




Módulo 2. Impulsa tu producto digital con IA



Desbloquea el potencial de la IA para el crecimiento de tu presencia *online*

En este módulo aprenderás cómo construir una presencia en línea sólida y potenciarla mediante el uso de inteligencia artificial. Se profundizará en la aplicación de la IA para el desarrollo de creatividades, diseños, textos y otros elementos clave que conforman una estrategia digital completa.

Además, conocerás herramientas que permiten analizar el comportamiento de los usuarios y generar reportes útiles para tomar decisiones basadas en datos.

-  1. Empodera tu producto digital con IA
-  2. IA para creación de contenidos
-  3. Tu logo y tu identidad de marca con IA

☰ 4. IA para customer success

☰ 5. IA para análisis predictivo

☰ Referencias

1. Empodera tu producto digital con IA

Infinitos productos digitales

Imagina tener la oportunidad de producir fotos o videos para tu producto digital con un presupuesto ilimitado. ¿Qué harías?

Piensa en lo más extravagante, lujoso o costoso que se te ocurra. ¿Quieres mostrar tu producto flotando en el mar con un yate de fondo? ¿O prefieres ubicarlo en la luna y tomar una foto como si estuviera en el espacio?

¿Cómo se realizaban estas producciones en el pasado? Probablemente, requerían presupuestos millonarios, grandes equipos de producción, trabajo intensivo de posproducción y efectos especiales. Esto las hacía inaccesibles para marcas pequeñas o emprendimientos.

Hoy, en la era de la inteligencia artificial, este tipo de contenido se ha vuelto mucho más accesible. Existen múltiples herramientas que permiten generar imágenes y

videos de alta calidad desde cualquier dispositivo, a bajo costo y sin necesidad de producciones complejas.

Tomemos como ejemplo una sesión de fotos del Cybertruck de Tesla. Si se realizara de forma tradicional, implicaría:

- preparación y alquiler de la locación;
- elementos escenográficos;
- transporte del equipo;
- personal técnico y artístico.

Ahora compáralo con el costo considerablemente menor de producir imágenes similares utilizando inteligencia artificial.

La inteligencia artificial permite ahorrar tiempo y reducir costos, ya que elimina la necesidad de sesiones presenciales, montajes complejos y desafíos logísticos.

Figura 1. Imágenes creadas con inteligencia artificial



Fuente: Forbes, 2025, <https://goo.su/RGcio>

La producción audiovisual es solo uno de los ámbitos en los que la inteligencia artificial puede ayudarte a desarrollar productos digitales. Sin embargo, sus aplicaciones van mucho más allá.

A continuación, se presentan algunas de las formas en las que la IA puede contribuir en este proceso:



IA: ¿cómo utilizarla para potenciar tu producto digital?

A continuación profundizaremos en **tres ejes fundamentales** sobre los cuales la IA nos puede ayudar a potenciar productos digitales.

Figura 2. Ejes de aplicación de la inteligencia artificial para potenciar productos digitales



Fuente: elaboración propia.

¡Comencemos!

CONTINUAR

2. IA para creación de contenidos

Contar con una identidad sólida es fundamental para que los potenciales clientes recuerden tu marca. Además, el sitio web debe incluir contenido adecuado, con palabras clave, imágenes relacionadas y textos bien estructurados, para lograr un buen posicionamiento en los motores de búsqueda.

Escribe tu contenido con IA

¿Quieres superar la hoja en blanco? ¿Te cuesta generar ideas creativas para escribir sobre tus productos? En ese caso, la inteligencia artificial puede ser una gran aliada.

Puedes redactar los contenidos de tu sitio web y las descripciones de tus productos utilizando asistentes virtuales de generación de texto o bien las herramientas de IA que ofrecen algunos *page builders*.

Por ejemplo, si tienes una tienda en línea y necesitas desarrollar los textos para describir tus productos, puedes usar un generador de texto como ChatGPT, Gemini o Claude, y solicitar a la IA una descripción persuasiva. Solo necesitas formular un *prompt* adecuado y, si es posible, compartir una imagen del producto.

