

Estado de la IA

Estudio anual sobre Inteligencia Artificial

2024

ISOCIAL *Web*

Neurekka 

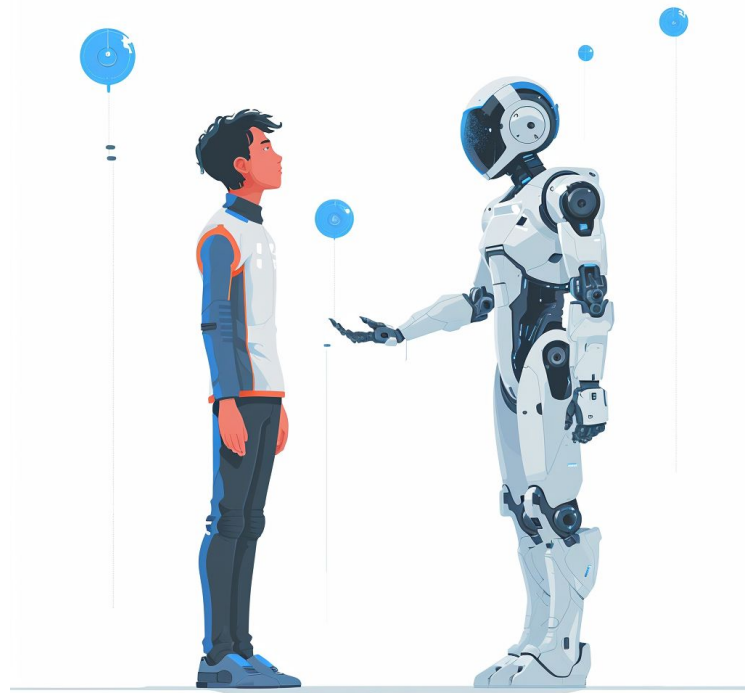
Introducción

“AI” ha sido elegida la palabra del año 2023 por el prestigioso Collins Dictionary británico y en 2022 lo fue según la FundéuRAE.

Esto podría ser anecdótico, pero es tan sólo una muestra muy representativa del inmenso impacto que ha tenido el resurgimiento de la Inteligencia Artificial de un tiempo a esta parte en nuestras vidas.

Como veremos en este informe, lejos de detenerse, todo parece indicar que acabará extendiéndose a todos y cada uno de los rincones de nuestra vida.

Este estudio pretende mostrar el punto en el que nos encontramos al finalizar el año 2023 y cuál es el futuro que nos aguarda de la mano de la IA.



Índice Del **Contenido**

1

Contexto

2

**Estudio
Interno**

3

**Avances
de la IA**

4

**Impacto
de la IA**

5

**El Futuro
de la IA**

1 Contexto

¿De dónde venimos?

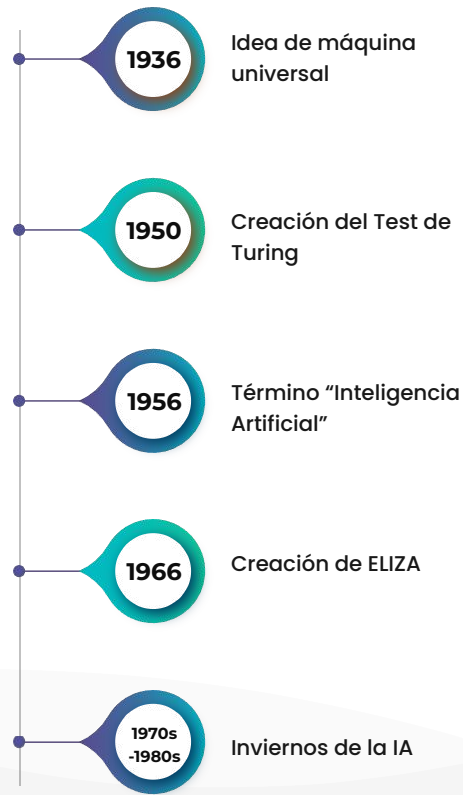
1936: Alan Turing propone la idea de una "máquina universal" que podría resolver cualquier problema computable. Este concepto es fundamental para el desarrollo de la computación moderna y la IA.

1950: Alan Turing propone el "**Test de Turing**" como una forma de medir la capacidad de una máquina para exhibir comportamiento inteligente, equivalente o indistinguible, del de un humano.











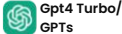





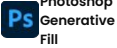






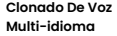











1956: Se celebra la Conferencia de Dartmouth, donde el científico de la computación John McCarthy acuña el término "**Inteligencia Artificial**". Este evento es considerado el nacimiento de la IA como campo de estudio.

1966: Creación de **ELIZA**, uno de los primeros programas de procesamiento de lenguaje natural, capaz de generar empatía en los humanos.

1970 s-1980 s: Durante este período, la IA pasa por varias etapas de optimismo y decepción, conocidas como los "**inviernos de la IA**", donde el progreso parece estancarse debido a las limitaciones tecnológicas y la falta de financiación.



Cronología 2023

Noviembre 22	Diciembre 22	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
 ChatGPT	 perplexity	IIElevenLabs	 LLaMA by Meta	 GPT-4	 Chatgpt Plugins	 Google Sge	 runway Gen 2	 Claude 2		 Chatgpt Multimodal	 Dell-E 3	 Gpt4 Turbo/ GPTs	 Gemini
	 YOU		 Bing Chat	 Claude	 PIKA LABS	 Photoshop Generative Fill		 Code Interpreter		 Adobe Firefly 2		 Despido de Sam Altman	 Grok
			 ControlNet.	 Midjourney v5	 Clonado De Voz Multi-idioma	 MISTRAL AI		 LLaMA 2				 Pika 1.0	 Ley UE Sobre la IA
			 runway	 Bard	 Grok			 Stable Diffusion XL					 Mixtral
			 Discord	 Adobe Firefly									
				La pausa de la IA									

Protagonistas de la IA



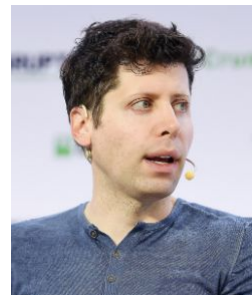
Satya Nadella

CEO de Microsoft, una de las compañías más influyentes en el mundo de la tecnología y una figura clave en el desarrollo de la inteligencia artificial moderna.



Elon Musk

Empresario y magnate conocido por su papel en empresas revolucionarias como Tesla, SpaceX y Neuralink. Recientemente, ha fundado una nueva empresa llamada xAI.



Sam Altman

CEO de OpenAI, la compañía que actualmente lidera el mundo de la Inteligencia Artificial. Además, son los creadores de ChatGPT o Dall-E.



Sundar Pichai

CEO de Google, un gigante indiscutible en el ámbito de la inteligencia artificial. Google es pionera en varias áreas de la IA y cuenta con productos con Bard, Gemini o SGE.



Demis Hassabis

Cofundador y CEO de DeepMind, conocida por sus revolucionarios avances en inteligencia artificial, especialmente en el aprendizaje profundo y el aprendizaje por refuerzo.



Yann LeCun

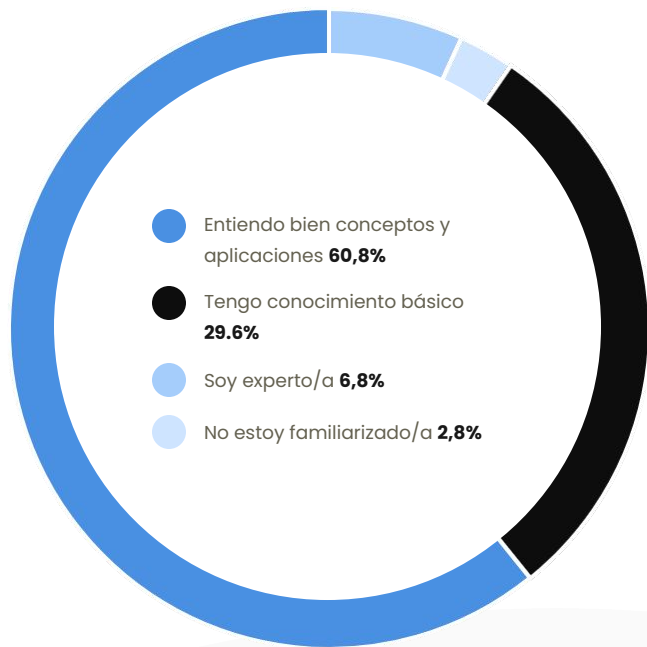
Vicepresidente y Científico Jefe de Inteligencia Artificial en Meta. Ha jugado un papel crucial en la liberación open source de modelos de IA, democratizando su acceso a más usuarios.

2 Estudio Interno



Estudio propio sobre IA – Usos y percepción

Para poder entender en detalle cuál es el sentimiento general sobre la Inteligencia Artificial, hemos realizado un estudio preguntando a más de 300 personas. A continuación se muestran algunas de las claves de dicho estudio, que nos ayudan a hacernos una idea de la perspectiva que hay en torno a la IA.



Conocimiento sobre IA

Ante la pregunta ¿cuál es tu conocimiento sobre IA? Tan sólo un 2,8% de los encuestados afirmó no estar familiarizado con ella.

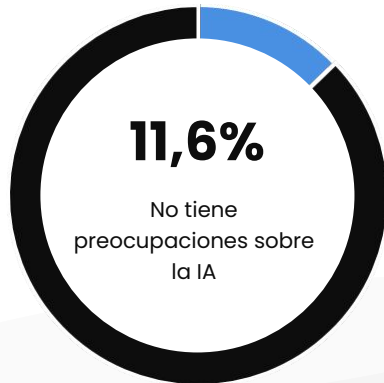
Estos datos apoyan la tesis de que 2023 ha sido el año en que esta tecnología nos ha inundado casi por completo.

Por otro lado, el 6,8% dijo ser experto en Inteligencia Artificial, dejando un gran abanico entre medias del 90% con conocimientos básicos (29,6%) o buen entendimiento sobre la IA (60,8%).

Percepción sobre la IA

El sentimiento general sobre la Inteligencia Artificial en nuestro estudio es bastante positivo, casi tres cuartas partes de los encuestados afirman ser optimistas sobre el futuro. Además, tan **sólo un 4% dice no confiar en las decisiones de la IA**.

Por otro lado, aunque haya mayoría optimista, eso no significa que no haya dudas sobre la IA y tan sólo un **11,6%** declara no tener ninguna preocupación al respecto.



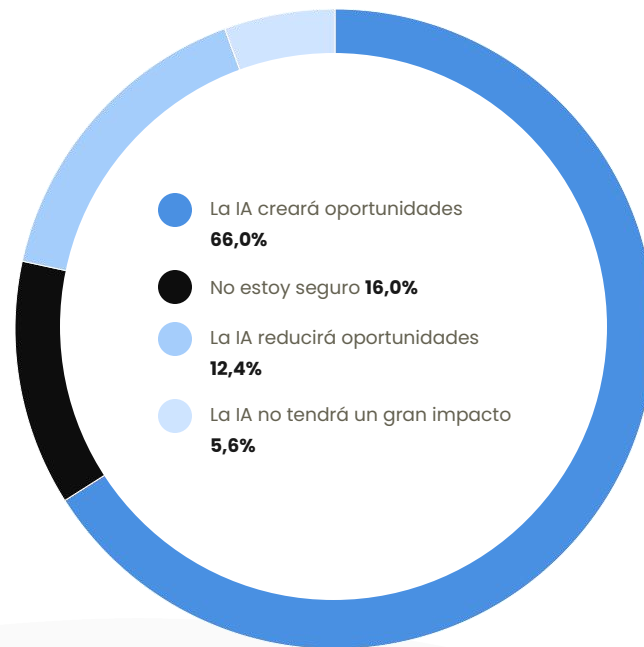
Impacto de la IA en el Empleo

¿Cómo perciben los encuestados el impacto de la IA en el empleo?

Alrededor de dos terceras partes (**66%**) cree que la llegada de la Inteligencia Artificial **creará nuevas oportunidades**.

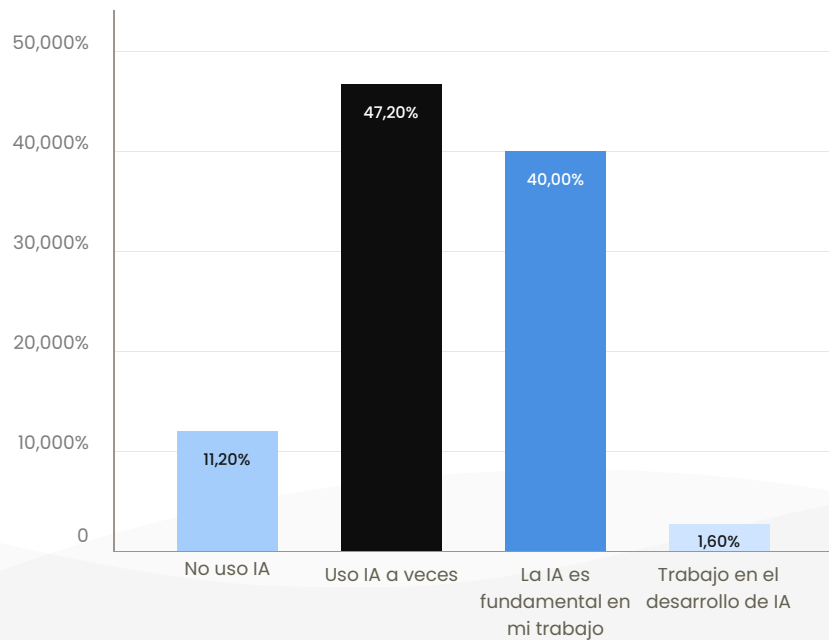
Por su parte, un **12,4%** cree que sucederá lo contrario y que habrá **menos oportunidades de empleo**.

Tan sólo un **5,6%** cree que no tendrá impacto, lo cual parece confirmar la creencia general de que de una forma u otra la incorporación de la IA tendrá una **fuerte influencia en el ámbito laboral**.

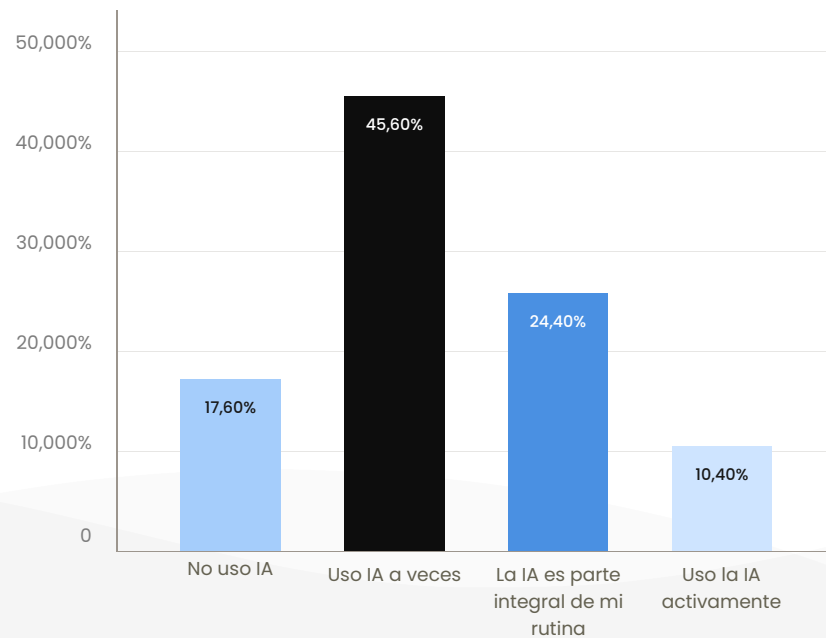


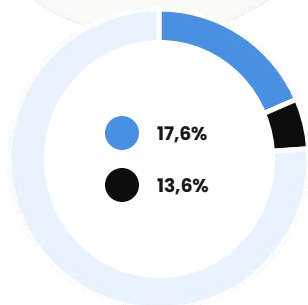
Uso de IA en el Trabajo vs. Vida personal

Uso de IA en el Trabajo

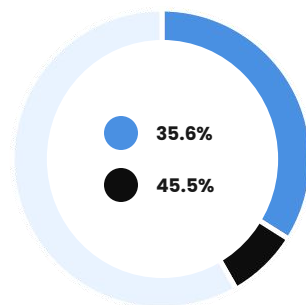


Uso de IA en la Vida Personal

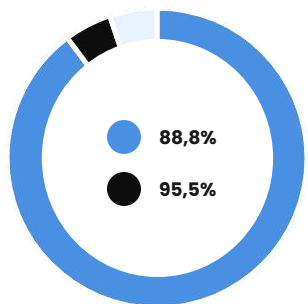




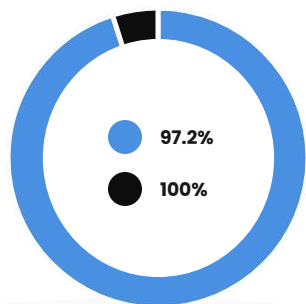
No usa IA en su vida personal



Tiene preocupaciones sobre sesgos y falta de transparencia



Usan la IA en el trabajo



Tiene algún tipo de conocimiento en IA

General

Neurekka

General vs Neurekka

Al comparar dentro de los encuestados el público general y los empleados de Neurekka, iSocialWeb y Growwer, observamos algunas ligeras diferencias.

