



Revista Micaela

ISSN: 2955-8646 (en línea) / 2709-8990 (impresa)
Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac
Vice Rectorado de Investigación – Perú

Vol. 5 Num. 1 (2024) - Publicado: 20/10/24
<https://doi.org/10.57166/micaela.v5.n1.2024>
Páginas: 50- 57
Recibido 01/10/2024 ; Aceptado 20/10/2024

<https://doi.org/10.57166/micaela.v5.n1.2024.139>

Autores:

1. **ORCID iD** <https://orcid.org/0009-0009-2550-2123>
Luisa Nahiely Villarroel-Franco, está en el Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Abancay – PE 191243@unamba.edu.pe.
2. **ORCID iD** <https://orcid.org/0000-0002-5205-3660>
Ecler Mamani-Vilca, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Abancay – PE eclervirtual@unamba.edu.pe

La inteligencia artificial en el marketing digital

Artificial Intelligence in Digital Marketing

Luisa Nahiely Villarroel-Franco¹ y Ecler Mamani-Vilca²

Resumen. Este análisis evaluó diversas herramientas de inteligencia artificial para SEO, análisis predictivo y generación de contenido en marketing digital. Diib destacó como una opción gratuita y útil para principiantes en SEO, mientras que Surfer SEO, aunque costosa, ofrece funciones avanzadas de optimización. En análisis predictivo, SAP Analytics Cloud y Amazon QuickSight se destacaron por su integración de datos y facilidad de uso. Tableau recibió la mayor recomendación por su capacidad de visualización avanzada. En la generación de contenido, herramientas como ChatGPT, Canva y Copy.ai fueron altamente valoradas por su facilidad de uso, eficiencia y accesibilidad. Las conclusiones resaltan la importancia de la accesibilidad para pequeñas empresas, la efectividad de herramientas como Tableau y la necesidad de más investigaciones sobre el impacto real de la IA en marketing.

Palabras Clave: Inteligencia Artificial, Marketing Digital.

Abstract. This analysis evaluated various artificial intelligence tools for SEO, predictive analysis and content generation in digital marketing.

Diib stood out as a free and useful option for SEO beginners, while Surfer SEO, although expensive, offers advanced optimization features. In predictive analytics, SAP Analytics Cloud and Amazon QuickSight stood out for their data integration and ease of use. Tableau received the highest recommendation for its advanced visualization capabilities. In content generation, tools such as ChatGPT, Canva and Copy.ai were highly rated for their ease of use, efficiency and accessibility. The findings highlight the importance of accessibility for small businesses, the effectiveness of tools like Tableau, and the need for more research into the real impact of AI in marketing.

Keywords: Artificial Intelligence. Digital Marketing.

1 Introducción

La globalización es un fenómeno impulsado por el avance de diversas tecnologías que han permitido la interconexión a nivel mundial, conectando personas y mercados en cualquier rincón del planeta. Al mismo tiempo, estas tecnologías han evolucionado rápidamente [1], las capacidades de la inteligencia artificial (IA) tienen un impacto significativo en el área del marketing digital, ofreciendo ahorrar tiempo y mejorar la eficiencia en múltiples procesos de esta disciplina [2]. La integración de la inteligencia artificial en el marketing digital ofrece numerosas ventajas, como la capacidad de analizar grandes volúmenes de datos rápidamente, lo que permite agilizar y automatizar tareas clave [3]. Estas incluyen la búsqueda y optimización de palabras clave para contenidos, la generación de imágenes personalizadas para anuncios, la redacción automática de descripciones de productos, el envío optimizado de boletines, la creación de contenido para redes sociales y la identificación de influencers adecuados. Además, la IA facilita el análisis predictivo basado en datos históricos para anticipar el comportamiento futuro de los clientes. Aunque sigue requiriendo intervención humana para obtener resultados óptimos [4]. A pesar de los beneficios potenciales de la IA en el marketing digital, muchos expertos señalan que la efectividad de la IA depende de la calidad de los datos y la capacidad de las empresas para implementarla de manera efectiva. Por tal sentido se planteó las interrogantes, ¿Qué herramientas de IA son las más económicas para SEO?