Un ejemplo de *prompt* podría ser el siguiente:

«Actúa como un especialista en redacción para sitios web. Escribe una descripción para [producto] que persuada a [cliente ideal] para que compre el [producto/servicio], destacando sus beneficios».

Call to action efectivos con IA

Puedes también, por ejemplo, pedirle a un generador de texto que haga una propuesta creativa para mejorar los botones de *call to action* de tu sitio web y así aumentar las conversiones. Podrías usar este *prompt*:




«Actúa como un especialista en redacción de sitios web. Genera un listado de textos que podría usar para los botones de CTA de mi sitio web, con el objetivo de que el usuario explore y compre en la tienda. El sitio es un e-commerce de

venta de ropa de montaña hecha 100% con materiales reciclados. Su nombre es Araucaria».




En la siguiente figura, puedes ver el resultado:

Figura 3. Resultado de *prompt* para generar *call to action* en ChatGPT

Botones para Explorar

1.  Explora nuestra colección sostenible
2.  Encuentra tu próxima aventura
3.  Descubre moda reciclada

Botones para Comprar

4.  Añadir al carrito
5.  Comprar ahora
6.  Llévalo a tu próxima aventura

Fuente: captura de pantalla de ChatGPT (OpenAI, 2025).

 **PRÁCTICAS NO RECOMENDADAS**

Ten en cuenta que los motores de búsqueda penalizan el contenido duplicado. Además, estudios recientes han demostrado que el contenido generado exclusivamente con inteligencia artificial, sin intervención humana, puede producir resultados repetidos y de menor interés para los usuarios. Por ello, se recomienda utilizar la IA para generar la base de tus producciones, pero intervenir en el producto final realizando ajustes que logren que tu contenido se distinga.

[CONTINUAR](#)

3. Tu logo y tu identidad de marca con IA

¿Reconoces esta marca, aun si su logo no se ve completo?

Figura 4. Producto de Mc Donald



Fuente: [imagen sin título sobre producto de Mc Donald], (s.f.), <https://goo.su/dCSPz>

Claro, es un típico refresco de McDonald's. ¿Ya te apetece una Coca-Cola fría? Este es un buen ejemplo de cómo dos marcas muy conocidas pueden aparecer en la misma foto sin transmitir un mensaje claro.

Si quieres que los clientes recuerden tu marca y vuelvan a consumirla, es importante tener una identidad bien definida que ayude a construir una presencia *online* sólida y mantener tu marca en el *top of mind* de los consumidores.

Para generar tu identidad de marca y tu logo, puedes utilizar herramientas gratuitas que integran inteligencia artificial, como [Canva](#), [Wix logo maker](#) o [Adobe Express](#), para crear un logo original que te destaque frente a tus competidores. Estas herramientas incorporan IA en sus plataformas, haciendo que todo el proceso de creación sea más dinámico y accesible para quienes no tienen conocimientos específicos de diseño.

¿Qué puedes hacer con Wix Logo Maker?

En el siguiente video podrás ver cómo crear un logo profesional con Wix Logo Maker, personalizando diseños generados por inteligencia artificial de manera rápida y sencilla.



00:46

Fuente: Wix [Wix], (s.f.). *Create a Logo that Best Reflects Your Brand | Wix Logo Maker* [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=spD09_W6IPg



Creatividades: utilizando IA para crear imágenes y videos para tu sitio web

Crea imágenes, *moodboards*, *mockups* para diseño de *packaging*, *merchandising*, posteos de *social media* y otras piezas de comunicación con las siguientes herramientas:

- [Adobe Express](#). Una herramienta de diseño sencilla basada en la nube para crear gráficos, videos y páginas web, con plantillas y funciones de inteligencia artificial.
- [Canva](#): plataforma de arrastrar y soltar para diseñar publicaciones en redes sociales, presentaciones y más, con plantillas listas para usar.
- [Midjourney](#): herramienta de inteligencia artificial para generar imágenes creativas y únicas a partir de descripciones de texto, ideal para proyectos artísticos y de diseño.

