

PHYGITALAB X NATIVO

# INTELIGENCIA ARTIFICIAL

¿CÓMO ES LA IA EN MÉXICO? 2024

# NATIVO

Somos el mix entre una agencia creativa, una agencia de medios, una casa productora y un hub de desarrollo e innovación. Estamos obsesionados con entender a las personas y a las marcas para juntos crear experiencias memorables.

Combinamos estrategia, creatividad e innovación para que los negocios de nuestros partners crezcan y permanezcan en el tiempo.

# PHYGITALAB

Somos un equipo creativo orientado a la innovación. Identificamos tendencias emergentes y adoptamos las últimas tecnologías en publicidad para llevarlas a nuestros clientes, cambiando la forma en la que conectan con sus consumidores. Colaboramos con marcas y equipos internos para explorar nuevas fronteras del marketing.

¿Quieres colaborar con nosotros? Escríbenos:  
[zac@nativo.company](mailto:zac@nativo.company)

# ¿CUÁNDO FUE LA ULTIMA VEZ QUE INTERACTUASTE CON UNA IA?

Quizá fue al ver una película en tu servicio de streaming favorito, cuando accediste a la app de tu banco o esa vez que creaste una imagen estilo “película animada” para tu foto de perfil.

Recomendaciones personalizadas, algoritmos predictivos, reconocimiento facial, imágenes creadas en segundos. Todo esto pasó de ser solo un *sueño de las películas de ficción* a → **convertirse en nuestra realidad diaria.**