¿Qué herramientas de inteligencia artificial se destacan en el análisis predictivo? ¿Cuáles son las herramientas de inteligencia artificial valoradas por diseño atractivo en la generación de contenido?

La investigación es relevante porque aborda la necesidad de comprender el uso de la inteligencia artificial en el marketing digital, en un contexto de rápida evolución tecnológica. Al profundizar en esta tecnología, las empresas pueden aprovecharla estratégicamente para optimizar la efectividad de sus contenidos y aumentar la productividad, lo que les permitirá enfrentar los desafíos del entorno digital actual con mayor eficacia. Como antecedentes conceptuales, se destaca que la inteligencia artificial (IA) ha sido empleada en el marketing digital por más de una década. Sin embargo, en los últimos años, su adopción ha crecido significativamente gracias a los avances en tecnologías como el aprendizaje automático y el procesamiento de lenguaje natural. Según los autores Viteri, Herrera y Bazurto, la inteligencia artificial y el marketing digital están transformando la interacción entre usuarios y dispositivos, impactando significativamente a quienes trabajan con internet. El marketing digital se basa en estrategias Pull, donde el usuario elige el contenido, lo que lo hace más efectivo y compartible en redes sociales. Las tecnologías, el comercio electrónico y las redes sociales han revolucionado este campo, permitiendo a las empresas entender y atender mejor al consumidor. La cercanía con el cliente, junto con el uso estratégico de herramientas digitales, mejora la productividad, satisfacción del cliente y conexión con los públicos, siendo clave para el crecimiento empresarial [5]. Por otro lado, Murillo y Vizuet describe a la inteligencia artificial como clave en el marketing 5.0, ya que maneja grandes volúmenes de datos para generar soluciones óptimas a través de análisis predictivos, reduciendo la incertidumbre y optimizando la toma de decisiones. Al aplicar algoritmos matemáticos y probabilísticos, la IA permite crear modelos de mercados potenciales, ahorrando tiempo y recursos. Además, facilita la creación de contenidos personalizados mediante el análisis de escenarios, lo que contribuye a la eficiencia en estrategias de marketing [6]. Numerosos estudios han investigado el impacto de la IA en la eficacia del marketing digital. Según Bedoya, en un informe de *Econsultancy* revela que el 71% de las empresas afirma que la rápida evolución del marketing digital [7]. Hernández, Carreño, Arias y Galindo señalan que en un estudio de Deloitte (2020), el 63% de los ejecutivos encuestados considera que la inteligencia artificial es un tema importante para sus organizaciones. Además, la Encuesta Global de McKinsey sobre inteligencia artificial revela que únicamente el 20% de las empresas encuestadas implementan esta tecnología en alguna área de su negocio [8].

- 1.1 La inteligencia artificial.** La inteligencia artificial (IA), es un software diseñado para replicar el pensamiento humano, empleándose a diario en sistemas informáticos en áreas como el aprendizaje automático, el análisis de datos, la automatización y el procesamiento de grandes volúmenes de información [9].
- 1.2 El marketing digital.** Se define como la utilización de canales digitales para promocionar productos o servicios, con el objetivo principal de satisfacer las necesidades de los clientes en un entorno competitivo [10].
- 1.3 La inteligencia artificial aplicada en el marketing digital.** En este contexto, el **marketing digital basado en IA** se refiere al uso de soluciones de inteligencia artificial por parte de las empresas para personalizar contenido, mejorar la interacción con los clientes y obtener información procesable, con el fin de generar resultados comerciales positivos. [9]. A continuación, se presentan algunas de las capacidades más destacadas de la inteligencia artificial en el marketing digital.

A continuación describiremos algunas Herramientas de SEO Basadas en IA:

Tabla 1. Comparación de las IA en SEO

Herramienta	Características	Precio
Surfer SEO	Asistente de términos, gestión del crecimiento de IA, análisis de puntuación de contenido	Esencial: \$99/mes (rebajado a \$79/mes) • Optimiza hasta 30 artículos al mes. • Genera 5 artículos con IA. • Hasta 5 compañeros de equipo. Escala: \$219/mes (rebajado a \$175/mes) • Optimiza hasta 100 artículos al mes. • Genera 20 artículos con IA. • Hasta 10 compañeros de equipo. Empresa: Precio personalizado. • Funciones avanzadas, soporte prioritario, límites personalizados.