La primera sería un mayor porcentaje de nuestros empleados y colaboradores de uso de la IA, tanto en la vida personal como en el trabajo.

También es interesante destacar que el 100% de los trabajadores dicen tener algún tipo de conocimiento en IA. El porcentaje general es también muy alto, pero aún quedan algunos encuestados que no tienen ninguna noción sobre Inteligencia Artificial.

Por último, se observa que en el equipo de Neurekka, iSocialWeb y Growwer hay una mayor preocupación por los sesgos y falta de transparencia de la IA, probablemente motivado por el hecho de estar más expuestos a esta tecnología que el público general.

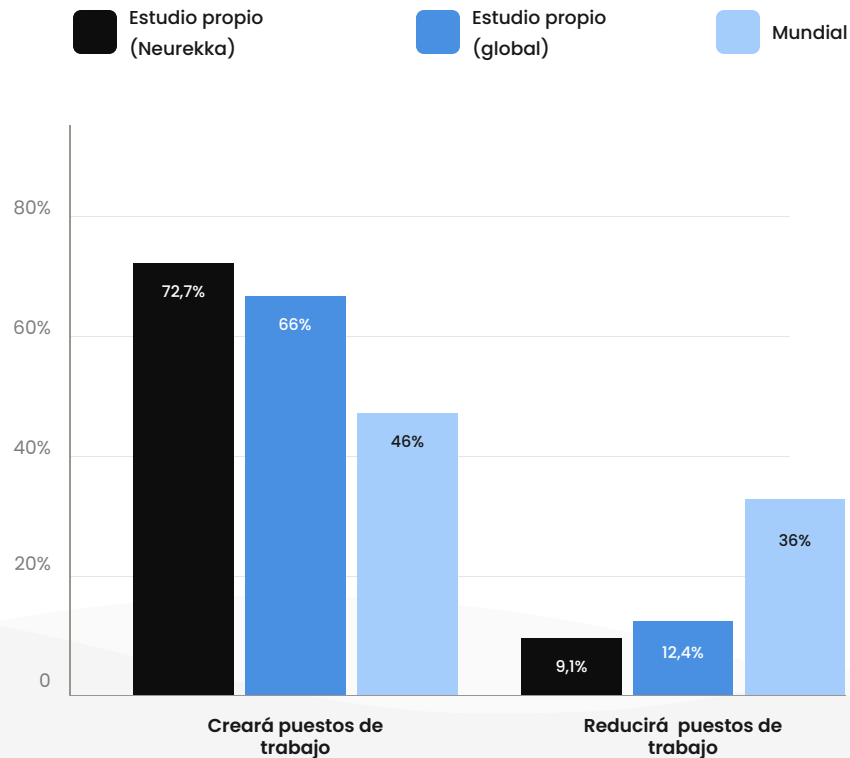
General vs. iSocialWeb vs. Mundo

Además de hacer una comparación dentro de los encuestados en nuestro estudio, hemos querido hacer lo propio con estudios globales en los que hubieran realizado las mismas cuestiones.

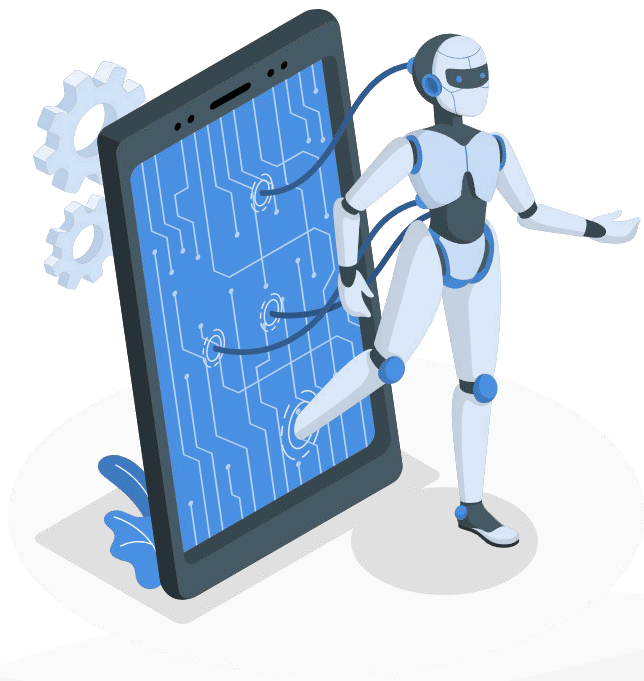
Es muy llamativo observar como, por norma general, en las encuestas a nivel mundial parece haber una tendencia hacia un mayor pesimismo en lo que tiene que ver con el empleo.

Por un lado, tan sólo un 46% cree que se generarán nuevos trabajos, frente al 66% de nuestros encuestados y al 72,7% del equipo de Neurekka, Growwer e iSocialWeb.

Por otro, hasta un 36% cree que se destruirán puestos de trabajo, frente a valores inferiores, 12,4% y 9,1%, respectivamente recogidos en nuestro estudio.



3 Avances de la IA



Avances de la IA

El año 2023 ha supuesto un punto de inflexión respecto a no sólo los avances en la investigación en IA, sino también en su aplicación práctica.

Por primera vez los usuarios han podido utilizar plataformas, servicios y herramientas que hacen uso de la Inteligencia Artificial para potenciarse.

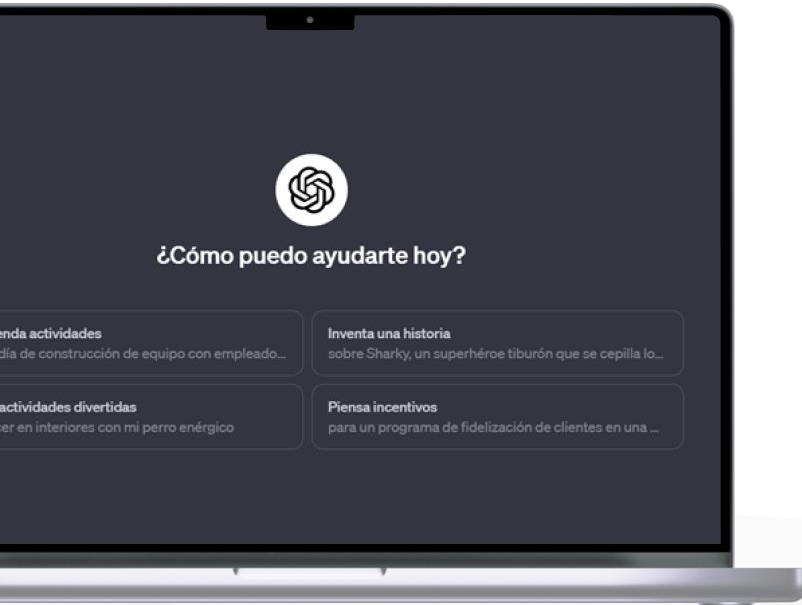
A continuación veremos algunos de los desarrollos más importantes del año, haciendo especial énfasis en los referentes a texto, imagen y vídeo.

Avances de la IA - Texto

Desde noviembre de 2022 el mundo de la tecnología no ha vuelto a ser igual.

Probablemente en esa fecha fue cuando se abrió la puerta y se demostró que la Inteligencia Artificial y los modelos de lenguaje dejaban de ser un terreno exclusivo de expertos e investigadores y pasaban a estar en las manos de la gente corriente, de los usuarios. Varias compañías han liderado los esfuerzos en este sentido, incluyendo **OpenAI, Microsoft, Google o Anthropic** entre otras, creando herramientas como las que veremos a continuación.





ChatGPT

La aparición de ChatGPT representó un punto de inflexión en el uso global de la Inteligencia Artificial. La clave residió en no solo su habilidad para generar respuestas coherentes, sino también por su implementación a través de una interfaz accesible para el público general.

Esta accesibilidad fue clave en democratizar el uso de la IA, permitiendo a usuarios de todo el mundo interactuar con una tecnología que antes parecía reservada para expertos.

Lo que comenzó como un experimento de OpenAI rápidamente se convirtió en un fenómeno. Inicialmente lanzado como una prueba para entender mejor las interacciones humano-IA y sus implicaciones, ChatGPT superó todas las expectativas.

ChatGPT - 1 Millón de usuarios

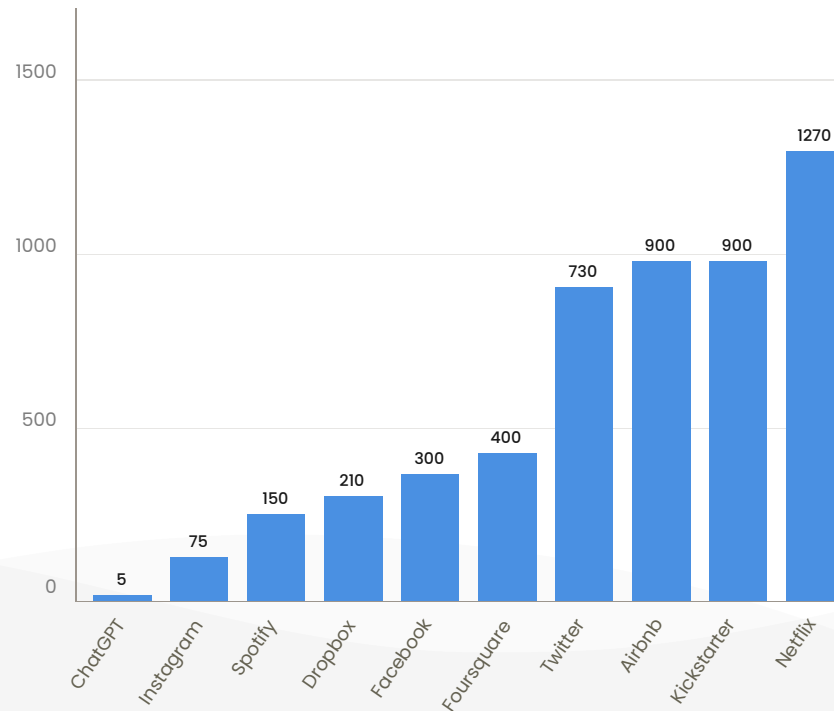
ChatGPT se ha convertido en la aplicación que más rápido ha llegado al **millón de usuarios**, desbancando a Instagram, que ostentaba el récord con 75 días para lograrlo.

El chatbot de OpenAI tan **sólo necesitó 5 días para alcanzar el millón**.

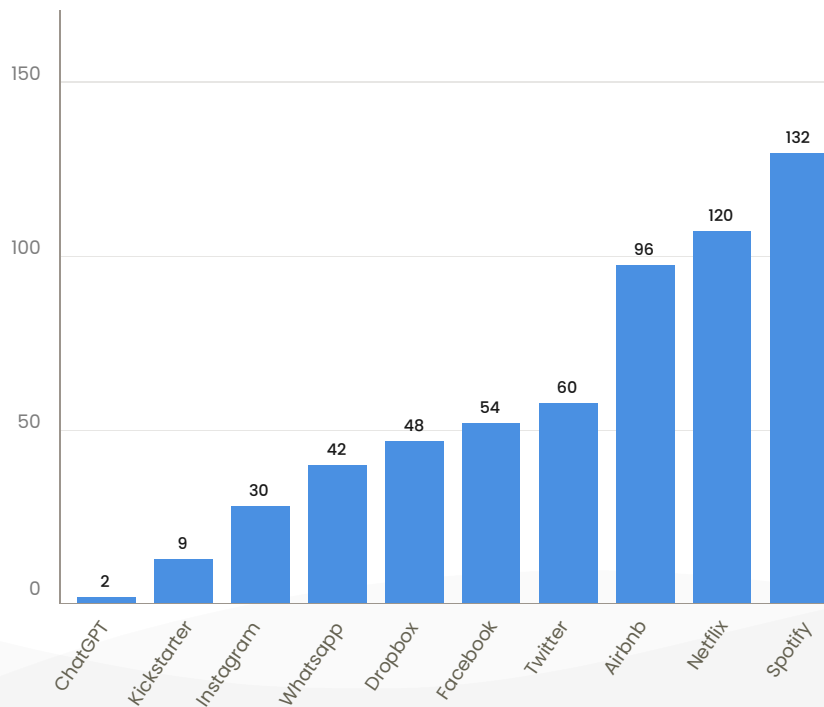
Poniéndolo en perspectiva, aplicaciones tan mainstream como Spotify o Facebook necesitaron más de 150 y de 300 días respectivamente para obtener esa cifra. Twitter tardó más de 2 años en lograrlo.

Aquel experimento que iniciaron el 30 de noviembre de 2022 pasará a la historia como uno de los hitos de la Inteligencia Artificial

Tiempo en alcanzar 1 millón de usuarios (en n.º de días)



Tiempo en alcanzar 100 millones de usuarios (en n.º de días)



ChatGPT – 100 Millones de usuarios

ChatGPT no sólo ha sido la plataforma que más rápido ha alcanzado el millón de usuarios, también ha sido **la primera en llegar a los 100 millones**.

Para ello ha necesitado tan sólo 2 meses, reduciendo muchísimo el anterior récord en manos de TikTok, que tardó alrededor de 9 meses en alcanzar el mismo número de usuarios.

Actualmente, se estima que **ChatGPT cuenta con una base de unos 180 millones de usuarios activos al mes**, según cifras de diciembre de 2023.



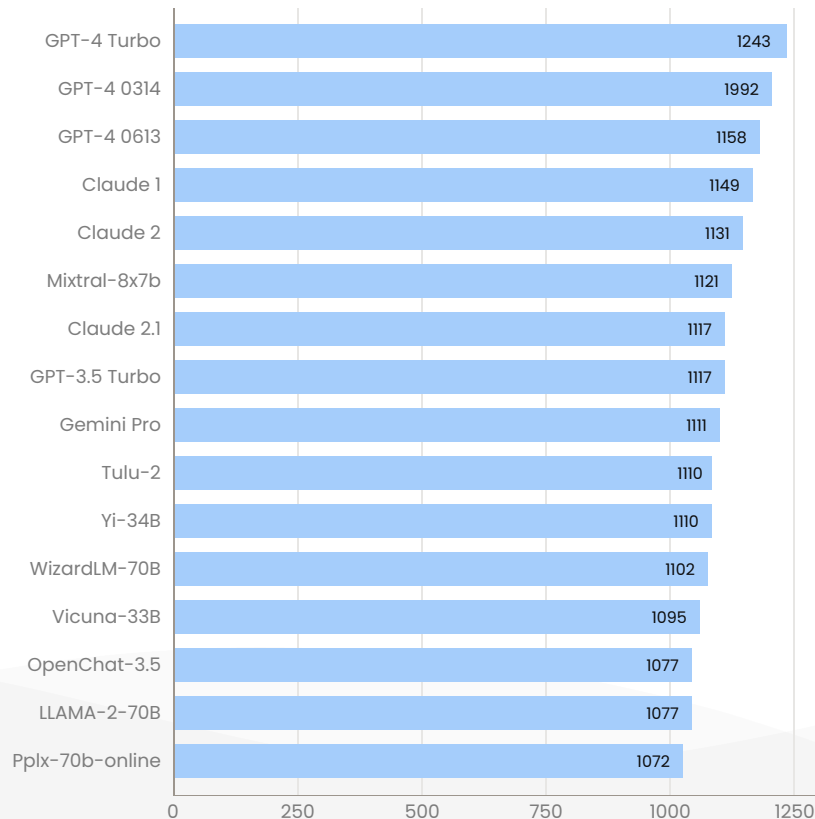
OpenAI presentó GPT-4 en marzo de 2023, un salto cualitativo en el desarrollo de modelos de lenguaje generativo. También adelantó alguna de las novedades en las que estaban trabajando de cara a los siguientes meses.