Figura 5. Ejemplo de moodboard



Fuente: elaboración propia.

Además, puedes crear y editar videos sobre tus productos para utilizarlos en tu web o subirlos a tus redes sociales con las siguientes herramientas:

- [VEED.IO](#). Plataforma en línea intuitiva para editar videos, agregar subtítulos, efectos y más, sin necesidad de experiencia previa en edición.
- [Synthesia](#): herramienta de IA que permite crear videos con avatares virtuales a partir de texto, ideal para presentaciones, tutoriales y contenido educativo.

Cuando tienes herramientas de inteligencia artificial a mano, crear contenido innovador y transformar tus productos se vuelve mucho más accesible.

CONTINUAR

4. IA para customer success

Optimiza la relación con tu cliente y las interacciones para generar más conversiones.

Los *chatbots* y asistentes virtuales están transformando la manera en que las empresas se comunican con sus clientes. Estos sistemas, impulsados por inteligencia artificial, ofrecen atención personalizada las 24 horas, brindando respuestas rápidas, recomendaciones de productos y soporte ante dudas, todo a través de interacciones naturales y fluidas.

¿Alguna vez te ha pasado que no sabías si estabas hablando con una persona o con una máquina?

Chatbots y asistentes virtuales

Los clientes se han acostumbrado a chatear antes que a hablar por teléfono, y los *chatbots* surgieron para acompañar esa nueva forma de relacionarse con las marcas. Al integrar *chatbots* y asistentes virtuales en los sitios web, las empresas

pueden mejorar la eficiencia, reducir costos y aumentar la satisfacción del cliente.

Los *chatbots* son programas que simulan conversaciones humanas, ya sea por escrito o por voz. Actualmente, incorporan inteligencia artificial conversacional, como el procesamiento del lenguaje natural (*NLP*), lo que les permite comprender preguntas incluso si no están redactadas correctamente, y responder basándose en los datos recopilados.

Una de sus ventajas comparativas es que pueden integrarse directamente en servicios de mensajería como WhatsApp o Messenger, lo que permite a los clientes interactuar sin necesidad de descargar una aplicación adicional, marcar un número telefónico o ingresar a un sitio web para, por ejemplo, pedir una pizza.