MarketBrew	Pruebas A/B, CRM SEO Teams, herramienta Radar Plot	25 dólares por rastreo o 200 dólares por modelo de motor de búsqueda
KeywordInsights	Descubrimiento de palabras clave, información de clústeres accionable, análisis de intenciones	Planes Anuales: • Ensayo: \$1 (Prueba de 4 días) • Básico: \$552/año (ahorro de \$144) • Profesional: \$1,392/año (ahorro de \$348) • Premium: \$2,868/año (ahorro de \$720) • Empresa: Plan personalizado a medida. Paga sobre la marcha: • Precio: \$7.99 por 1,000 créditos.

Fuente. Tutoriales Hostinger [11]

Nota: Se evaluaron otras herramientas de inteligencia artificial enfocadas en SEO, como Surfer SEO, MarketBrew, KeywordInsights, Frase, SE Ranking, GrowthBar, NEURONwriter, Serpstat, Outranking y Diib, cada una con diferentes características que se adaptan a diversas necesidades y presupuestos en la optimización de motores de búsqueda.

1.4 La inteligencia artificial aplicada al análisis predictivo. Es un método de análisis de datos que permite anticipar eventos futuros [12] y ofrecerle el contenido, producto o servicio que necesita incluso antes de que lo busque [2]. Una de las aplicaciones más conocidas es el buscador de Google y Gmail con su herramienta Smart Compose. Con esta última, podemos observar cómo nos ayuda a corregir errores en la redacción de correos electrónicos y nos sugiere cómo terminar frases.

Otros ejemplos de empresas que aplican la Inteligencia Artificial para el análisis predictivo son:

Tabla 2. Comparación entre las IA de análisis predictivo (14/10/2024)

Nombre	Características	Precios
SAP Analytics Cloud	• Integración con soluciones SAP • Planificación predictiva • Visualización de datos • Contenido predefinido	• SAP Analytics Cloud for Business Intelligence (Public System Option): USD 396.00 por usuario/año. • SAP Analytics Cloud for Planning (Professional Edition): USD 14,100.00 por usuario/año. • SAP Analytics Cloud for Planning (Standard Edition): USD 1,200.00 por bloque de 10 usuarios/año.
Amazon QuickSight	• Escalabilidad en la nube • Modelo de precios por sesión • Apps móviles para iOS y Android • Compatibilidad con consultas en lenguaje natural	• Autor: 24 USD por usuario/mes (18 USD con compromiso anual). • Autor Pro: 50 USD por usuario/mes. • Lector: 3 USD por usuario/mes. • Lector Pro: 20 USD por usuario/mes. • Capacidad de Lector: Desde 250 USD para 500 sesiones al mes.
Tableau	• Amplias opciones de visualización • Adecuado para usuarios técnicos y no técnicos • Proceso sencillo de modelado predictivo • Paneles en tiempo real • Colaboración avanzada	• Enterprise Creator: 115 USD por usuario/mes (facturado anualmente). • Enterprise Explorer: 70 USD por usuario/mes (facturado anualmente). • Enterprise Viewer: 35 USD por usuario/mes (facturado anualmente).

Fuente. ClickUp [13]

1.5 La inteligencia artificial en la generación de contenido. Microsoft ha liderado esta carrera, aprovechando su inversión en OpenAI [14] desde 2019 y lanzando su herramienta de IA, Copilot. En respuesta, Google presentó un video en su canal de Google Workspace, donde explica cómo está implementando la IA en su suite de aplicaciones de gestión empresarial [2]. En el ámbito del marketing, hay una serie de aplicaciones de IA diseñadas para la generación de contenido.

Tabla 3. Comparaciones de las IA para la creación de contenido

Nombre	Características	Precios
ChatGPT.	• Genera contenido fluido y persuasivo para anuncios, correos y descripciones de productos.	• Versión gratuita con funcionalidades limitadas.