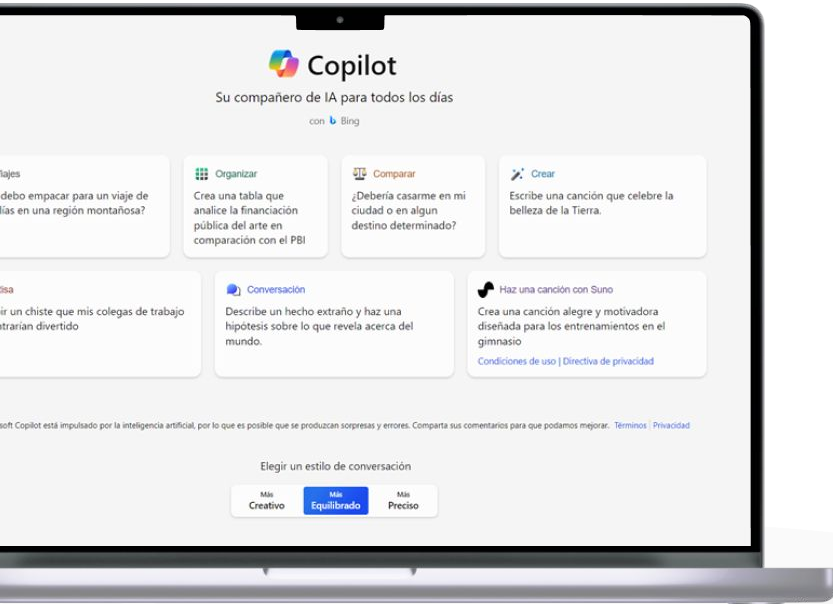
Probablemente, la más célebre de estas demostraciones fue la realizada por Greg Brockman, Presidente y Co-Fundador de la compañía, creando una web desde un boceto en una servilleta.

En esta demo quedó claro que si lo que estaban mostrando iba a llegar a los usuarios finales, acababa de nacer el mejor modelo de lenguaje hasta entonces.

Y a día de hoy así sigue siendo, GPT-4 no ha bajado del primer puesto de las clasificaciones de modelos de lenguaje desde su llegada, siendo a día de hoy el mejor y más potente de todos los existentes.

Clasificación de LLMs en Chatbot Arena





Bing Chat (Copilot)

Bing Chat de Microsoft llegó como una propuesta innovadora al ser el primer modelo capaz de unir un buscador web con capacidades de inteligencia artificial.

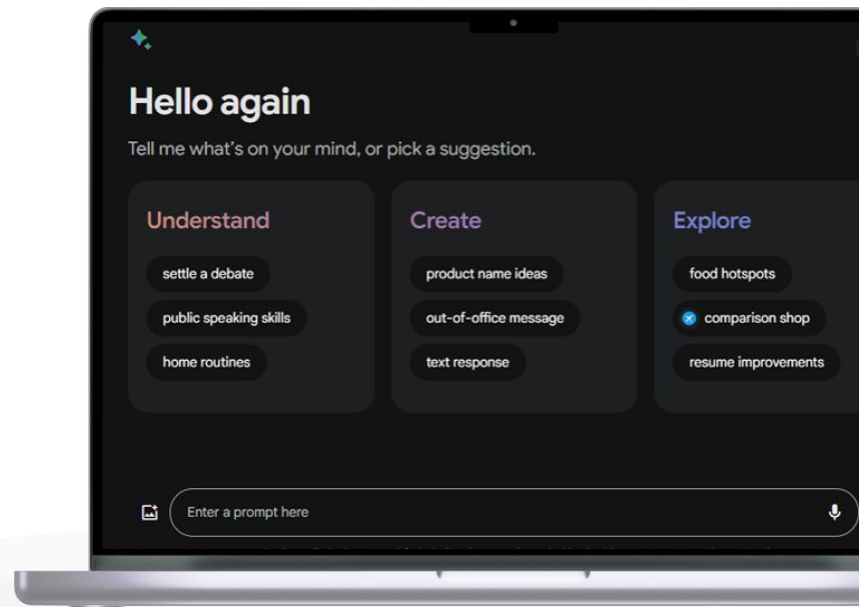
El lanzamiento de Bing Chat significó un cambio importante en la industria de las búsquedas, si bien no en la práctica, ya que apenas influyó en la cuota de mercado de Google, sí como pistoletazo de salida para una transición de una interfaz de consulta estática a una dinámica y conversacional.

Desde Microsoft, gracias a su alianza con OpenAI, se apresuran a dotarlo de las últimas novedades disponibles; actualmente utiliza GPT-4 Turbo como motor y puede generar imágenes con Dall-E 3.



Google Bard surgió como la respuesta de Google al avance de la inteligencia artificial en las búsquedas on line. Esta herramienta fue diseñada para integrar capacidades de IA avanzadas, proporcionando a los usuarios una experiencia de búsqueda más intuitiva y conversacional.

La narrativa alrededor de Google Bard es mixta: por un lado, existe reconocimiento de sus capacidades y potencial, y por otro, hay una conciencia clara de que todavía es un trabajo en progreso que requiere precaución y verificación por parte de los usuarios



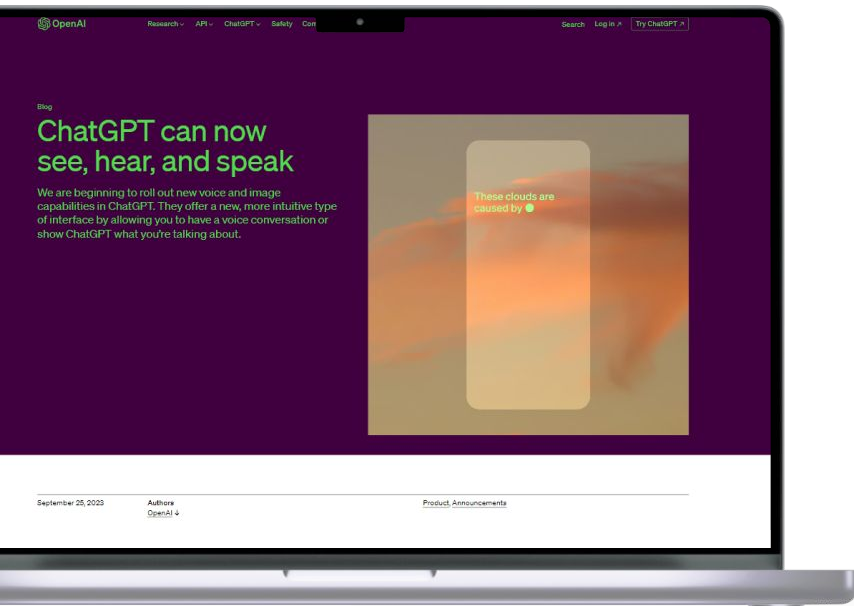


El anuncio del modelo LLaMA, y sobre todo su versión mejorada LLaMA 2, por parte de Meta, fueron eventos muy significativos en la industria de la Inteligencia Artificial.

La estrategia de Meta, al optar por un modelo de código abierto con LLaMA 2, reforzó toda su estrategia de hacer públicos los descubrimientos y avances en sus laboratorios de IA.

No sólo ha sido un paso hacia la democratización de la IA, sino que también ha planteado un desafío directo a los modelos propietarios y comerciales existentes, ofreciendo una alternativa más transparente y personalizable para el desarrollo de productos y la innovación





Multimodal



“ChatGPT ahora puede ver, oír y hablar” fue el titular elegido por OpenAI cuando anunció las capacidades multimodales de su herramienta estrella.

Poco a poco fueron incluyendo estas nuevas habilidades en ChatGPT, añadiendo además la capacidad de subir archivos y documentos con los que interactuar.

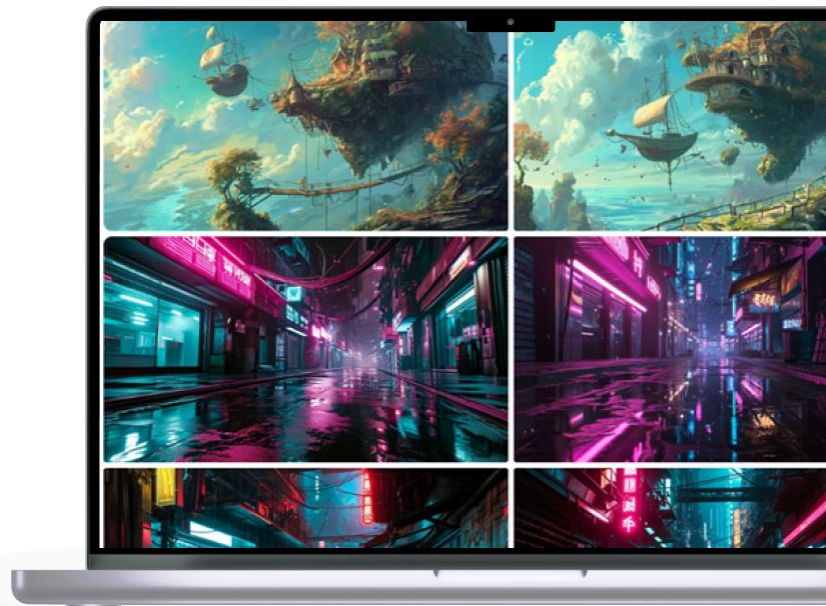
Con estas capacidades mejoradas, ChatGPT volvió a subir el nivel, ofreciendo una experiencia más rica e interactiva, más similar a las interacciones humanas naturales.

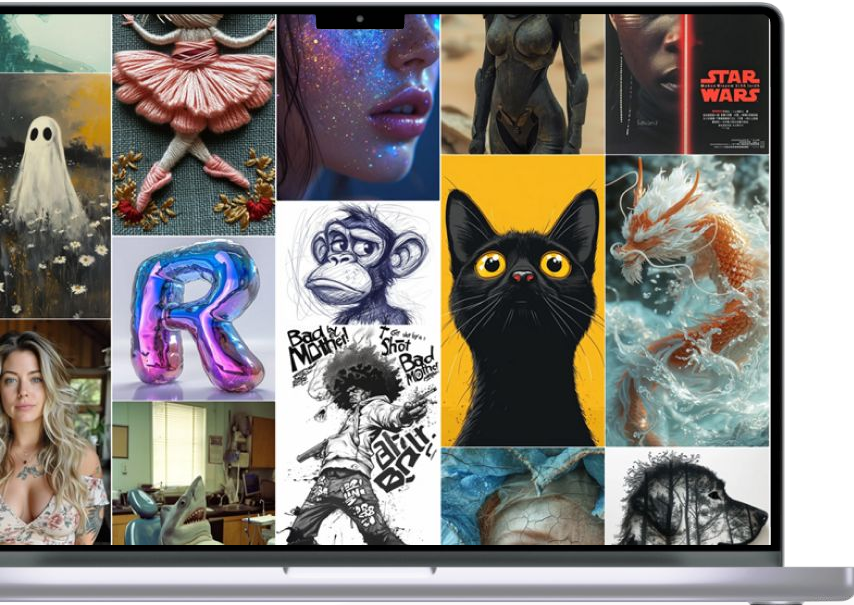
Avances de la IA - Imagen

Junto a los modelos de lenguaje, los modelos de generación de imágenes probablemente han sido los que mayor evolución han tenido en 2023.

Han pasado de hacer generaciones limitadas en cuanto a calidad o complejidad, a prácticamente ser indistinguibles de cualquier trabajo profesional que pueda realizar un humano.

Ejemplos como los modelos Dall-E 3, Midjourney v6 o Stable Diffusion XL hacen ver que esta tecnología ha pasado de ser un “juguete” a poder incorporarse al arsenal de cualquier empresa creativa para acelerar procesos visuales.





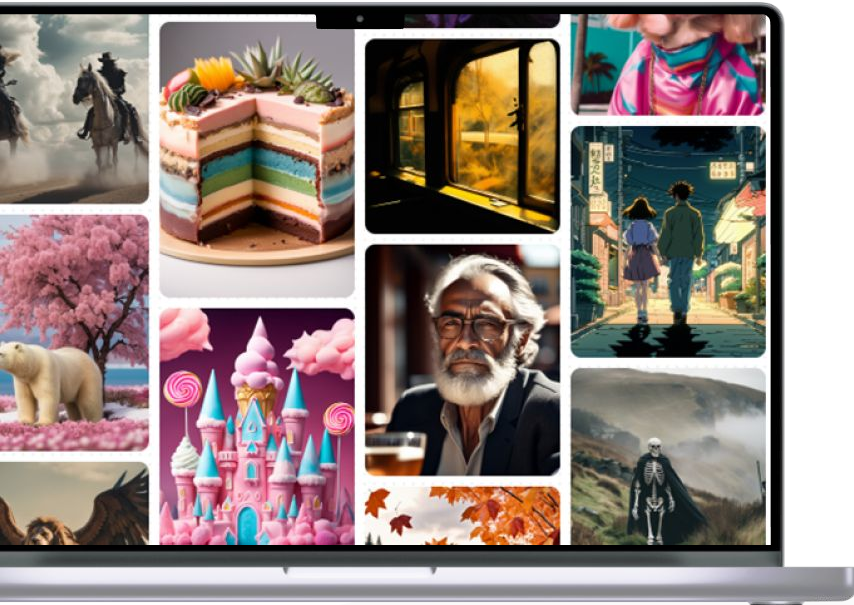
Midjourney

Midjourney es la herramienta más popular para la creación de imágenes en la actualidad.

La principal característica de Midjourney es su excelente calidad visual y su uso dentro de Discord, donde ha alcanzado el récord de 16 millones de usuarios.

Su capacidad para crear imágenes estéticamente impactantes sin necesidad de conocimientos técnicos o artísticos es su punto fuerte.

También ha ido incorporando herramientas que los usuarios demandaban, como la creación de estilos predefinidos o la capacidad de ampliar las imágenes generadas.



Stable Diffusion

Stable Diffusion es la plataforma de código abierto más extendida para la creación de imágenes con Inteligencia Artificial.

El hecho de que sea abierta ha permitido que sea la más completa en cuanto a herramientas, utilidades y métodos de uso. Se puede utilizar tanto en plataformas como LeonardoAI o Scenario entre otras, como descargado en un ordenador local.

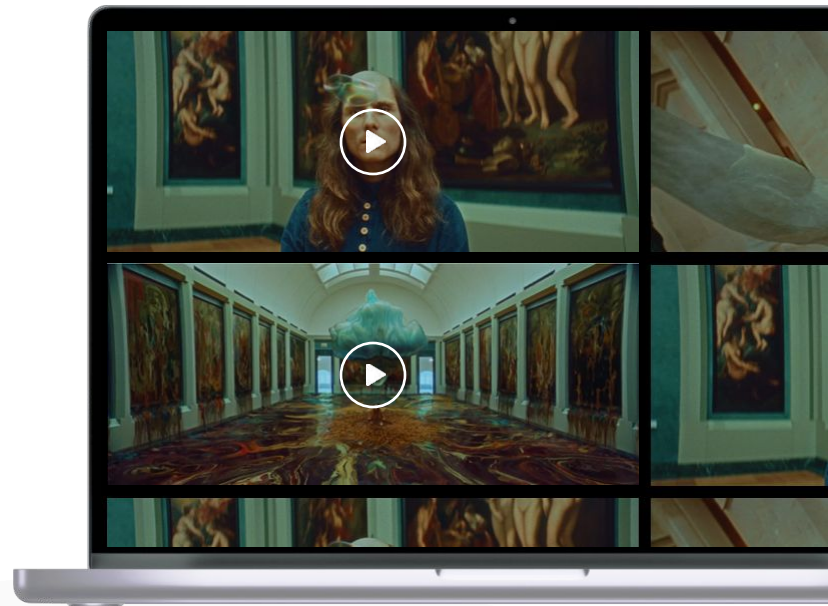
También hay que destacar que es el modelo, o los modelos, que más rápido han evolucionado en 2023, con versiones como SDXL o SDXL Turbo, y que, además, cuentan con un nivel de personalización extremo, pudiendo adaptarlos a casi cualquier necesidad.