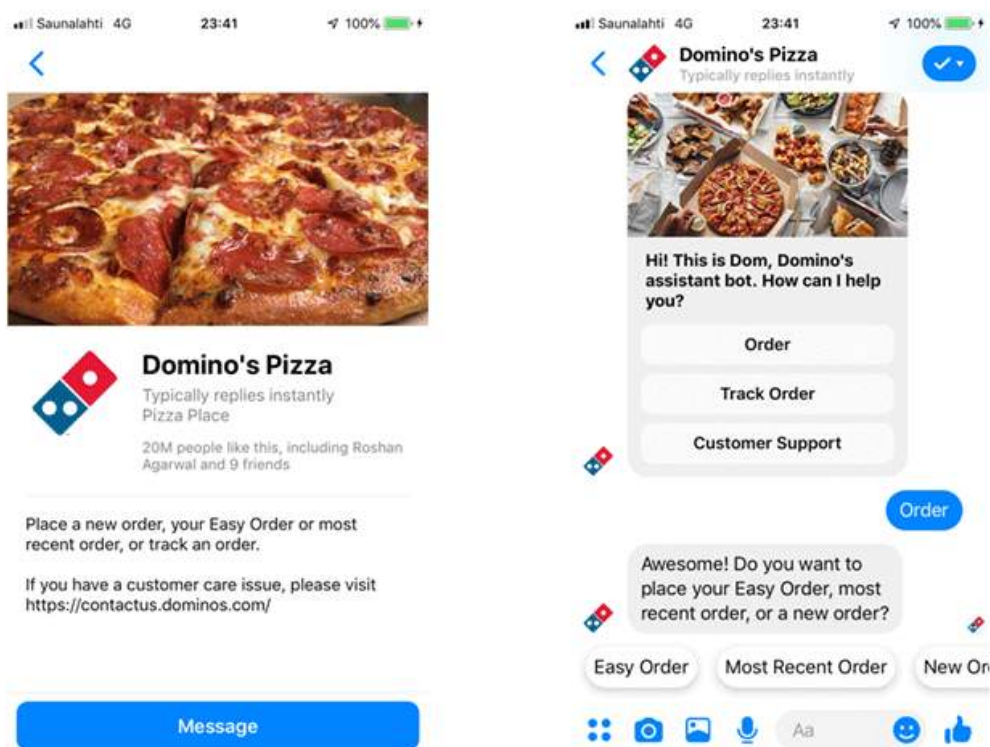


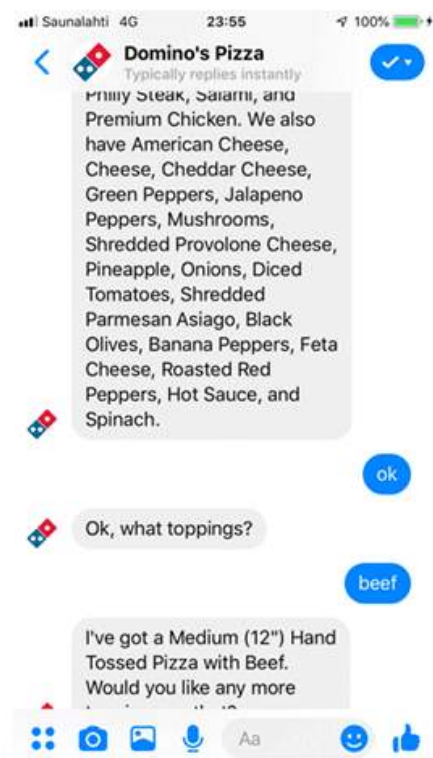
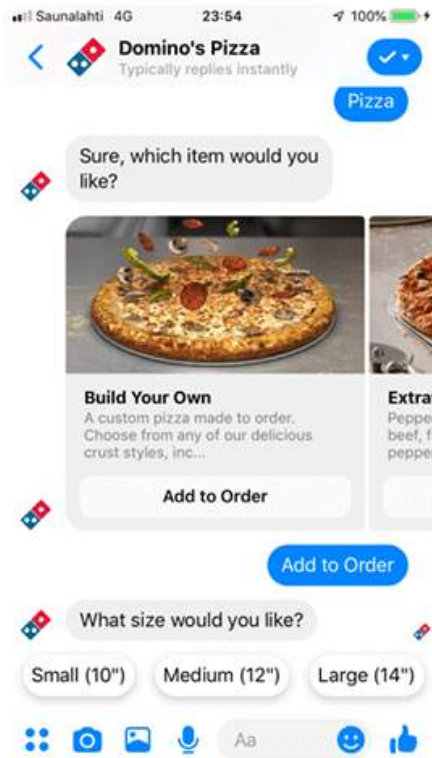
EJEMPLOS REALES

Un caso ilustrativo es el de Domino's Pizza, una cadena de comida rápida de Estados Unidos que creó una experiencia interactiva con un «quiz» que guía a los clientes paso a paso, contando chistes o compartiendo *memes* para hacer el

proceso más entretenido. El bot muestra imágenes de productos con opciones clicables para facilitar la compra, e incluso incluye enlaces a mapas con indicaciones para llegar a una tienda. Al incorporar imágenes, videos o *gifs*, el *chatbot* logra una experiencia de usuario mucho más rica y memorable.

Figura 6. Chatbot de Domino's Pizza





Fuente: elaboración propia.