	• Ofrece ideas originales y enfoques creativos para estrategias de marketing. • Inspiración y nuevas perspectivas para los especialistas en marketing.	• Versión Pro (ChatGPT-4): Incluye mejoras y capacidades avanzadas, disponible por \$20/mes.
Mónica	• Proporciona sugerencias de mejora en tiempo real, mejorando la claridad y corrección del texto. • Ofrece recomendaciones de palabras clave para optimizar el contenido para SEO. • Permite gestionar y organizar contenido, fragmentos y notas, facilitando proyectos extensos.	• Versión gratuita con 30 consultas diarias. • Plan mensual: \$24.9/mes sin descuento y Plan anual: \$199 después de 3 días de prueba.
Canva	• Usa IA para ofrecer sugerencias inteligentes de colores, fuentes e imágenes. • Función de eliminación automática de fondos para simplificar la edición de imágenes. • Amplia biblioteca de plantillas prediseñadas, adaptable a cualquier estilo o marca.	• Gratuito: Incluye acceso a la mayoría de las funciones y plantillas. • Canva Pro: \$12.99/mes

Fuente. La caja company [15]

Nota: También se analizaron otras herramientas de inteligencia artificial para la generación de contenido, como Lumen5, Copy.ai, Adobe Sensei, MarketMuse, Artlist, Acrolinx, INK Editor, Simplified y Quillbot, las cuales ofrecen diversas funcionalidades y niveles de accesibilidad para optimizar la creación de contenido en marketing digital.

2 Método

La metodología de esta investigación se basa en la recopilación de información de fuentes académicas y científicas especializadas, asegurando la validez y confiabilidad de los datos. Para las fuentes de información se utilizaron las siguientes plataformas y repositorios académicos: Google Académico, Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato, estudios académicos sobre la implementación de IA en marketing. Además, se consultaron las siguientes fuentes comerciales y prácticas para obtener ejemplos aplicados sobre el uso de IA en el marketing: Hayas Marketing, la Caja Company: Datos y ejemplos sobre estrategias de marketing digital basadas en inteligencia artificial y clickUp contenido relacionado con la optimización de flujos de trabajo y productividad, incluyendo el uso de IA en marketing.

3 Resultados

Como respuesta a la primera interrogante, las herramientas de inteligencia artificial con precios accesibles para SEO son:

Tabla 4. Cuadro comparativo de herramientas IA para SEO

Herramienta	Facilidad de Uso	Funciones SEO	Precio (dólares)	Valoración
Surfer SEO	Alta	Avanzadas	79 hasta 219	5 (★★★★★)
MarketBrew	Media	Avanzadas	25 hasta 200	4 (★★★★)
KeywordInsights	Alta	Básicas	58 hasta 2868	3 (★★★)
Frase	Alta	Moderadas	45 hasta 115	4 (★★★★)
SE Ranking	Alta	Completa	52 hasta 207.20	5 (★★★★★)
GrowthBar	Alta	Básicas	36 hasta 149	3 (★★★)
NEURONwriter	Alta	Moderadas	23 hasta 117	4 (★★★★)
Serpstat	Media	Completa	59 hasta 4920	5 (★★★★★)
Outranking	Media	Moderadas	19 hasta 159	3 (★★★)
Diib	Alta	Básicas	0 hasta 14.99	3 (★★★)

Nota: En el rubro de precios, las herramientas varían según los niveles ofrecidos, como básico, profesional, premium y empresa, permitiendo a los usuarios elegir la opción que mejor se ajuste a sus necesidades y presupuesto.

