna Inteligencia Artificial que ayude en la creación de contenido?Cuál?	¿Cuáles cree que serían algunos de los beneficios que podría tener usted si usara alguna Inteligencia Artificial para crear contenido?	Cuáles son los motivos por el cual no ha usado alguna Inteligencia Artificial para crear contenido?		
Danna Villamar	Diferenciado para marcas	8 años	No	Chat gpt	Más creatividad	No me gusta		
Cuál es su nombre y apellido?	Sobre qué área o tema se encuentra creando contenido?	Cuánto tiempo lleva creando contenido?	En algún momento cuando ha creado contenido para redes sociales ha usado alguna inteligencia artificial?	Ha escuchado de alguna Inteligencia Artificial que ayude en la creación de contenido?Cuál?	¿Cuáles cree que serían algunos de los beneficios que podría tener usted si usara alguna Inteligencia Artificial para crear contenido?	Cuáles son los motivos por el cual no ha usado alguna Inteligencia Artificial para crear contenido?		
Joseline Jijón	Publicidad de comida, postres, dulces	3 años	No	Canva	Que no me esforzaría haciendo todo	La falta de dinero para acceder a premium		

PREGUNTAS A COMPETENCIA						
Cuál es su nombre y apellido?	Cuánto tiempo lleva creando contenido?	Sobre qué área o tema se encuentra creando contenido?	En algún momento cuando ha creado contenido para redes sociales ha usado alguna inteligencia artificial?	Ha escuchado de alguna Inteligencia Artificial que ayude en la creación de contenido? Cuál?	¿Cuáles cree que serían algunos de los beneficios que podría tener usted si usara alguna Inteligencia Artificial para crear contenido?	Cuáles son los motivos por el cual no ha usado alguna Inteligencia Artificial para crear contenido?
Belén Sucre	4 a 5 años	Psicología	No	No	Creería q ninguno.	Me parece que mi contenido se volvería impersonal y eso no me gusta.

BIBLIOGRAFÍA

- APD.* (29 de Julio de 2021). Obtenido de <https://www.apd.es/el-gran-impacto-de-la-inteligencia-artificial-en-las-empresas/>
- BBVA.* (28 de Septiembre de 2023). Obtenido de <https://www.bbva.com/es/innovacion/inteligencia-artificial-para-emprendedores-usos-para-las-startups/>
- Calidoscopi Consultoria.* (23 de Febrero de 2022). Obtenido de <https://calidoscopiconsultoria.com/como-hacer-un-mapeo-de-actores/>
- Castellanos, L. (2 de Marzo de 2017). *Metodología de la Investigación.* Obtenido de <https://lcmetodologiainvestigacion.wordpress.com/2017/03/02/tecnica-de-observacion/>
- Cornieles, P. (23 de Enero de 2019). *IA Latam.* Obtenido de <https://ia-latam.com/2019/01/23/el-impacto-de-la-inteligencia-artificial-en-el-emprendimiento/>
- Elternativa.* (2023). Obtenido de <https://www.eltarnativa.com/historia-inteligencia-artificial/>
- Fundación Aragón Emprende.* (2021). Obtenido de <https://aragonemprende.com/como-deben-los-emprendedores-aprovechar-la-inteligencia-artificial/>
- Ganascia, J.-G. (2021). *UNESCO.* Obtenido de <https://es.unesco.org/courier/2018-3/inteligencia-artificial-mito-y-realidad>
- García, G. (7 de Julio de 2023). *The Food Tech.* Obtenido de <https://thefoodtech.com/marketing/destaca-el-impacto-de-la-inteligencia-artificial-en-las-empresas/>
- Izquierdo, E. (22 de Mayo de 2019). *Next Educación.* Obtenido de <https://www.nexteducacion.com/noticias/la-inteligencia-artificial-una-herramienta-para-potenciar-el-emprendimiento/>
- La Hora.* (10 de Abril de 2023). Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/loja/como-deben-aprovechar-los-emprendedores-la-inteligencia-artificial/>
- Mesa, E. (17 de Agosto de 2023). *El Economista.* Obtenido de <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/La-Inteligencia-Artificial-puede-impulsar-el-emprendimiento-y-la-formalizacion-de-las-mipymes-Cepal-20230816-0111.html>
- Tesis y Másters.* (2023). Obtenido de <https://tesisymasters.com.co/analisis-comparativo/>