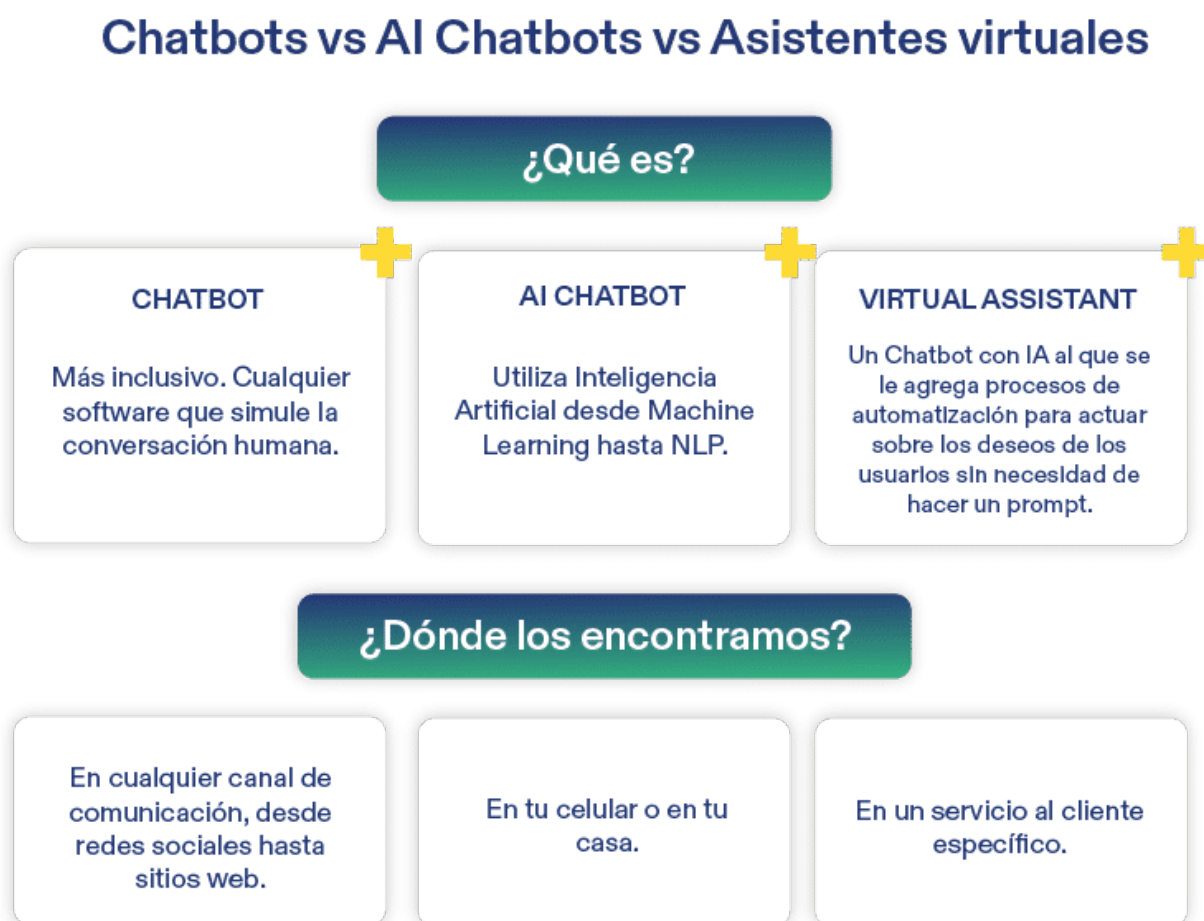
En otra parte del mundo, una usuaria compartió en redes sociales un video sobre los nuevos *chatbots* para estaciones de tren en Moscú, Rusia. Como se muestra a continuación, se trata de un avatar con apariencia humana que responde y brinda información en tiempo real, conversa de forma natural con las personas y emite los boletos del tren.

[Chatbot_ruso.mp4](#)

Increíble, ¿cierto? La animación del bot es tan realista que parece una persona de verdad.