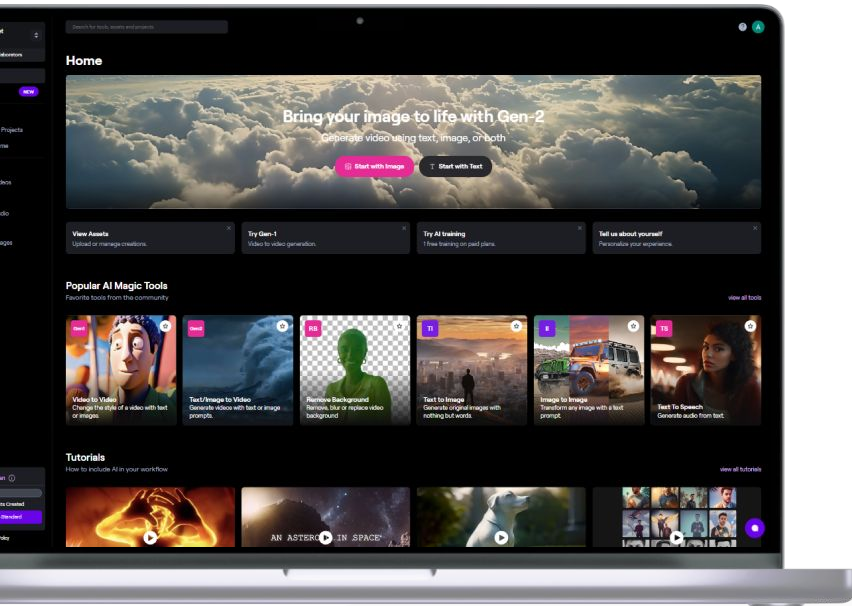
Avances de la IA – Vídeo

La creación de vídeo con Inteligencia Artificial ha experimentado una explosión en 2023, especialmente en la segunda mitad del año, con empresas como Runway, Stability y Pika Labs lanzando productos innovadores.

Con la capacidad de generar vídeos de alta calidad a partir de texto, imágenes o clips de vídeo, estas herramientas están cambiando la forma en que creamos y consumimos contenido de vídeo.

A medida que nos adentramos en el futuro, podemos esperar ver aún más avances en este campo, abriendo nuevas posibilidades para la creatividad y la expresión, así como la democratización de la creación de contenido audiovisual.





runway

Esta compañía, dirigida por el chileno Cristóbal Valenzuela, es la referencia en cuanto a generación de vídeo con Inteligencia Artificial.

Desde que anunciaron GEN-1, su primer modelo que permitía crear vídeos a partir de texto, han ido marcando la pauta para el resto de competidores.

Hoy día se puede utilizar la evolución de ese primer modelo, llamado GEN-2, y además han incorporado una completísima serie de herramientas para acompañar a los creadores.

Dichas herramientas van desde la animación de imágenes, el cambio de estilo de un vídeo o la creación voces para crear narraciones.

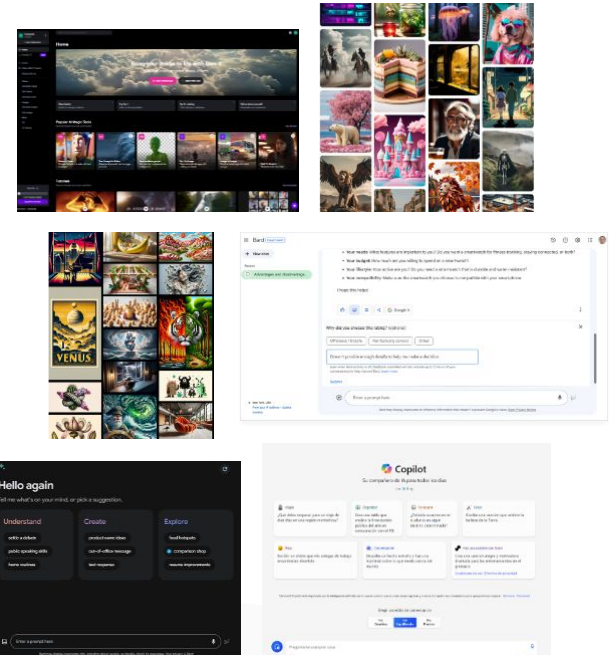
Avances de la IA – Personalización

Uno de los enormes avances de 2023 ha sido el **Fine Tuning**, es decir, la capacidad de personalización por parte de los usuarios **enseñándole nuevos conceptos a la IA**.

Esto ha permitido que dichos sistemas sea aún más flexibles y que se puedan aplicar a casos muy específicos, como por ejemplo el uso de datos de una empresa para realizar análisis de mercado.

Aunque al principio de año “personalizar” un modelo de Inteligencia Artificial era una tarea compleja, a día de hoy han surgido muchas plataformas y herramientas que facilitan dicha labor.

A continuación profundizaremos en la personalización en modelos de lenguaje y de imagen.





Personalización en Texto

Los modelos de lenguaje son muy caros de entrenar y no tienen datos actualizados (GPT-4 Turbo no sabe nada después de abril de 2023).

La capacidad de personalizarlos añadiendo información propia y específica puede dar una gran ventaja competitiva.

Por suerte, cada vez es más sencillo personalizar un modelo de lenguaje, tanto es así, que la propia OpenAI ha habilitado una plataforma que no requiere conocimientos de programación para hacerlo.

Un ejemplo para ilustrar lo específico que se puede llegar a ser con el fine tuning, es un modelo entrenado y compartido en abierto para crear chistes del mítico humorista Eugenio.

Personalización en Imagen

Como ocurre los modelos de lenguaje, los modelos de creación de imágenes también cuentan con la limitación de estar restringidos por los datos usados en su entrenamiento.

De tal forma que no “conocen” personas sin un perfil público relevante, productos que no sean muy reconocidos o estilos de dibujo o diseño propios.

Esto tiene solución gracias a sistemas de entrenamientos como Dreambooth o LoRA, que nos permiten “introducir” conceptos o estilos en los modelos generativos.

El año 2023 empezó pudiendo entrenar estos modelos con herramientas más o menos complejas y a día de hoy se puede hacer desde el móvil con apps como Scenario, LeonardoAI o EverArt.





Midjourney v6.0



SDXL



Midjourney v6.0



SDXL



Midjourney v6.0



SDXL

Avances de la IA - Código abierto

La comunidad open source ha tenido una explosión en 2023, dando a los usuarios de una cantidad de herramientas enorme para empujar los límites de esta tecnología.

Tres de los grandes partícipes de esta explosión han sido Hugging Face, Stability y Meta.

Hugging Face como referencia a la hora de compartir modelos abiertos, Meta abriendo al público sus modelos IA y Stability haciendo lo propio, principalmente, con sus modelos generativos de imagen.

Esto ha propiciado que estén a disposición del público modelos en abierto (SDXL, LLaMA 2) con potencial muy similar a los principales modelos privados (Midjourney, ChatGPT), tanto en texto como en imagen.

Avances de la IA – Regulación

En diciembre de 2023 se aprobó la primera Ley sobre la IA de la Unión Europea.

El inicio de su aplicación se estima en 2024, aunque quedan algunas fases previas por acordar.

Multas de entre el 1.5% y el 7% del volumen de negocios anual, hasta 35 millones de euros.

Los sistemas de inteligencia artificial serán clasificados en categorías de riesgo, y los de mayor riesgo tendrán que cumplir con requisitos más estrictos, como la transparencia y la responsabilidad.



Modelos que cumplen el borrador de la UE

Grading Foundation Model Providers' Compliance with the Draft EU AI Act

Fuente: Stanford Research on Foundation Models (CRM), Institute for Human-Centered Artificial Intelligence (HA)

Draft AI Act Requirements	GPT-4	Cohere Command	Stable	Claude	PaLM 2	BLOOM	LLAMA	Jurassic-2	Luminous	GPT-NeoX	Total
Data sources	✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓		✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓			✓ ✓ ✓ ✓	22
Data governance	✓ ✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓		✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓			✓ ✓ ✓	19
Copyrighted data						✓ ✓ ✓				✓ ✓ ✓ ✓	7
Compute			✓ ✓ ✓ ✓			✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓		✓	✓ ✓ ✓ ✓	17
Energy		✓	✓ ✓ ✓			✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓			✓ ✓ ✓ ✓	16
Capabilities & limitations	✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓	✓	✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓	✓ ✓	✓	✓ ✓ ✓	27
Risks & mitigations	✓ ✓ ✓	✓ ✓	✓	✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓	✓	✓ ✓		✓	16
Evaluations	✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓			✓ ✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓		✓	✓	15
Testing	✓ ✓ ✓	✓ ✓			✓ ✓	✓ ✓		✓			10
Machine-generated content	✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓		✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓		✓ ✓ ✓	✓	✓ ✓	21
Member states	✓ ✓			✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓				✓		9
Downstream documentation	✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓		✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓			✓ ✓ ✓	24
Total	25/48	23/48	22/48	7/48	27/48	36/48	21/48	8/48	5/48	29/48	

Avances de la IA - Compañías creadas

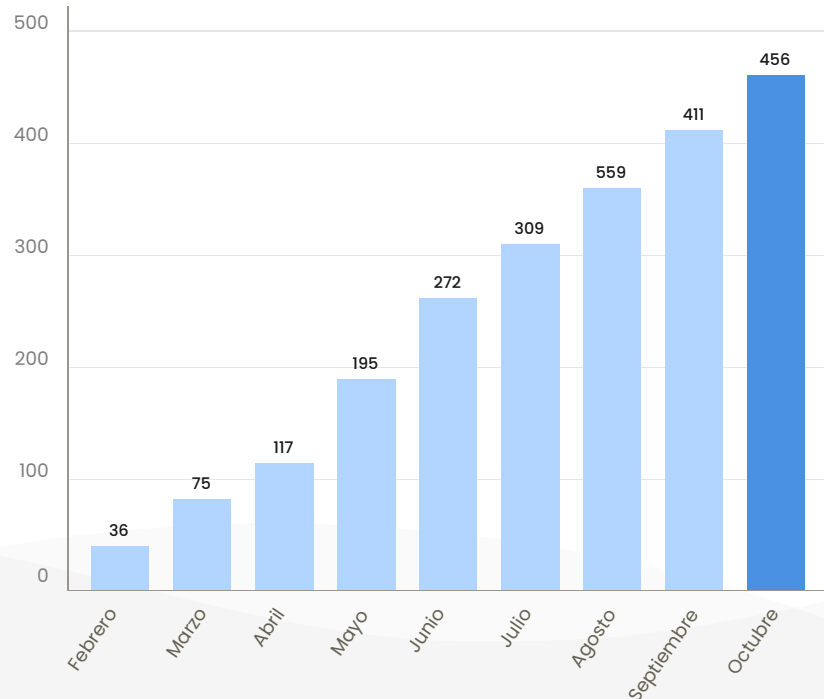
La llegada de ChatGPT de OpenAI en noviembre inició una revolución en la inteligencia artificial generativa. Desde entonces, la industria de SaaS ha visto florecer más de 450 productos innovadores.

La actividad fue intensa, con un máximo de lanzamientos en mayo y junio. Posteriormente, el entusiasmo inicial comenzó a equilibrarse hacia el final del verano.

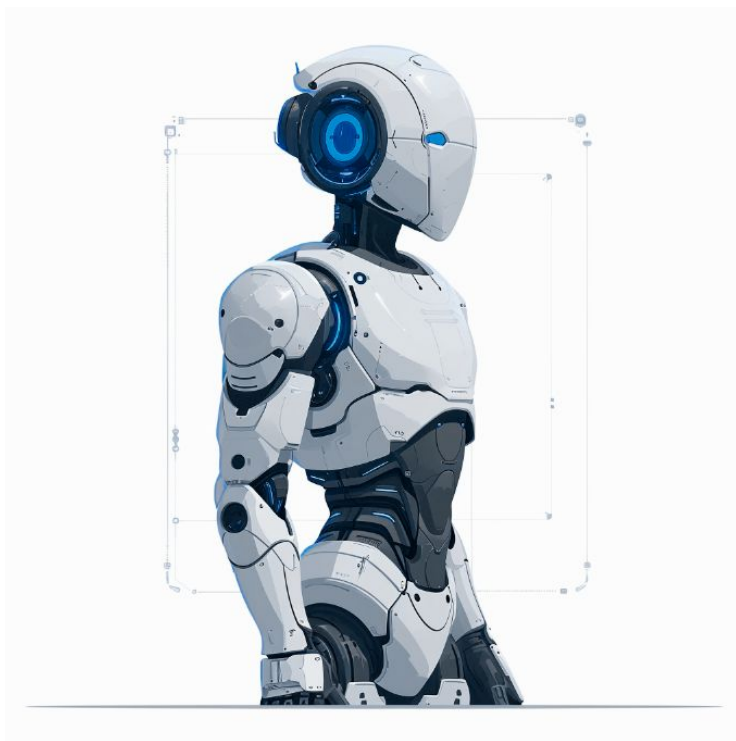
Pioneros del sector, como Salesforce, no perdieron tiempo y desvelaron Einstein GPT. Mientras tanto, HubSpot irrumpió en la escena con su propio ChatSpot.

Estos lanzamientos son solo la punta del iceberg en la rápida evolución de la IA generativa.

Compañías SaaS creadas en 2023 (Valor agregado)



4 Impacto de la IA



El impacto de la IA

En esta sección del informe vamos a intercalar datos de distintas fuentes internas y externas para intentar reflejar con números el impacto real que ha tenido la Inteligencia Artificial en distintos ámbitos profesionales.

Dichas fuentes siempre contarán con un alto y probado nivel de fiabilidad para asegurar la validez de los datos. Entre estas fuentes encontramos Stanford, Forbes Advisor, Google Trends o McKinsey.

Todas ellas pueden consultarse en su correspondiente enlace en la sección “Referencias” al final del informe.

A final de este apartado se podrá ver cómo la alianza entre Inteligencia Artificial y humanos ha alcanzado un punto quizás irreversible durante el año 2023.

IA en el día a día – Utilización

Más allá del ámbito profesional y laboral, en el que profundizaremos más adelante, la Inteligencia Artificial se ha filtrado en la rutina diaria de cada vez más personas.

Un ejemplo de esta expansión lo muestran los resultados del estudio que indica que el 27% de los americanos interactúa con la IA varias veces al día.

Por otro lado, el 58% de los adultos de EE. UU. dice conocer ChatGPT, pero sólo un 14% lo ha utilizado.

Este dato vuelve a poner de relevancia la disonancia entre lo que los usuarios dicen saber y la aplicación práctica de dichos conocimientos.