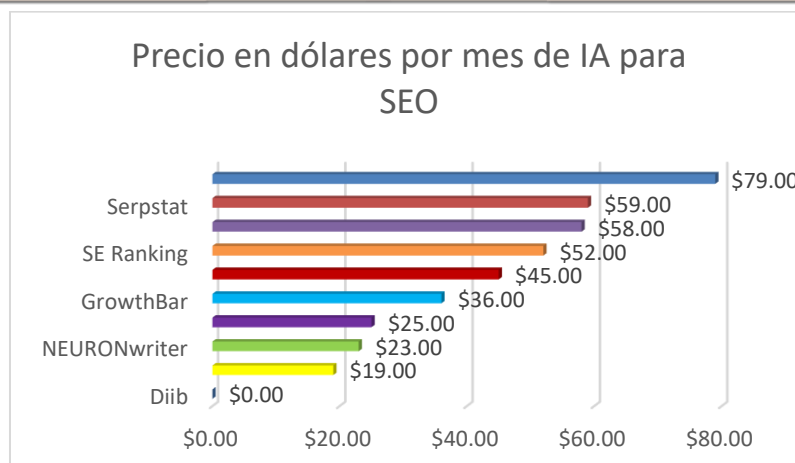


Figura 1. Gráfico de acuerdo al precio en dólares por mes de IA para SEO

Entre las opciones, Diib se destaca por su Plan Gratuito (\$0/mes), que ofrece herramientas básicas como alertas diarias, monitoreo limitado de sitios web, análisis de palabras clave y vínculos de retroceso, siendo ideal para principiantes o pequeñas empresas que buscan mejorar su SEO sin costo. En contraste, Surfer SEO se posiciona como la opción más costosa a \$79/mes, justificando su precio con avanzadas funcionalidades de optimización de contenido que ofrecen un alto valor para usuarios que buscan maximizar su estrategia SEO.

En respuesta a la segunda interrogante, las herramientas de inteligencia artificial que se destacan en el análisis predictivo incluyen:

Tabla 5. Cuadro comparativo de herramientas IA para el análisis predictivo

Herramienta	Facilidad de Uso	Funciones de Análisis	Precio (dólares)	Valoración
SAP Analytics Cloud	Moderada	Avanzadas	31.5	4 (★ ★ ★ ★)
Amazon QuickSight	Fácil	Buenas	18	4 (★ ★ ★ ★)
Tableau	Fácil	Avanzadas	0	5 (★ ★ ★ ★ ★)

Nota: Se tomó en cuenta la valoración según su desempeño, utilizando la siguiente escala: Muy bueno (5) y Bueno (4).

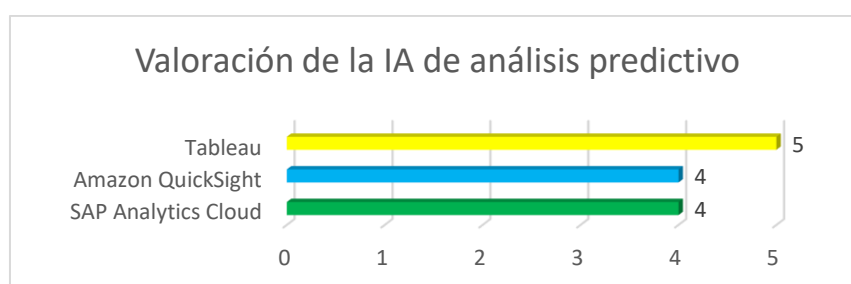


Figura 2. Cuadro de valoración de la IA para análisis predictivo

SAP Analytics Cloud ofrece funciones avanzadas de análisis, permitiendo simulaciones complejas y una excelente integración con diversas fuentes de datos. Aunque su costo es moderado, se recomienda con una calificación de 4 por su robustez en análisis predictivo. Amazon QuickSight es fácil de usar, con buenas capacidades de análisis y visualización. Su diseño intuitivo permite generar informes de manera rápida y eficiente, siendo ideal para quienes buscan simplicidad y efectividad. Recibe también una recomendación de 4, destacándose en análisis predictivos sin una curva de aprendizaje elevada. Finalmente, Tableau sobresale por su facilidad de uso y potentes herramientas de análisis y visualización. Sus visualizaciones interactivas y dashboards facilitan la interpretación de datos, con una sólida integración y un costo moderado, alcanzando una recomendación de 5 como una de las mejores opciones en el mercado.