Existen distintos tipos de *chatbots*. En el siguiente cuadro se comparan los tres tipos más comunes:

Tabla 1. Tipos de chatbots



Fuente: elaboración propia

Chatbots declarativos vs. chatbots predictivos

Los *chatbots* declarativos son más básicos que los predictivos. Utilizan procesamiento del lenguaje natural (*NLP*), reglas definidas y aprendizaje automático (*ML*) para generar respuestas automatizadas ante preguntas específicas. También se los conoce como *chatbots* orientados a tareas y son más adecuados para responder consultas frecuentes, como «¿cuáles son los horarios de la tienda?» o «¿qué artículo estás devolviendo?». Este tipo de *chatbot* es común, aunque sus capacidades resultan algo limitadas en comparación con los predictivos.

Por su parte, los *chatbots* predictivos son más sofisticados y personalizados. A menudo se los denomina *chatbots* conversacionales o agentes virtuales. Están impulsados por inteligencia artificial y datos, lo que los vuelve mucho más interactivos y contextuales. Aprenden continuamente sobre el usuario mediante análisis predictivo e inteligencia adaptativa. Con el tiempo, incluso pueden anticipar necesidades y ofrecer recomendaciones personalizadas.

¿Cómo crear tu propio *chatbot*?

Crear un *chatbot* con enfoque *low code* es posible gracias a que la tecnología está al alcance de la mano. A continuación, se presenta una guía paso a paso para desarrollar uno de forma sencilla:

1

Define el propósito de tu chatbot

Antes de comenzar, pregúntate: ¿para qué necesitas el *chatbot*? Definir su propósito te ayudará a diseñar las funciones y características específicas que debe tener. Puede estar orientado a responder preguntas frecuentes, procesar pedidos, generar *leads*, ofrecer soporte o simplemente interactuar de forma dinámica con los usuarios.

2

Selecciona la plataforma de creación de Chatbots

Ya no es necesario tener conocimientos técnicos para desarrollar un *chatbot*. Existen herramientas y plataformas que permiten crearlos sin necesidad de programar, como las siguientes:

- [Chatfuel](#). Ideal para crear bots en Facebook Messenger.
- [ManyChat](#): especializado en *chatbots* para Messenger y WhatsApp.

- [Tidio](#): permite integrar *chatbots* en sitios web con funcionalidades para e-commerce.
- [Dialogflow](#) (de Google): una opción avanzada para crear bots que procesen el lenguaje natural.

3

Diseña el flujo de conversación

Es importante crear un mapa de conversación para diseñar cómo interactuará el bot con los usuarios. Piensa en los posibles mensajes y respuestas que podría recibir, y cómo debería responder en cada caso. Incluye mensajes de bienvenida, opciones de menú (si aplica) y respuestas para las preguntas más frecuentes. Usa mensajes cortos y claros para mantener una comunicación fluida y comprensible.

4

Entrena tu *chatbot*

Si tu *chatbot* utiliza procesamiento de lenguaje natural (*NLP*), enséñale a reconocer distintas formas de formular una misma consulta. Por ejemplo, preguntas como «¿cuánto cuesta tu servicio?» o «¿cuál es el precio de tus productos?» deberían recibir la misma respuesta.

5

Agrega funcionalidades específicas

Puedes integrar respuestas automáticas a preguntas comunes, incorporar imágenes, videos, enlaces o botones que faciliten el acceso a más información o acciones específicas. También es posible conectar el bot a tus bases de datos para identificar clientes, mostrar el estado de un pedido o brindar información personalizada.

¡Y listo! Crear tu propio *chatbot* está a tu alcance. Solo recuerda enfocarlo en mejorar la experiencia del usuario y en ofrecer un valor real a tu negocio o proyecto.

CONTINUAR

5. IA para análisis predictivo

Análisis y predicción con IA para potenciar tu producto

El análisis y la predicción mediante inteligencia artificial son herramientas clave que te permiten obtener *insights* valiosos sobre tu negocio, comprender mejor a tu audiencia y tomar decisiones estratégicas para optimizar resultados.