EL **58%** de los
adultos en USA
conoce ChatGPT

Sólo el **14%**
ha usado
ChatGPT

EL **27%** de
los americanos
interactúa varias
veces al día con
la IA

IA en el día a día – Tipo de uso

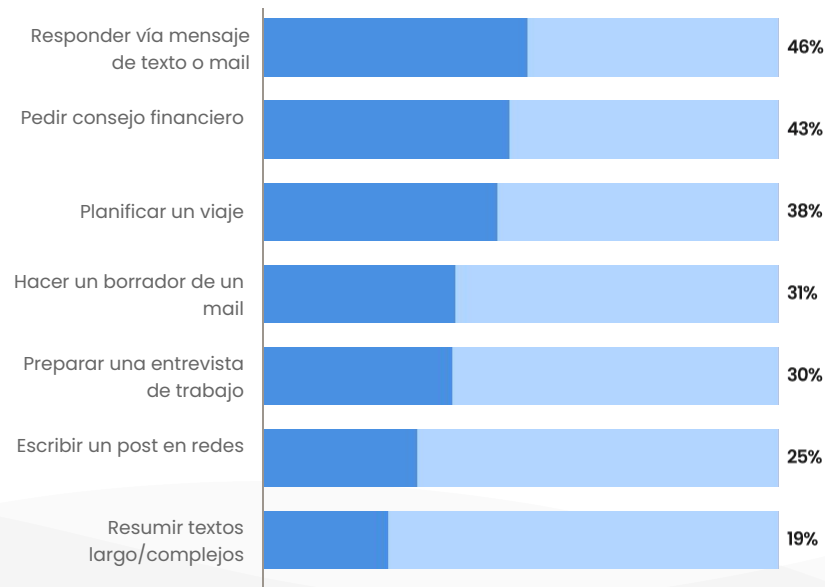
En la siguiente encuesta sobre qué tareas planean hacer con la IA, colocó a responder a personas a través de mensajes de texto o correo electrónico como la más destacada, con un 45%.

En segundo lugar, y muy cerca del primer puesto, encontramos el uso de la IA para resolver preguntas financieras, con un 43%.

En tercer lugar, quedaría planificar el itinerario de un viaje, con un 38%.

Las otras actividades que las personas planean hacer con ayuda de la IA incluyen redactar un correo electrónico (31%), prepararse para una entrevista de trabajo (30%), escribir una publicación en redes sociales (25%) y resumir textos complejos o extensos (19%).

Tareas con IA que planean hacer los usuarios



IA en el día a día – Percepción

El 46% de los adultos de EE. UU. cree que la IA avanza demasiado rápido.

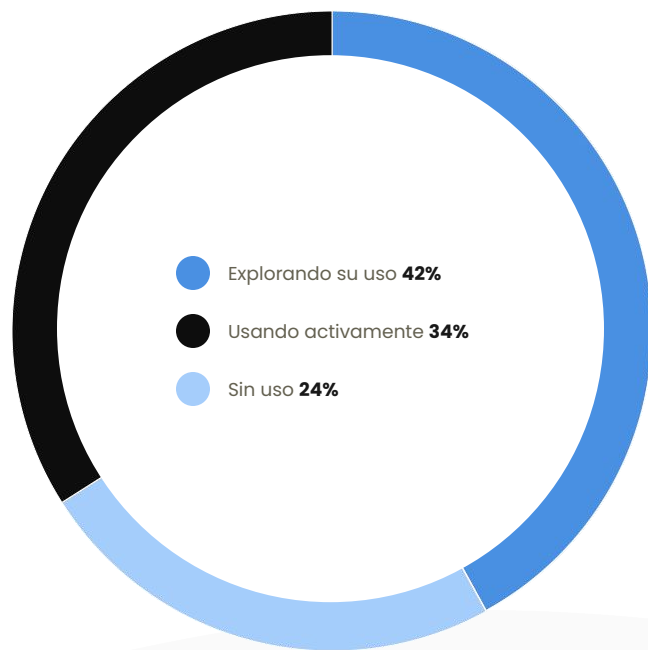
Dos tercios de la población mundial cree que habrá cambios significativos en sus vidas debido a servicios y productos con IA en los próximos tres a cinco años.

De media, sólo la mitad de los encuestados (54%) cree que la IA tiene más beneficios que desventajas.

2 de cada 3
personas cree que
su vida cambiará
por la IA

Sólo el **54%** cree
que tiene más
ventajas que
inconvenientes

El **46%** de
adultos en USA cree
que la IA avanza
muy rápido.



IA en el trabajo

Probablemente, el sector donde más uso se le esté dando a la Inteligencia Artificial, más allá del académico y el de la investigación, sea en el entorno laboral.

Esto es debido a las grandes ventajas competitivas que, a priori, obtienen las compañías que implementan esta tecnología en sus flujos de trabajo.

En cuanto a su implantación real, el 34% de las compañías consultadas utilizan IA, mientras que otro 42% está explorando activamente sus posibilidades.

Esto nos deja con un 24% que por el momento no se plantea la inclusión de la Inteligencia Artificial en sus procesos.

IA en el trabajo – Tipo de uso I

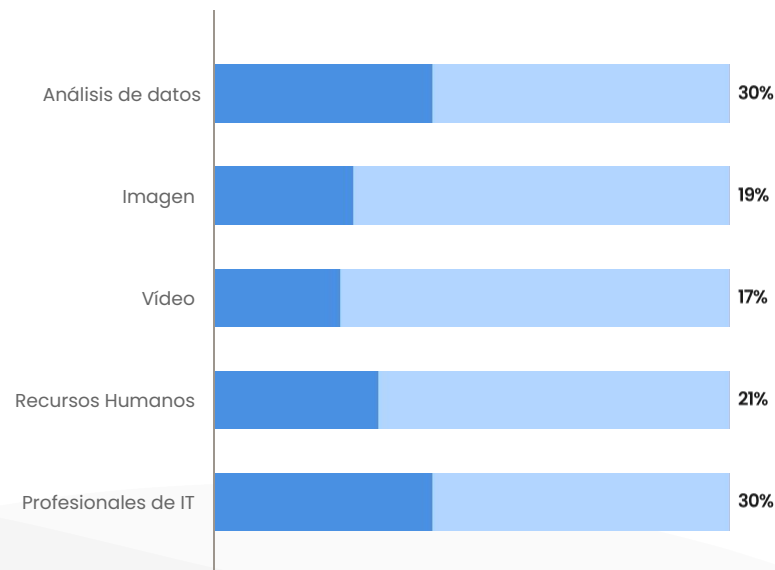
Análisis de Datos: Un significativo 30% señala el uso de IA para el análisis de datos.

Imágenes y Video: El 19% y 21% de los encuestados respectivamente, mencionan que en sus empresas utilizan generadores de imágenes por IA y herramientas de generación de video con IA.

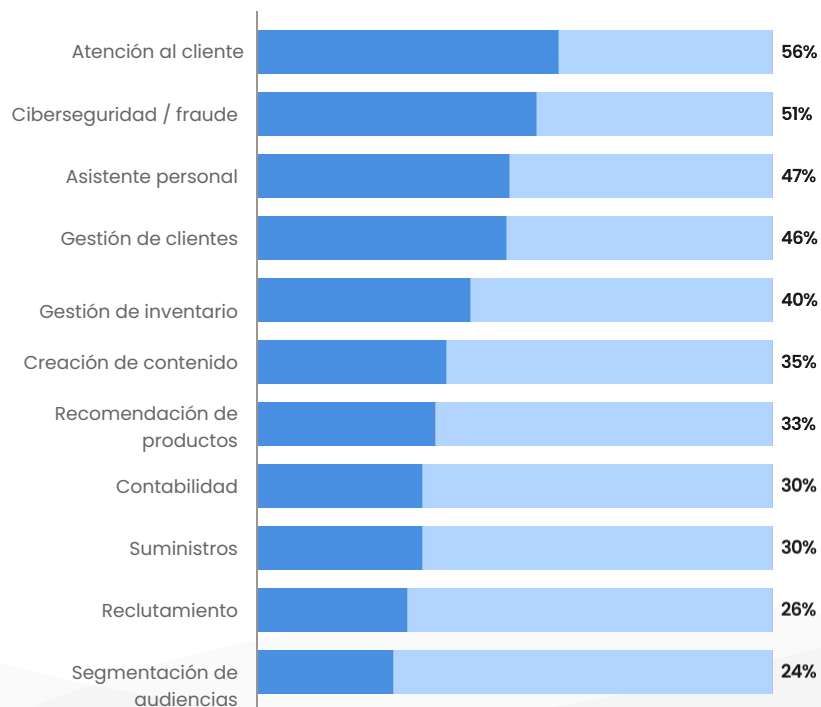
RR. HH.: Un 17% confirma la adopción de IA en procesos de recursos humanos y reclutamiento.

Profesionales de IT: El 30% de los expertos en IT reconoce que sus colegas emplean herramientas de IA y automatización para eficiencia en el tiempo.

Tipo de uso de la IA en el trabajo



Cómo planean usar la IA los dueños de negocios



IA en el trabajo - Tipo de uso II

La mayor parte de los propietarios y dueños de negocios encuestados dicen planear usar la Inteligencia Artificial para atención al cliente, control de fraude y ciberseguridad y como asistente personal digital.

Más allá de esos usos, también declaran querer usarlo para gestión de clientes, de inventario y creación de contenido, aunque en menor medida.

Por último, otros usos que también son relevantes, aunque en menor medida, son las tareas de reclutamiento y adquisición de talento, la contabilidad o la recomendación de productos.

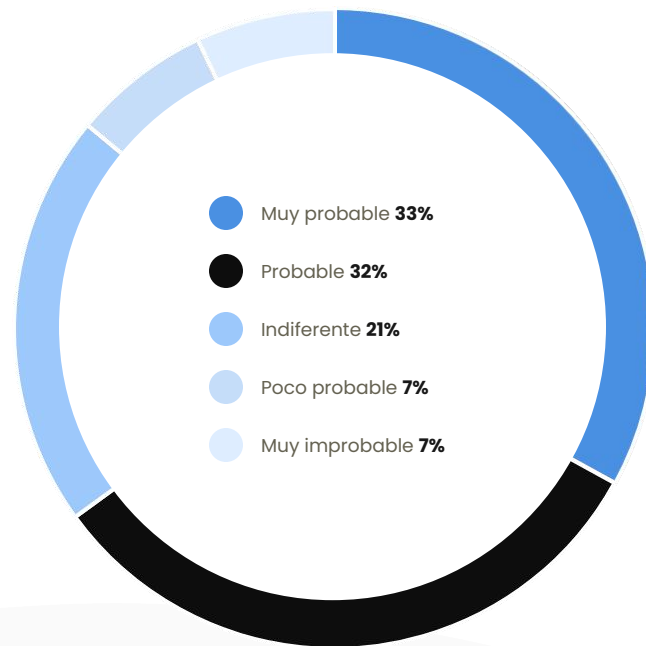
IA en el trabajo - Confianza en negocios

Un destacado porcentaje de los encuestados sobre la confianza en las empresas que utilizan inteligencia artificial, muestra una disposición positiva (55%)

Un considerable 33% indica que es muy probable que confíen en tales empresas mientras que otro segmento similar (32%) dice que es probable que confíe.

En contraste, una minoría (14%) expresa reticencia y un 21% no muestra preferencia alguna.

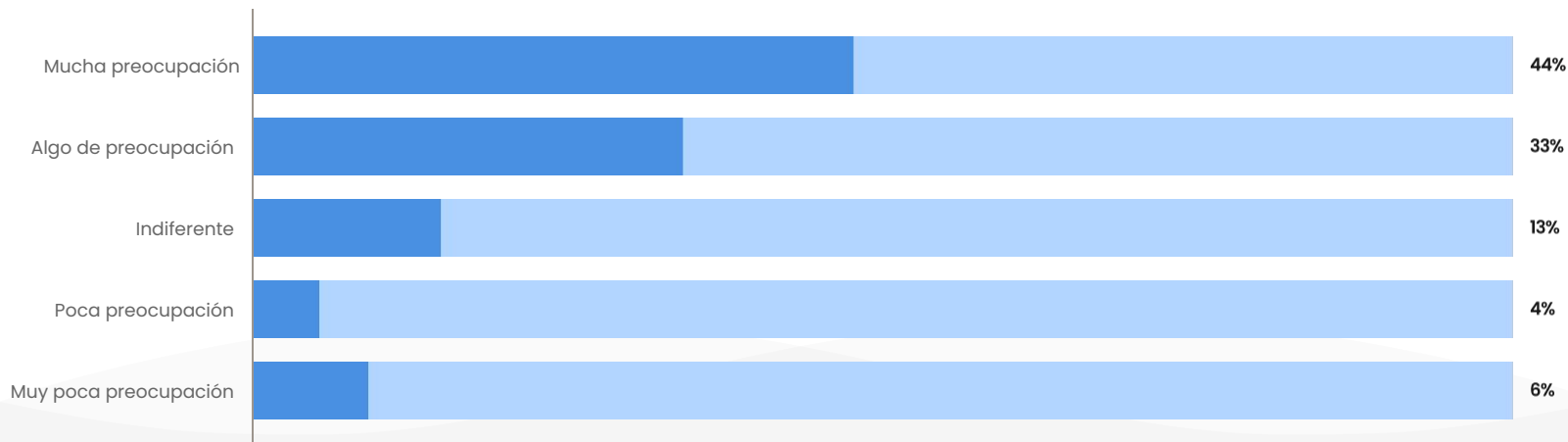
La tendencia sugiere que, si bien hay un camino por recorrer para lograr una confianza universal en la IA, las empresas que la emplean están recibiendo una respuesta mayoritariamente positiva, lo que puede alentar la integración continua de la IA en las operaciones empresariales.



IA en el trabajo – Nivel de Preocupación

Según este estudio de Forbes, el nivel de preocupación entre los consumidores sobre la pérdida de empleos humanos debido a la inteligencia artificial. En ella, un **44%** de los encuestados indicaron estar muy preocupados por esta posibilidad y un **33%** preocupados de alguna manera. Esto indica que la mayoría de las personas tienen algún grado de inquietud respecto al impacto de la IA en el mercado laboral.

Nivel de preocupación sobre la pérdida de empleo en humanos frente a la IA



IA en el trabajo – Trabajos en riesgo

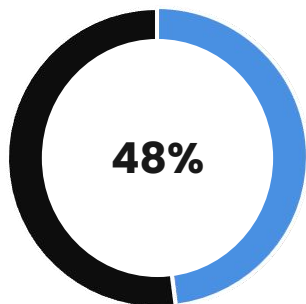
Lista de las 20 ocupaciones con menor exposición a la IA:

- ▶ Peluqueros
- ▶ Cuidadores de niños
- ▶ Lavavajillas
- ▶ Instaladores y técnicos de ascensores y escaleras mecánicas
- ▶ Instaladores de cercas
- ▶ Bomberos
- ▶ Trabajadores de casinos
- ▶ Auxiliares de instalación, mantenimiento y reparaciones
- ▶ Personal de limpieza y mantenimiento
- ▶ Jardineros y cuidadores de áreas verdes
- ▶ Empleados de lavandería y tintorería
- ▶ Camareras de piso y limpiadores
- ▶ Asistentes de enfermería
- ▶ Auxiliares de clínica y ayudantes psiquiátricos
- ▶ Asistentes de a bordo
- ▶ Asistentes de cuidado personal
- ▶ Tendido de tuberías
- ▶ Operarios de prensado textil y confección
- ▶ Operadores y ajustadores de máquinas para madera
- ▶ Esteticistas

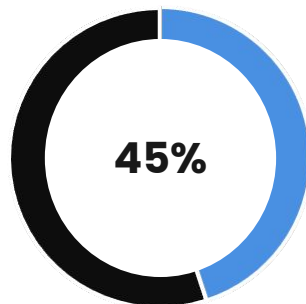
Lista de las 20 ocupaciones con mayor exposición a la IA:

- ▶ Dibujantes de arquitectura y obra civil
- ▶ Empleados de facturación
- ▶ Técnicos de laboratorio biológico
- ▶ Auxiliares de contabilidad y auditores
- ▶ Diseñadores industriales
- ▶ Ingenieros de sistemas
- ▶ Taquígrafos judiciales
- ▶ Analistas financieros
- ▶ Operadores de ingreso de datos
- ▶ Secretarios de juzgado
- ▶ Gestores de crédito
- ▶ Transcripciones médicas
- ▶ Delineantes técnicos
- ▶ Asistentes jurídicos
- ▶ Empleados de nóminas
- ▶ Supervisores de producción
- ▶ Correctores de textos
- ▶ Operadores de central telefónica
- ▶ Preparadores de impuestos
- ▶ Registradores de la propiedad

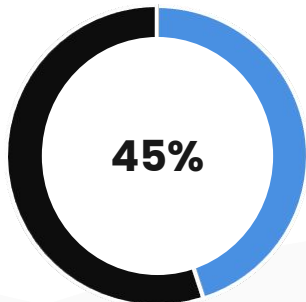
Principales usos de la IA generativa en Marketing Digital



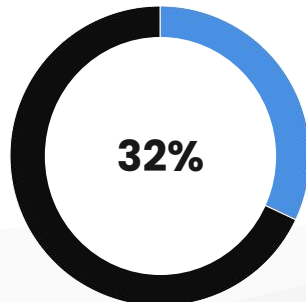
Creación De Contenido



Análisis De Datos Y Reportes



Aprendizaje



Investigación

IA en Marketing Digital - Usos

La inteligencia artificial generativa se está utilizando en el marketing para diversas tareas, destacando su uso en:

- Creación de contenido, **48%**.
- Análisis de datos y reportes, **45%**.
- Aprendizaje, **45%**.
- Investigación, **32%**.