En respuesta de la tercera pregunta, las herramientas de inteligencia artificial valoradas por su facilidad de uso en la generación de contenido son:

Tabla 6. Cuadro comparativo de IA para la generación de contenido

Herramienta	Facilidad de Uso	Funciones Principales	Precio	Valoración
ChatGPT	Fácil	Generación de contenido conversacional e IA avanzada	0 hasta 20	5 (★★★★★)
Mónica	Moderada	Gestión de relaciones personales	0 hasta 199	4 (★★★★)
Wordsmith	Fácil	Generación automática de textos	0	4 (★★★★)
Canva	Muy fácil	Diseño gráfico y visualización	0 hasta 12.99	5 (★★★★★)
Lumen5	Muy fácil	Creación de videos a partir de texto	0 hasta 19	4 (★★★★)
Copy.ai	Fácil	Generación de contenido de marketing	0 hasta 45	5 (★★★★★)
Adobe Sensei	Moderada	IA para automatización creativa	19.66 hasta 424.76	4 (★★★★)
MarketMuse	Moderada	Optimización de contenido basado en IA	0 hasta 5499	4 (★★★★)
Artlist	Fácil	Banco de música y recursos audiovisuales	9.99 hasta 16.60	5 (★★★★★)
Acrolinx	Compleja	Optimización de tono y estilo de contenido	25000 euros	4 (★★★★)
INK Editor	Fácil	Optimización SEO y generación de contenido	39 hasta 99	4 (★★★★)
Simplified	Muy fácil	Diseño gráfico y contenido de marketing	10 hasta 35	5 (★★★★★)
Quillbot	Muy fácil	Reescritura y simplificación de textos	9.95 hasta 49.95	5 (★★★★★)

Nota: Para esta evaluación, se consideró su facilidad de uso, utilizando la siguiente escala: Muy fácil (4), fácil (3), moderada (2) y compleja (1).

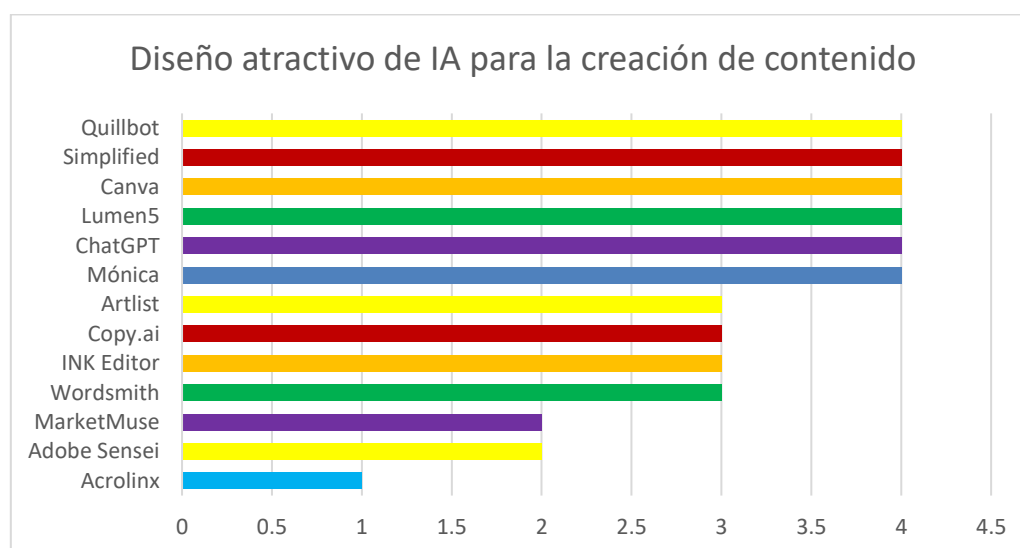


Figura 3. Valoración por su facilidad de uso IA para la creación de contenido

En el ámbito de la generación de contenido, varias herramientas de inteligencia artificial se destacaron por su facilidad de uso y efectividad. ChatGPT es altamente recomendada por su capacidad para generar contenido conversacional, ofreciendo una interfaz intuitiva y funciones avanzadas de IA, lo que le otorga una puntuación de 5. Canva, conocida por su simplicidad, permite a los usuarios crear diseños gráficos y visualizaciones de manera accesible, destacándose por su integración con otras herramientas, también recibiendo una recomendación de 5. Copy.ai facilita la creación de contenido de marketing con facilidad, obteniendo una puntuación de 5 por su accesibilidad y eficacia. Quillbot, especializada en la reescritura y simplificación de textos, se presenta como una opción muy fácil de usar, alcanzando una recomendación de 5. Finalmente, Simplified combina diseño gráfico y contenido de marketing, siendo igualmente accesible y fácil de utilizar, lo que le confiere una puntuación de 5. Estas herramientas, al ser accesibles y eficientes, son ideales para aquellos que buscan optimizar su proceso de generación de contenido.