¿Qué es el análisis predictivo?

El análisis predictivo se basa en datos históricos y algoritmos de aprendizaje automático para anticipar comportamientos y tomar decisiones ajustadas a las necesidades de los usuarios.

Aplicado a sitios web, permite ofrecer recomendaciones de productos personalizadas según el comportamiento anterior de cada visitante o adaptar el contenido del sitio para maximizar el nivel de interacción.

Entre sus aplicaciones, se destacan las siguientes:

- **Tasa de conversión.** Identificar qué usuarios tienen mayor probabilidad de concretar una compra.
- **Abandono de carrito:** detectar quiénes están a punto de abandonar el proceso de compra.
- **Segmentación:** mejorar la forma en que se agrupa a los usuarios para brindar experiencias personalizadas.

Un ejemplo común de análisis predictivo es la recomendación de productos: puedes sugerir aquellos que tienen más probabilidades de ser adquiridos por cada usuario, en función de su comportamiento anterior. Otro caso es la optimización de contenido: si puedes anticipar qué tipo de contenido generará mayor interés, podrás ajustar la estructura del sitio o la estrategia editorial en tiempo real.

Herramientas de recopilación de datos

Para recopilar y analizar datos, existen distintas herramientas que permiten extraer información valiosa y aplicar modelos

predictivos. A continuación, se presentan algunas opciones:

- [Google Analytics](#). Ofrece capacidades de análisis predictivo y segmentación avanzada.
- [Power BI](#) y [Tableau](#): permiten visualizar y explorar datos antes y después de aplicar modelos predictivos.

Tu *business analyst* personal: analiza reportes de Google Analytics con IA

Puedes utilizar la inteligencia artificial como tu asistente personal para generar reportes a partir de datos, identificar patrones y tendencias, aplicar análisis predictivo e incluso representar la información de manera gráfica. Pero ¿cómo hacerlo?

- 1 **Descarga tu reporte de Google Analytics.**
- 2 **Sube tu reporte en un asistente de texto** (ChatGPT, Claude, Gemini).
- 3 **Utiliza** alguno de los siguientes *prompts* para pedirle **que analice el reporte.**

Prompt 1: data analyst

«Actúa como un analista de datos experto. Tengo un conjunto de métricas de ventas mensuales y necesito generar un resumen para un reporte ejecutivo. Por favor, identifica los puntos clave, sugiere *insights* relevantes y recomiéndame cómo presentarlos utilizando gráficos o tablas».

Prompt 2: métricas digitales

«Actúa como un consultor especializado en análisis de métricas digitales. Quiero analizar los datos de tráfico web de mi sitio para identificar tendencias y patrones que puedan mejorar mi estrategia digital. Por favor, indícame qué métricas clave debo observar y cómo interpretar los resultados».

Prompt 3: data scientist

«Actúa como un científico de datos. Necesito utilizar análisis predictivo para estimar ventas futuras basándome en datos históricos de mi empresa. Explícame cómo abordar este proceso, qué técnicas podrían aplicarse y dame ejemplos de métricas que podrían influir en el crecimiento».

Las decisiones basadas en datos te brindan la oportunidad de mejorar significativamente tus productos digitales. Más adelante, en el curso, profundizaremos en este tema.

[CONTINUAR](#)

Referencias

Forbes, (2025). *Tesla presentó una nueva versión del Cybertruck por casi US\$ 70.000.*
<https://www.forbesargentina.com/lifestyle/tesla-presento-una-nueva-version-cybertruck-casi-us-70000-n70642>

[Imagen sin título sobre producto de Mc Donald], (s.f.).
<https://queondagye.com/arcos-dorados-anuncia-la-eliminacion-de-casi-150-toneladas-de-plastico-en-2020/>

Wix [Wix], (s.f.). *Create a Logo that Best Reflects Your Brand | Wix Logo Maker* [video]. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=spD09_W6IPg

CONTINUAR