Además, un **90%** de los especialistas en marketing afirma que la IA y la automatización han reducido el tiempo dedicado a tareas manuales.

Un **80%** encuentra mayor satisfacción en su trabajo gracias a la IA, y un **79%** cree que la IA potencia los aspectos creativos de su rol.

IA en Marketing Digital - Herramientas

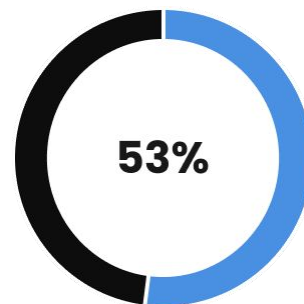
En el ámbito del marketing, las herramientas de IA más populares son:

- Chatbots, utilizados por el 53% de los especialistas en marketing.
- Herramientas de generación de texto, empleadas por el 44%.
- Herramientas visuales, también con un 44% de uso.
- Herramientas de audio, elegidas por el 31%.

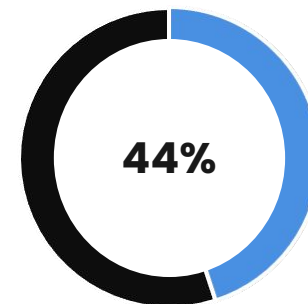
Además, un 82% de los profesionales del marketing señala que la IA generativa ha transformado sus planes de creación de contenido para 2023.

Un 69% considera que es esencial para su estrategia general.

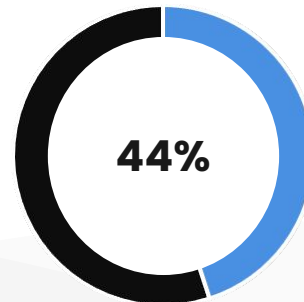
Herramientas IA más populares en Marketing Digital



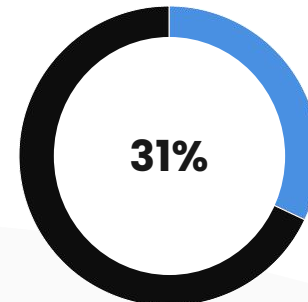
Chatbots



Generación De Texto

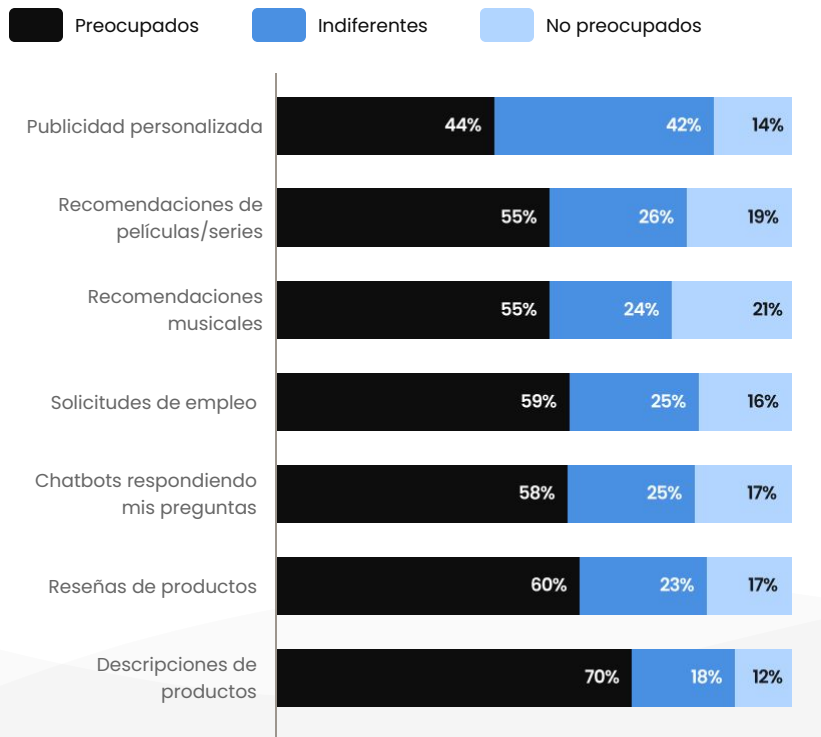


Visuales



Audio

Tipos de contenidos donde los consumidores están preocupados por el uso de la IA



IA en Marketing Digital

La preocupación más significativa de los encuestados se observa en las descripciones de productos, donde un 70% de los consumidores expresan inquietud, lo que resalta la importancia de la autenticidad y precisión en las representaciones de productos en línea.

Las reseñas de productos y la publicidad personalizada también son áreas de considerable preocupación, con un 60% y un 64% respectivamente.

Esto subraya una tendencia de cautela entre los consumidores sobre cómo la IA puede influir en la percepción y la decisión de compra.

En el marketing digital, estos datos sugieren la necesidad de transparencia y construcción de confianza cuando se utilizan tecnologías de IA para generar contenido de consumo.

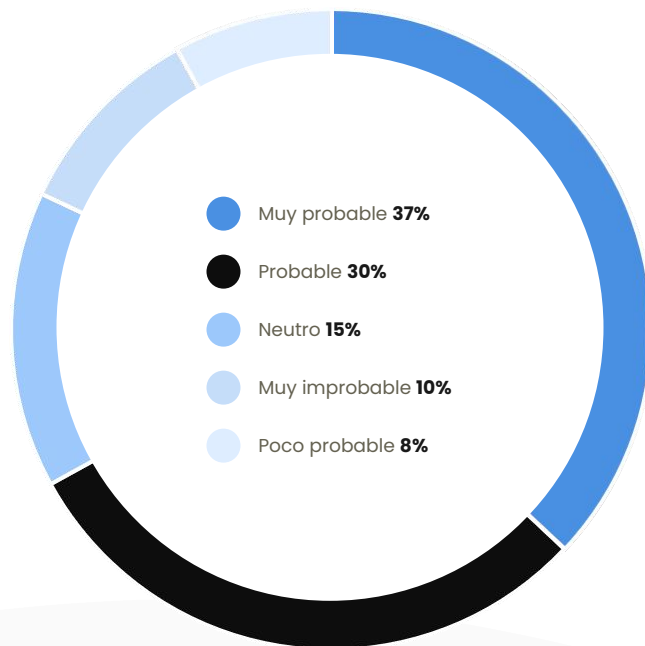
IA en SEO – ¿Usarías ChatGPT en lugar de Google?

Un 37% de los encuestados indica que es muy probable que utilicen ChatGPT en lugar de Google, lo que representa la mayor parte de las respuestas.

Por otro lado, un 30% considera que es algo probable que hagan el cambio, mientras que un 15% se mantiene neutral.

Los que encuentran poco probable o muy poco probable el cambio suman un 18%, mostrando una minoría menos inclinada a adoptar ChatGPT sobre el tradicional motor de búsqueda de Google.

Esto refleja un interés significativo en la adopción de nuevas tecnologías de inteligencia artificial para la búsqueda y el procesamiento de información en línea.





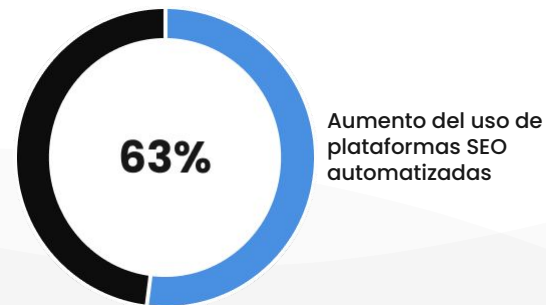
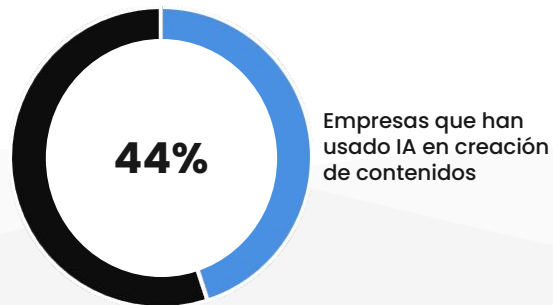
IA en SEO - Estadísticas de uso I

Automatización de Tareas Repetitivas: El uso de plataformas de dato SEO automatizadas, impulsadas en gran medida por la IA, ha aumentado un 63% en un año.

Análisis de Grandes Cantidades de Datos: Casi el 31% de los especialistas en marketing considera que la IA es el aspecto más importante de su estrategia de datos, incluyendo el SEO.

Creación de Contenidos: El 44.4% de las empresas han utilizado IA para la producción de contenidos.

Competitividad y Uso de IA en SEO: Las empresas que utilizan IA para el SEO superan a sus competidores en un 50%.



IA en SEO – Estadísticas de uso II

Aproximadamente el 40% de los equipos de marketing y ventas reportan usar IA en su estrategia de SEO, evidenciando una tendencia creciente.

Se estima que el 73% de los especialistas en marketing planean aumentar el uso de IA en SEO el próximo año.

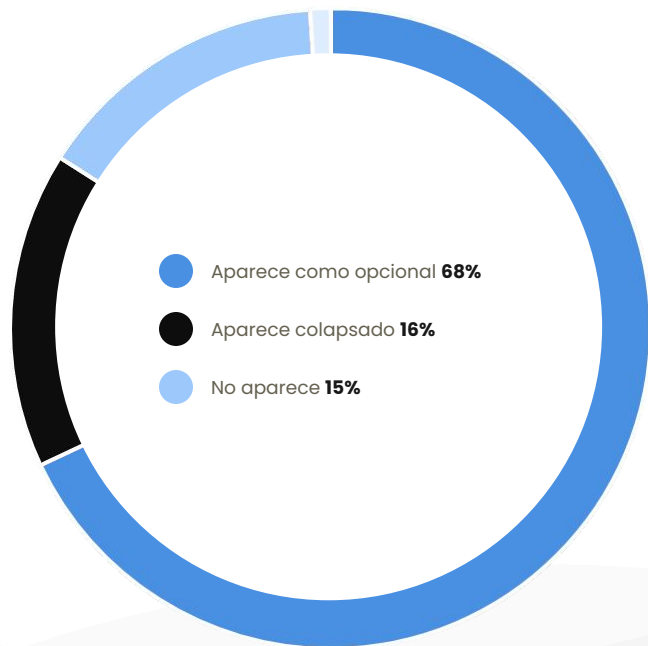
La IA ha incrementado la efectividad de la búsqueda de palabras clave en hasta un 50%.

El **40%** de los equipos de marketing usan IA para SEO

El **73%** de los profesionales planea aumentar el uso de la IA

La IA mejoró en un **50%** la efectividad del keyword research

Aparición de SGE en búsquedas web (en %)



IA en SEO - Google SGE

En mayo de 2023, Google lanzó su modelo Search Generative Experience (SGE), o experiencia de búsqueda generativa.

SGE es una iniciativa apoyada en IA, en fase beta, que transforma cómo se presentan los resultados de búsqueda. Este avance es accesible a través de Search Labs y de momento sólo está disponible en Estados Unidos

Su objetivo es no sólo organizar el contenido web existente, sino que también crear contenido nuevo, ofreciendo perspectivas y análisis generados por IA sobre marcas y tendencias, lo cual podría tener un impacto significativo en el campo del SEO.

IA en Campañas de pago – Anuncios sobre IA

Crecimiento Exponencial en publicidad de IA:

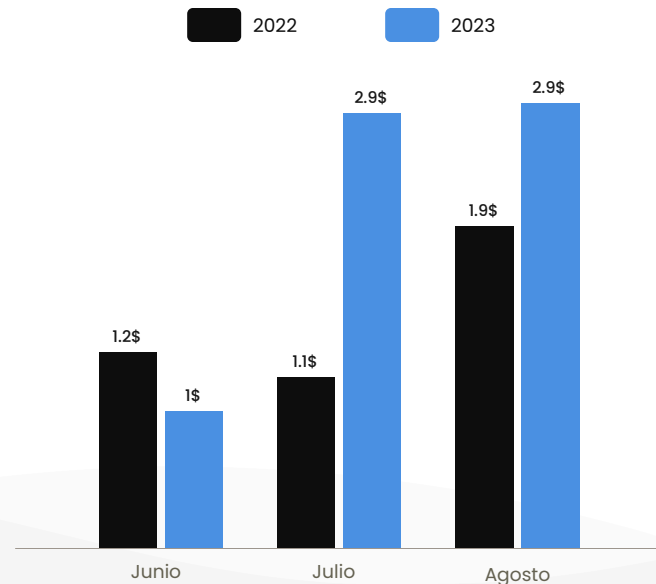
- La inversión en publicidad IA supera los \$9 millones en 2023, un aumento del 9% respecto a 2022.
- Junio a agosto 2023: Periodo clave con \$6.8 millones invertidos, un salto del 60%.

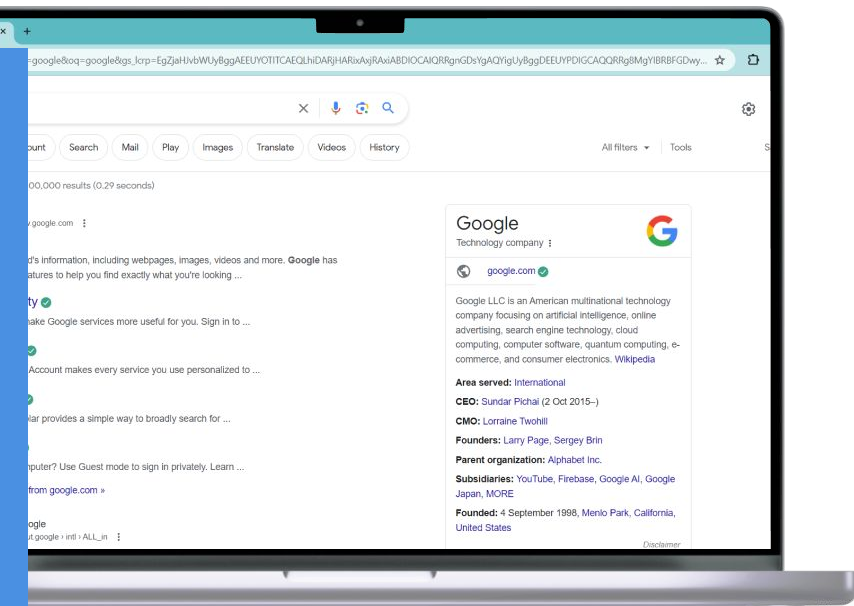
Tendencia Ascendente:

- Más de 270 anunciantes de IA rastreados en el último año.
- Duplicación de anunciantes de IA en verano 2023 comparado con el año anterior.

Inversión en anuncios en Inteligencia Artificial

(Comparación 2022-2023 junio-agosto)





IA en Campañas de pago · Google

Google ha incorporado durante el año 2023 varias herramientas y procesos de automatización en su plataforma de Google Ads con el objetivo de optimizar los resultados de los anunciantes. Estos son algunos ejemplos:

Interfaz Conversacional: Facilita la creación de campañas con una interfaz de usuario amigable que analiza páginas de destino y anuncios para generar palabras clave relevantes, encabezados, descripciones e imágenes.

Activos Creados Automáticamente (ACA): Mejora la relevancia del anuncio adaptándose al contexto de las consultas de búsqueda de los usuarios.

Performance Max con IA: Los anunciantes que usan Performance Max han reportado un aumento impresionante en las conversiones, con un crecimiento medio del 18%.

Generación de Imágenes: Facilita la creación de imágenes de productos únicas y personalizadas.