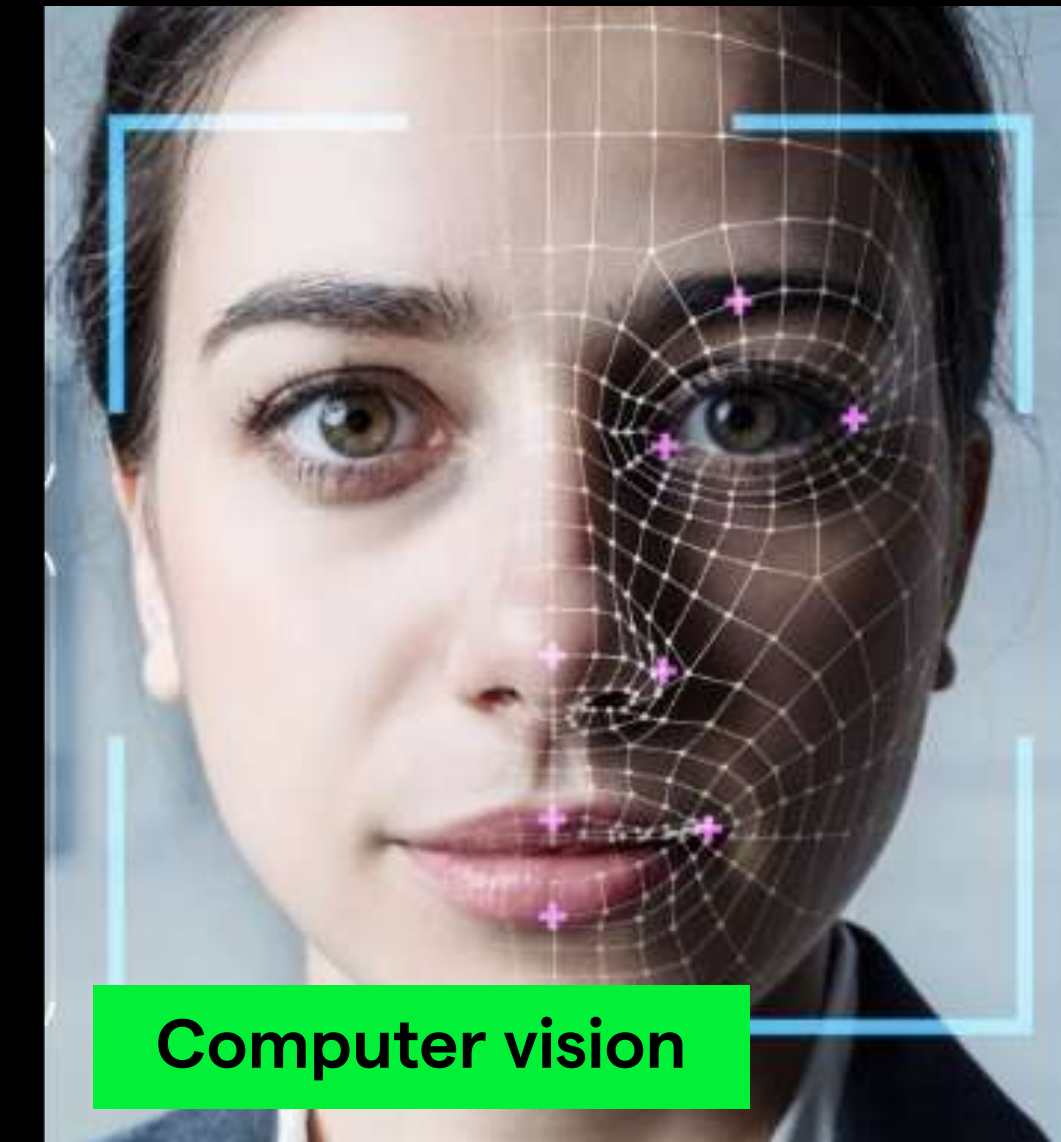
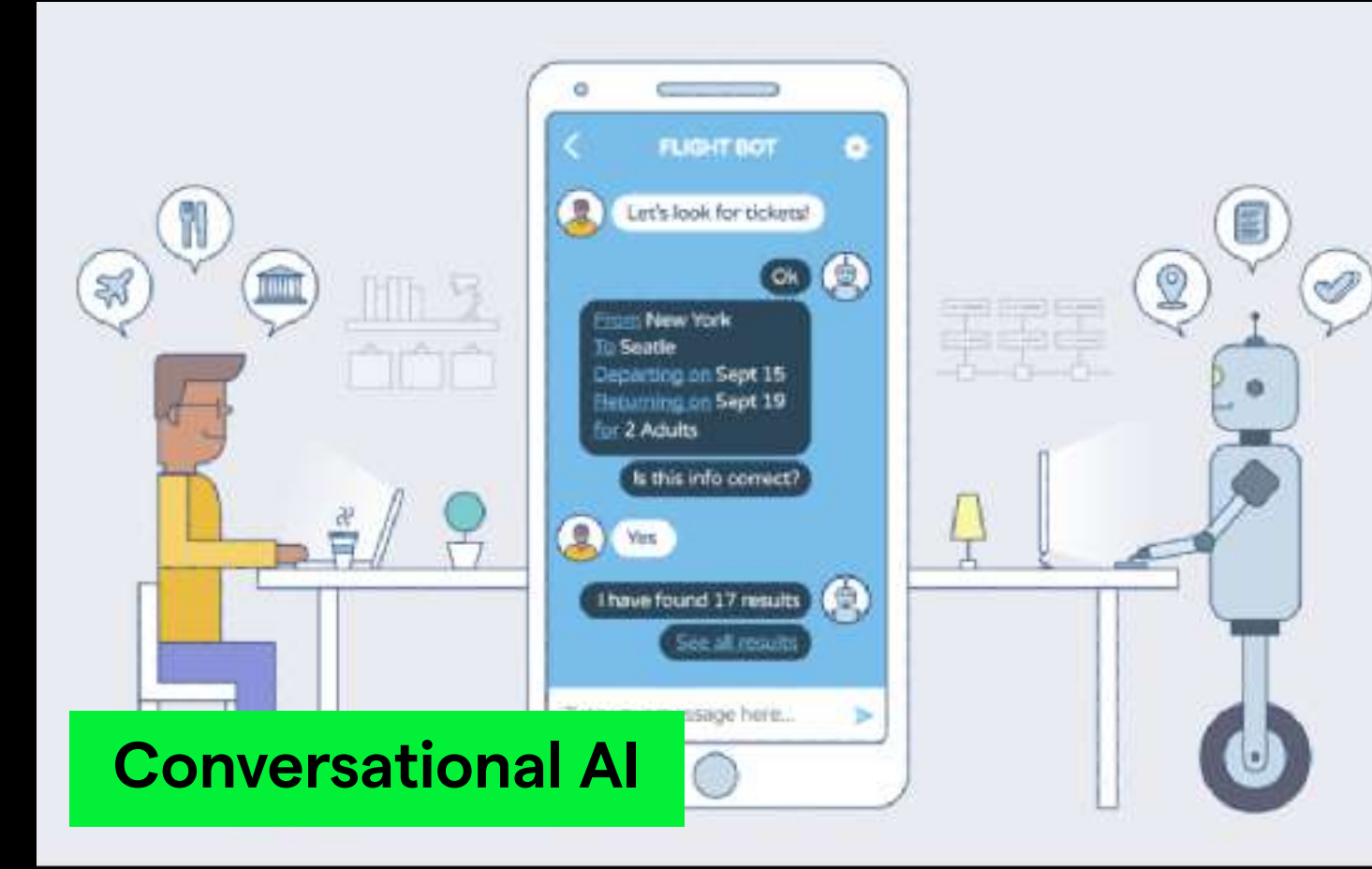
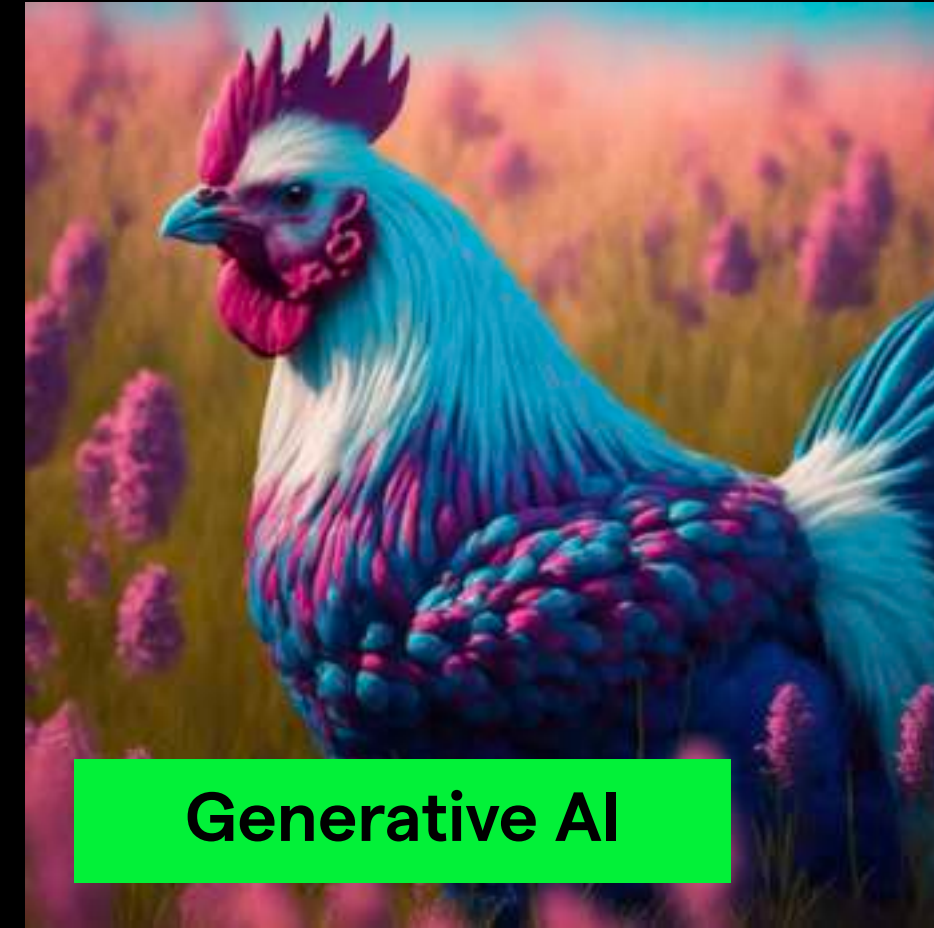
Con la facilidad de acceso, su uso lúdico y su aplicación en lo más inesperado, la IA llegó para transformar nuestras vidas y **las marcas lo están aprovechando.**