Nota: La información, valoraciones y precios presentados en este artículo son válidos hasta la fecha de publicación. Pueden estar sujetos a cambios posteriores.

4 Conclusiones

- El análisis de las herramientas de inteligencia artificial para SEO, análisis predictivo y generación de contenido revela una diversidad en funcionalidad y precios. Herramientas como Diib, que son completamente gratuitas, se presentan como alternativas viables para pequeñas empresas o principiantes, a pesar de su limitada funcionalidad. En contraste, Surfer SEO, aunque es la más costosa, justifica su precio a través de avanzadas capacidades de optimización que pueden ofrecer un alto retorno de inversión.
- La tendencia observada en el uso de herramientas de IA asequibles y fáciles de usar se alinea con estudios previos que destacan la importancia de la accesibilidad en la tecnología para maximizar la adopción entre pequeñas empresas. Herramientas como ChatGPT y Canva, que obtuvieron la puntuación más alta en facilidad de uso, muestran cómo la simplicidad en la interfaz puede ser un factor decisivo en la elección de herramientas.
- Si bien se identificaron herramientas efectivas en el análisis predictivo como Tableau y SAP Analytics Cloud, la efectividad de cada herramienta puede depender del contexto específico del negocio y de sus necesidades particulares. Se sugiere realizar investigaciones adicionales para determinar cómo diferentes industrias pueden beneficiarse de estas herramientas.
- Una limitación notable de este análisis es que se centró únicamente en ciertas herramientas sin explorar a fondo el impacto real de su implementación en las estrategias de marketing. También se debe considerar que las puntuaciones de recomendación son subjetivas y pueden variar según la experiencia del usuario.
- Este estudio refuerza la noción de que la inteligencia artificial se está convirtiendo en una parte integral del marketing digital. Las herramientas analizadas no solo optimizan el SEO y el análisis predictivo, sino que también mejoran la generación de contenido, lo que sugiere que la integración de la IA puede transformar cómo las empresas interactúan con sus clientes.

En conclusión, la inteligencia artificial ofrece una variedad de herramientas que pueden mejorar significativamente la eficiencia y efectividad de las estrategias de marketing digital. La elección de la herramienta adecuada dependerá del costo, la facilidad de uso y la funcionalidad necesaria para cada negocio.

5 Biografías

- Luisa Nahiely Villarroel Franco, Escuela Académico Profesional de Ingeniería Informática y Sistemas de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac (UNAMBA), Perú. Su enfoque principal de investigación está en la implementación de soluciones basadas en inteligencia artificial.
- Ecler Mamani-Vilca, Dr. en Ciencias de la Computación, docente investigador y también del curso de trabajo de investigación y otras relacionadas a la investigación.

Referencias

- [1] C. R. Mackay Castro, I. L. Muñoz Feraud, E. L. Medrano Freire y R. A. Mackay Véliz, «La inteligencia artificial como nueva alternativa para el marketing,» 18 08 2023. [En línea]. Available: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwimpqmqsumIAxVPIbkGHSw5IvIQFnoECCgQAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F9177329.pdf&usq=AOvVaw1bBxJxtmpsIprkVW6fKfI2&opi=89978449>. [Último acceso: 29 09 2024].
- [2] R. Reyero, «La Inteligencia Artificial (IA) y su aplicación en Marketing,» Agencia y Consultoría de Marketing Digital y Gestión de Clientes, 30 04 2024. [En línea]. Available: <https://hayasmarketing.com/es/la-inteligencia-artificial-ia-y-su-aplicacion-en-marketing/>. [Último acceso: 29 09 2024].
- [3] F. G. Zúñiga Vásquez, D. A. Mora Poveda y D. P. Molina Mora, «La importancia de la inteligencia artificial en las comunicaciones en los procesos marketing,» 12 06 2023. [En línea]. Available: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9146084>. [Último acceso: 15 10 2024].
- [4] J. P. Micaletto-Belda, D. Polo Serrano y P. Martín-Ramallal, «La inteligencia artificial y su papel en la evolución del marketing digital y la publicidad,» Semrush Blog, 2023. [En línea]. Available: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9216079>. [Último acceso: 29 09 2024].
- [5] F. E. Viteri Luque, L. A. Herrera Lozano y A. F. Bazurto Quiroz, «Importancia de las Técnicas del Marketing Digital,» *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, vol. 2, n° 1, p. 21, 2018. <https://doi.org/10.23857/pc.v2i1.449>