IA en Campañas de pago · Meta

Por su parte, Meta también ha hecho un fuerte apuesta durante el 2023 para incorporar funcionalidades con el doble objetivo de facilitar la creación de anuncios a los usuarios, por un lado, y aumentar el rendimiento de los mismos por otro. Algunos de usos de la IA en la plataforma de Meta son:

Optimización y Personalización: Herramientas para ajustar automáticamente los anuncios a diferentes formatos en Instagram y Facebook

Generación de Fondos y Expansión de Imagen: Crea fondos que complementan las imágenes de productos y ajusta activos creativos para distintas plataformas.

Variaciones de Texto: Genera múltiples opciones de texto para mejorar el alcance y la relevancia del público objetivo.

Ahorro de Tiempo: Reducción de más de **cinco horas** semanales en la creación de anuncios.



IA en Experiencia de Usuario

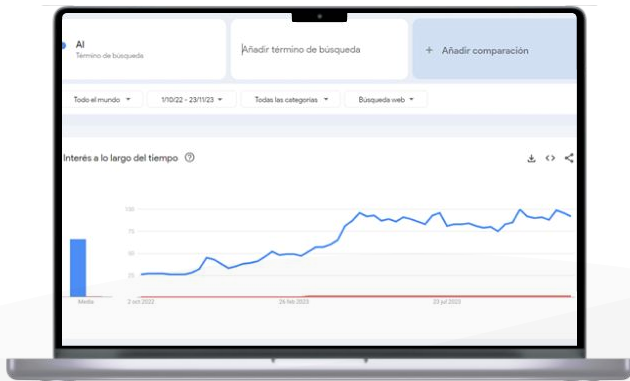
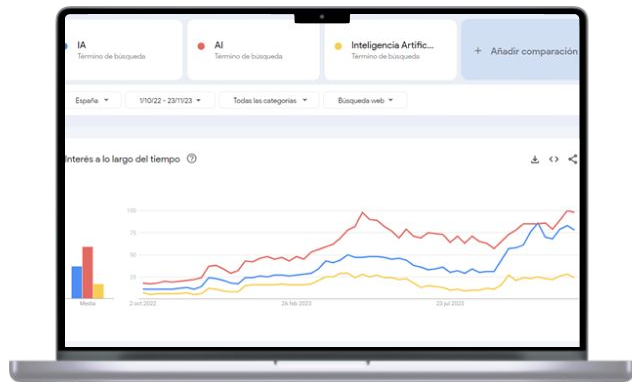
La Inteligencia Artificial también ha entrado de lleno en la disciplina del CRO u optimización de experiencia de usuario, proporcionando herramientas y aplicaciones con numerosas ventajas para los profesionales.

Por poner un ejemplo podemos hablar de los **análisis predictivos con IA utilizando datos históricos**, gracias a ellos se pueden hacer predicciones sobre las tasas de conversión futuras. Esto permite a los especialistas en marketing optimizar las campañas en función de los resultados previstos sin necesidad de recopilar nuevos datos de los usuarios.

Otros caso de Inteligencia Artificial aplicada a CRO podrían ser las **predicciones de mapas de atención visual** con herramientas como Attention Insight como se ve en las imágenes o el uso de las capacidades de visión de los modelos IA para **analizar landing pages**, UX, etc.

Por último, también Microsoft ha implementado funcionalidades con IA en su plataforma Clarity, en forma de copilotos y chats que ayudan al usuario a comunicarse con los datos usando lenguaje natural.





Tendencias – Google Trends 1/3

Como se puede observar en el gráfico histórico de Google Trends sobre la popularidad de los términos generales sobre Inteligencia Artificial, desde noviembre de 2022 no ha hecho más que subir el interés.

En general se aprecia que marzo fue el pico, probablemente vinculado al anuncio de GPT-4 y a partir de ahí se ha estabilizado el crecimiento sin grandes picos.

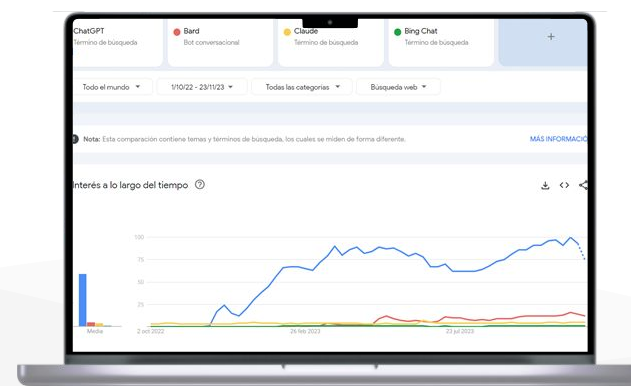
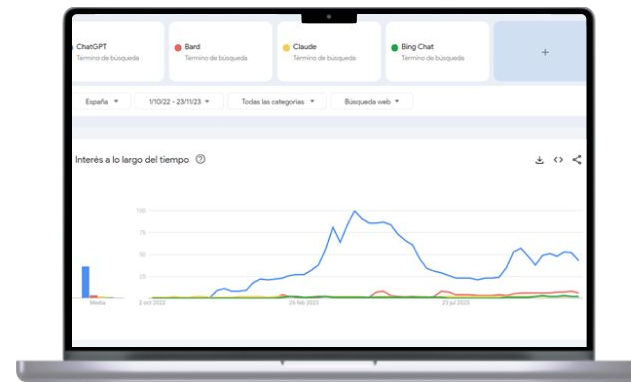
Es interesante resaltar que los términos en España reflejan una ligera caída con la llegada del verano, que podría tener su explicación con el fin de las clases y cursos formales.

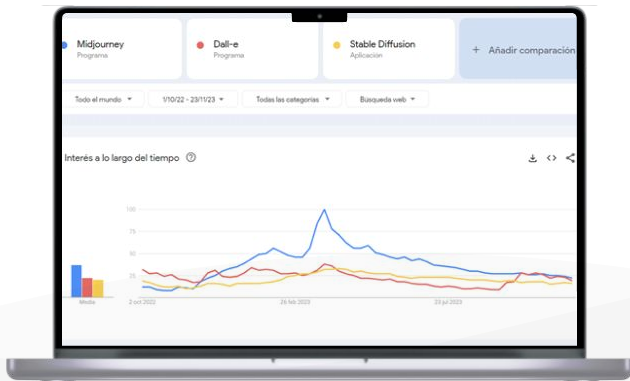
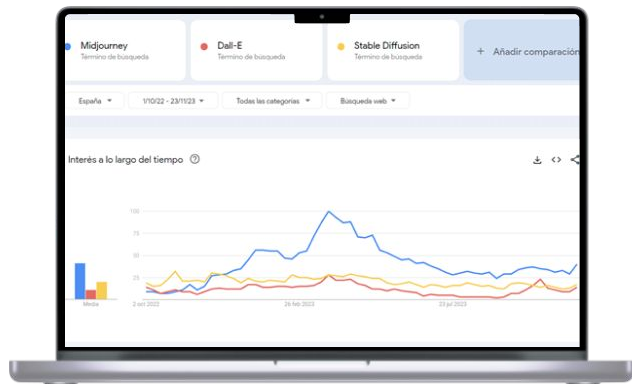
Tendencias - Google Trends 2/3

En cuanto al uso de los diferentes chatbots de Inteligencia Artificial, parece evidente que ChatGPT no ha tenido rival durante todo este período.

Tan sólo Bard ha tenido un pequeño incremento, justificado en parte por su anuncio en marzo y por su constante intento de mejora por parte de Google.

En estas gráficas, además, se puede ver aún más acusado el pico de interés en marzo y el descenso con la llegada del verano, especialmente relevante al comparar la gráfica global con la de los datos de España.





Tendencias - Google Trends 3/3

Por último, la tendencia y popularidad de las distintas herramientas de generación de imagen parece haber tenido su pico junto al boom general en marzo y a partir de entonces ha descendido notablemente.

Se puede ver en las gráficas que Midjourney ha estado casi todo el tiempo en cabeza, aunque Dall-E, probablemente gracias a la publicación de su versión 3 a finales de año, ha tenido un repunte y a nivel global están muy parejos.

Stable Diffusion se mantiene constante en un tercer nivel, con una gráfica más estable. En este sentido, cabe destacar que es más complejo de analizar, ya que su uso está mucho más extendido entre diferentes plataformas, mientras que Midjourney y Dalle-E están más centralizados.

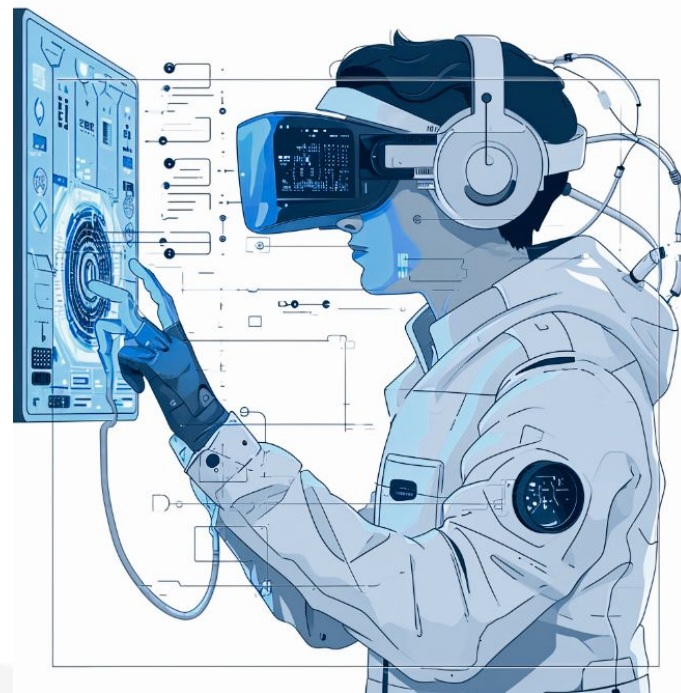
5 El Futuro de la IA

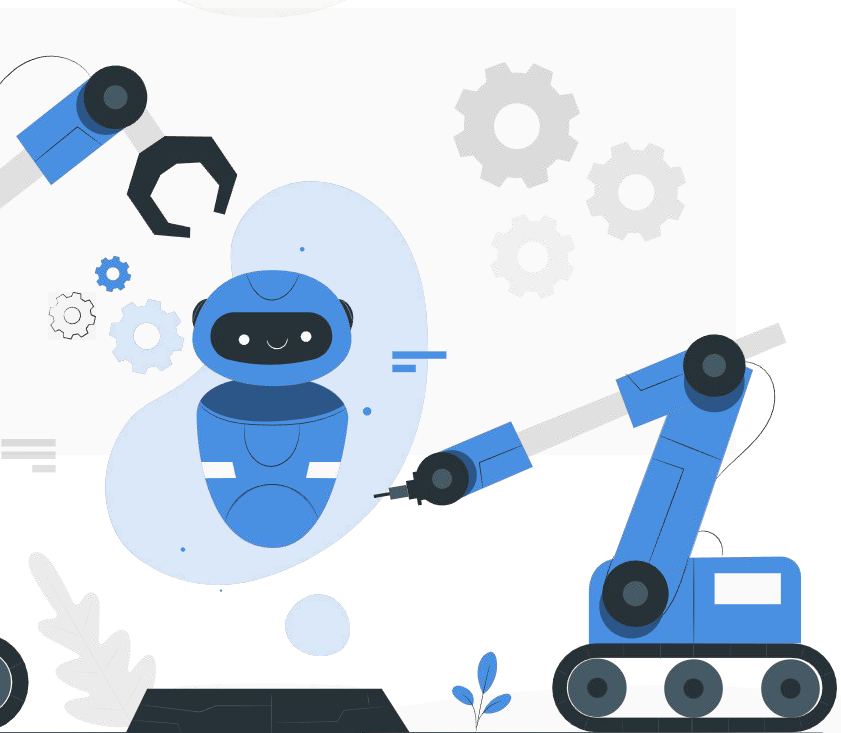
El futuro de la IA

A medida que avanzamos hacia el futuro, la Inteligencia Artificial se perfila como un factor clave en la configuración de nuestra sociedad y economía.

En esta sección haremos un breve repaso a algunas de las predicciones más representativas relacionadas con la IA para los próximos años.

Para ello, nos aproximaremos desde el punto de vista optimista, pero también destacaremos algunos de los riesgos implícitos del rápido avance de la Inteligencia Artificial.





El futuro de la IA – Productividad I

Seguramente “productividad” sea uno de los términos que, junto a “optimización”, más veces aparecen vinculados a los avances de la Inteligencia Artificial.

Esto es así porque la consecuencia directa de contar con un copiloto que nos potencie, da como resultado, al menos a priori, una mejora palpable en el rendimiento, ya sea académico, laboral o del tipo que sea.

Un 64% de las empresas espera que la inteligencia artificial aumente su productividad.

Este dato, obtenido de una encuesta de Forbes Advisor, muestra un porcentaje significativo de negocios que cree que la IA ayudará a incrementar su productividad general. Esto refleja una creciente confianza en el potencial de la IA para transformar las operaciones empresariales.

El futuro de la IA – Productividad II

Por suerte, no todos los datos en torno a la productividad y la Inteligencia Artificial se basan en expectativas de los usuarios, también hay estudios que parecen demostrar esta idea.

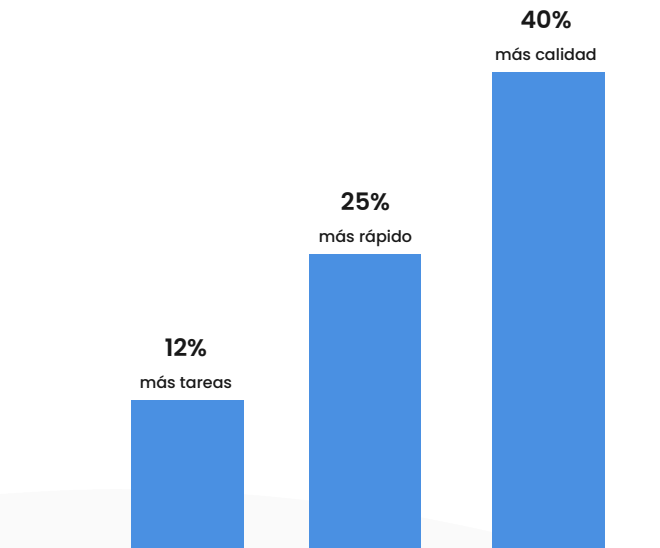
Investigadores de universidades de prestigio y la consultora BCG tomaron una muestra representativa de cientos de consultores de esta empresa. Les asignaron aleatoriamente distintos trabajos típicos de su profesión, como redactar textos, analizar datos y crear ideas innovadoras.

A un grupo se le permitió utilizar ChatGPT (GPT-4) para realizar las tareas. Al grupo de control no se le dio acceso a la IA.

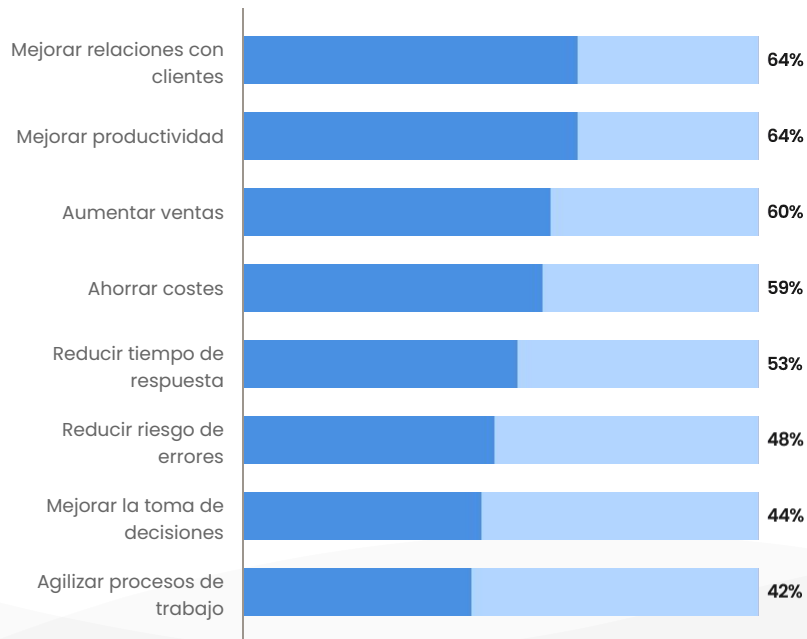
Tras medir múltiples indicadores, los consultores que usaron IA completaron un 12% más de tareas, un 25% más rápido, y con un 40% mayor calidad que sus colegas.

Como este, hay numerosos estudios de entidades y empresas notables, como Microsoft, que han obtenido resultados similares en sus análisis.

Mejora de rendimiento usando ChatGPT



Porcentaje de propietarios de negocios que espera que suceda lo siguiente



El futuro de la IA – Otros Beneficios

Además de la mejora en productividad, hay otros muchos campos dentro del ámbito de empresa en los que se esperan importantes mejoras.

Más de la mitad de los propietarios de negocios encuestados creen que mejorarán la productividad, sus relaciones con los clientes o consumidores y ahorrarán costes.

Otros procesos en los que también hay optimismo son reducir el riesgo de errores, reducir el tiempo de respuesta y mejorar la toma de decisiones.

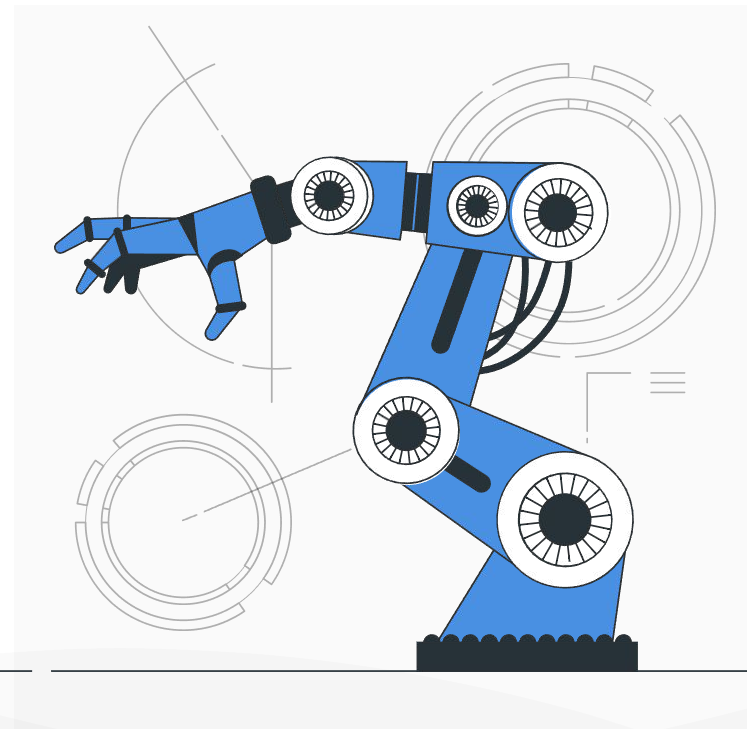
El futuro de la IA - Accesibilidad

Además de beneficios en el aspecto laboral o empresarial, la Inteligencia Artificial ha conseguido empezar a vencer barreras de accesibilidad que parecían propias de ciencia ficción.

Quizás uno de los ejemplos más significativos de la aplicación de esta tecnología a un caso real sea el de Ann Johnson, con parálisis a causa de un infarto cerebral.

Ann ha logrado volver a comunicarse mediante su actividad cerebral, gracias a las investigaciones del equipo de Eddie Chang.

Dicha actividad se ha logrado interpretar y su voz ha sido clonada e integrada en un avatar. Gracias a ello, Ann puede producir 75 palabras por minuto con un 75% de precisión.



El futuro de la IA – Fake News

El futuro de la Inteligencia Artificial no sólo presenta beneficios y buenas perspectivas. Junto a sus ventajas, vienen de la mano algunos desafíos y preocupaciones que es importante abordar.

Uno de los riesgos que se plantean con la llegada de la IA y su cada vez mayor capacidad de generar contenido es el de la desinformación.

Si antes del boom actual las Fake News ya se habían convertido en un quebradero de cabeza para los medios, usuarios y corporaciones como Google, parece que en el futuro no será tarea fácil mantenerse informado. Un estudio interesante en este sentido es el que nos dice que tan **sólo un 54% de los encuestados fue capaz de reconocer textos escritos con IA.**

Según otro estudio, **Más del 75% de los usuarios muestran preocupación frente a la desinformación que puede provocar la IA.**



El futuro de la IA – Deep Fakes

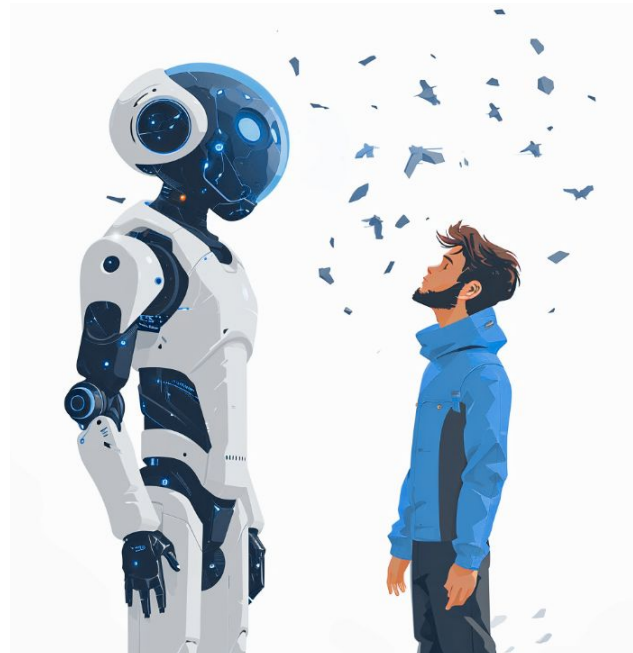
Otra de las grandes preocupaciones alrededor de la Inteligencia Artificial son los Deep Fakes, es decir, la capacidad de crear clones digitales casi idénticos de una persona.

Este tipo de tecnología no es nueva, pero con la llegada de la IA es mucho más sencillo conseguir resultados a nivel visual o sonoro muy convincentes desde cualquier ordenador doméstico.

Un 80% de los adultos en EE. UU. declara tener miedo a que la IA suplante a alguien y acceda a información restringida.

A lo largo de este 2023 han sido numerosas las noticias alrededor de estafas, robos y delitos similares como consecuencias del uso de Deep Fakes.





El futuro de la IA - AGI / ASI

Uno de los mayores miedos de la humanidad, representado a lo largo de la historia en muy diversos formatos, es un futuro en el que las máquinas se rebelan contra sus creadores y deciden acabar con nuestra existencia. Esta idea, aparentemente perteneciente al ámbito de la ciencia-ficción, ha cobrado relevancia en 2023.

La solicitud de una pausa en el desarrollo de la IA durante 6 meses antes del miedo a que se descontrolara por parte de grandes expertos, la marcha del “padrino” de la IA de Google para poder alertar de sus riesgos o la declaración ante el congreso del CEO de OpenAI reconociendo el posible riesgo, entre otros, ha dado alas a este miedo. Por lo tanto, la posible llegada de la AGI (Inteligencia Artificial General) o de la posterior ASI (Super Inteligencia Artificial) suponen un reto enorme para la humanidad dada la incertidumbre que existe y la disparidad de opinión de los propios expertos.

Conclusión



2023 ha sido un año trascendental en el campo de la Inteligencia Artificial, marcado por avances significativos y una creciente integración en diversos ámbitos de nuestra vida. La IA no solo ha capturado la imaginación del público, sino que también ha generado optimismo y preocupaciones a partes iguales.

Nuestro estudio propio revela un conocimiento y uso creciente de la IA entre los encuestados. Un dato destacado es que un 68% se considera experto en IA, reflejando un cambio significativo en la percepción y familiaridad con estas tecnologías. Además, la mayoría de los encuestados se muestra optimista sobre el futuro de la IA, aunque persisten preocupaciones, especialmente en cuanto a su impacto en el empleo y la transparencia.

En el ámbito del marketing digital y SEO, la IA ha demostrado ser una herramienta poderosa, transformando estrategias y optimizando procesos. Los especialistas en marketing reconocen que la automatización y análisis de datos mejoran la eficiencia y creatividad. Sin embargo, también es esencial mantener un enfoque equilibrado, considerando la importancia de la autenticidad y la precisión en la representación de productos y servicios.

En conclusión, 2023 ha consolidado a la IA como un pilar fundamental en nuestra sociedad, impulsando innovaciones y desafiando nuestras concepciones tradicionales. Mirando hacia el futuro, es crucial que sigamos explorando las posibilidades que ofrece la IA, mientras abordamos sus desafíos éticos y prácticos.

Perfiles a seguir



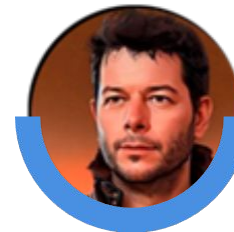
Carlos Santana



Andrés Torrubia



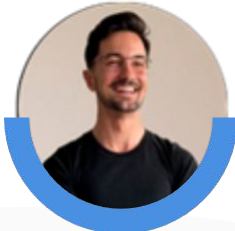
Arnau Vendrell



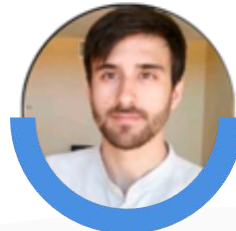
Javier López



Álvaro Peña



Javier J. Rueda



Víctor Mollá



Xavier Mitjana

Referencias

- ▶ <https://digitalcontentnext.org/blog/2023/10/16/inside-the-surprising-ai-advertising-opportunity/>
- ▶ <https://www.searchenginejournal.com/google-marketing-live-2023-preview/487539/>
- ▶ <https://www.scripsted.com/content-marketing/11-ai-statistics-for-marketers-in-2023>
- ▶ <https://zipdo.co/statistics/ai-in-seo/>
- ▶ <https://hackernoon.com/decoding-the-future-50-ai-statistics-highlighting-marketings-transformation-in-2023>
- ▶ <https://unbounce.com/ai-for-small-business-report/>
- ▶ <https://seo.ai/blog/artificial-intelligence-statistics>
- ▶ <https://www.statista.com/statistics/1365145/artificial-intelligence-market-size/>
- ▶ <https://www.klippa.com/es/blog/informativo/que-son-datos-sinteticos/>
- ▶ <https://martech.org/ai-ad-spending-has-skyrocketed-this-year/>
- ▶ <https://iot-analytics.com/leading-generative-ai-companies/>
- ▶ <https://twitter.com/NickADobos>
- ▶ <https://www.aiprm.com/ai-statistics/>
- ▶ <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2023-generative-ais-breakout-year>
- ▶ <https://www.aisnakeoil.com/p/quantifying-chatgpts-gender-bias>
- ▶ <https://getsaasweekly.com/blog/the-state-of-generative-ai-in-saas/>
- ▶ <https://writerbuddy.ai/blog/ai-industry-analysis>
- ▶ <https://www.ipsos.com/en/ai-making-world-more-nervous>
- ▶ <https://www.brightedge.com/google-sge>
- ▶ https://huggingface.co/xaviviro/openHermes_mistral_eugenio_7b-quantized-gguf
- ▶ <https://letsenhance.io/blog/all/midjourney-vs-sdxi/>
- ▶ https://www.reddit.com/r/midjourney/comments/15esce6/stable_diffusion_sdxi_vs_midjourney_v52_aipowered/
- ▶ <https://vimeo.com/874986396#t=38s>
- ▶ <https://attentioninsight.com/heatmaps-of-top-10-elementor-sites-what-visitors-notice-first/>

Referencias

- ▶ <https://www.nbcnews.com/health/health-news/paralyzed-woman-speaks-through-avatar-with-brain-implants-rcna101420>
- ▶ <https://contentdetector.ai/articles/midjourney-statistics>
- ▶ <https://www.businessinsider.com/job-disruption-ai-future-careers-blue-collar-desk-work-2023-11>
- ▶ <https://martech.org/ai-ad-spending-has-skyrocketed-this-year/>
- ▶ <https://news.crunchbase.com/ai/new-ai-unicorns-2023-list-11m-platforms-cohere/>
- ▶ <https://digitalcontentnext.org/blog/2023/10/16/inside-the-surprising-ai-advertising-opportunity/>
- ▶ <https://www.forbes.com/advisor/business/ai-statistics>
- ▶ <https://www.neatprompts.com/p/hollywood-strike-ends-deal-impact-ai-streaming-decades>
- ▶ <https://spainias.notion.site/Recopilaci-n-100-cosas-avances-que-ahora-sabes-que-son-posibles-y-hace-m-s-de-un-a-o-te-parec-an-de-7c47422331f7471bb736a852e221e3c4>
- ▶ <https://x.com/emollick/status/1723459722823557377?s=20>
- ▶ <https://x.com/irazabalElen/status/1723788615967187347?s=20>
- ▶ https://www.reddit.com/r/ChatGPT/comments/17ryi04/financial_times_study_shows_that_chatgpt_boosts/
- ▶ <https://www.forbes.com/advisor/business/ai-statistics/>
- ▶ <https://x.com/natzir9/status/1724704289182859453?s=20>
- ▶ <https://x.com/natzir9/status/1725093241446391856?s=46&t=cvlOhyOI9kxZlmiCmkHovA>
- ▶ <https://www.businessinsider.com/ai-chatgpt-jobs-career-growth-linkedin-tech-salaries-2023-11>
- ▶ <https://retool.com/reports/state-of-ai-2023>
- ▶ <https://x.com/diarioiaweb/status/1725601915273138220?s=20>
- ▶ <https://x.com/googleespanol/status/1727794150962085893?s=46&t=cvlOhyOI9kxZlmiCmkHovA>
- ▶ <https://x.com/osanseviero/status/172803076353311612?s=46&t=cvlOhyOI9kxZlmiCmkHovA>
- ▶ <https://www.theguardian.com/technology/2023/oct/28/artificial-intelligence-origins-turing-to-chatgpt>
- ▶ <https://x.com/bentossell/status/1729411806144209325?s=46&t=cvlOhyOI9kxZlmiCmkHovA>
- ▶ <https://x.com/natzir9/status/1729747519544984014?s=46&t=cvlOhyOI9kxZlmiCmkHovA>
- ▶ <https://x.com/mustafasuleyman/status/1730533122150637985?s=46&t=cvlOhyOI9kxZlmiCmkHovA>

Referencias

- ▶ <https://bensbites.beehiiv.com/p/ai-coding-exploding>
- ▶ <https://www.ipsos.com/en/ai-making-world-more-nervous>
- ▶ <https://www.ofcom.org.uk/news-centre/2023/gen-z-driving-early-adoption-of-gen-ai>
- ▶ <https://writerbuddy.ai/blog/ai-industry-analysis>
- ▶ <https://assets.aboutamazon.com/e1/a0/17842ee148e8af9d55d10d75a213/aws-accelerating-ai-skills-us-en.pdf>
- ▶ <https://getsaasweekly.com/blog/the-state-of-generative-ai-in-saas/>
- ▶ <https://www.aisnakeoil.com/p/quantifying-chatgpts-gender-bias>
- ▶ <https://www.aiprm.com/ai-statistics/>
- ▶ <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2023-generative-ais-breakout-year>
- ▶ <https://x.com/btibor91/status/1736688780298301485?s=46&t=cvlOhyO19kxZlmiCmkHovA>
- ▶ <https://www.aiprm.com/ai-statistics/>
- ▶ <https://x.com/nickadobos/status/1737624000514384369?s=46&t=cvlOhyO19kxZlmiCmkHovA>
- ▶ <https://iot-analytics.com/leading-generative-ai-companies/>
- ▶ <https://www.bain.com/insights/exploding-generative-ai-market-snap-chart/>
- ▶ <https://www.brightedge.com/google-sge>
- ▶ <https://x.com/matthewberman/status/1738980551846142428?s=46&t=cvlOhyO19kxZlmiCmkHovA>

ISOCIAL *Web*

Neurekka 