- [6] A. D. Murillo Andrade y J. M. Vizuite Muñoz, «El impacto de la ia en el marketing de contenidos dentro del contexto del marketing 5.0,» 17 11 2023. [En línea]. Available: <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/3311>. [Último acceso: 30 09 2024].
- [7] J. D. Bedoya Gonzáles, «Impacto del marketing digital en el desarrollo de empresas emergentes: La nueva era,» 14 06 20223. [En línea]. Available: <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/3491>. [Último acceso: 30 09 2024].
- [8] C. A. Hernández Mesa, N. Stella Carreño, C. E. Angel Arias y F. A. Galindo Castro , «Estudio sobre el uso de modelos de IA aplicados a procesos de marketing digital: el caso de tres agencias colombianas.,» [En línea]. Available: <http://mentesalacarta.s3.amazonaws.com/articulos/claudia-alicia-hernandez-mesa-articulo-estudio-sobre-el-uso-de-modelos-de-ia-aplicados-a-procesos-de-marketing-digital:-el-caso-de-tres-agencias-colombianas-6725.pdf>. [Último acceso: 30 09 2024].
- [9] E. E. Cajamarca Altamirano, «Herramientas de marketing digital potenciadas por inteligencia,» Sprint, diciembre 2023. [En línea]. Available: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9698314>. [Último acceso: 30 09 2024].
- [10] C. E. Paredes Lescano y G. A. Quinde Paucar, «Aplicaciones de la inteligencia artificial en marketing digital: Estudio de viabilidad en la Zona 3,» 08 2020. [En línea]. Available: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31487#:~:text=El%20objetivo%20de%20esta%20investigaci%C3%B3n%20pretende%20identificar%20la,o%20no%20a%20las%20estrategias%20de%20marketing%20digital..> [Último acceso: 30 09 2024].
- [11] R. Weisheim, «Las 10 mejores herramientas de inteligencia artificial para SEO en 2024,» Tutoriales Hostinger, 14 08 2023. [En línea]. Available: <https://www.hostinger.es/tutoriales/inteligencia-artificial-seo>. [Último acceso: 03 10 2024].
- [12] A. Ríos Rocha, «Márketing 5.0, inteligencia artificial y análisis predictivo en el sector de la moda,» Universidade da Coruña, 06 2023. [En línea]. Available: <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/34569>. [Último acceso: 03 10 24].
- [13] Clickup.com, «Los 10 mejores programas de análisis predictivo para tomar decisiones basadas en datos,» Clickup.com, 2024. [En línea]. Available: <https://clickup.com/es-ES/blog/126781/software-de-analisis-predictivo>. [Último acceso: 03 10 2024].
- [14] A. Giménez Morera y A. Ortega Giménez, «DERECHO, ECONOMÍA Y EMPRESA: CUESTIONES PRÁCTICAS,» 2023. [En línea]. Available: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9161828>. [Último acceso: 2024 10 15].
- [15] G. Guerra, «Las 10 mejores herramientas de inteligencia artificial para crear contenido,» La Caja Company - Agencia de Marketing Digital, 25 05 2023. [En línea]. Available: <https://lajaja.company/blog/las-10-mejores-herramientas-de-inteligencia-artificial-para-crear-contenido/>. [Último acceso: 03 10 2024].