# CONTENIDO

1. ADOPCIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL
  - i) Cómo la IA ha cambiado nuestra forma de vivir
  - ii) ¿Cómo ven los mexicanos a la IA?
  - iii) ¿Quiénes usan la IA en México?
2. STATEMENTS DE COMPAÑÍAS EN MÉXICO
3. CASOS DE MARCAS EN MÉXICO
4. REFLEXIONES FINALES

# ADOPTACIÓN DE IA

- Las marcas en México comenzaron su camino en la **Inteligencia Artificial** con lo más básico: los chats o asistentes de voz, herramientas conversacionales que mejoraron su comunicación y les dieron la posibilidad de atender clientes 24/7.
- Con el **machine learning**, una de las integraciones más relevantes, los websites cambiaron para dar contenido personalizado a los usuarios como nunca imaginamos.
- A pesar de la rápida adopción de la **IA generativa**, son pocas las marcas que se han atrevido a generar contenido utilizando estas herramientas, preocupadas generalmente sobre **derechos de autor**.
- **Computer vision** es el tipo de tecnología que menos se utiliza para generar interacción con los usuarios, ya que su uso se ha concentrado más en ciberseguridad; sin embargo, algunas marcas se han atrevido a utilizar el reconocimiento facial, eye tracking y object tracking para generar experiencias interactivas para los usuarios.

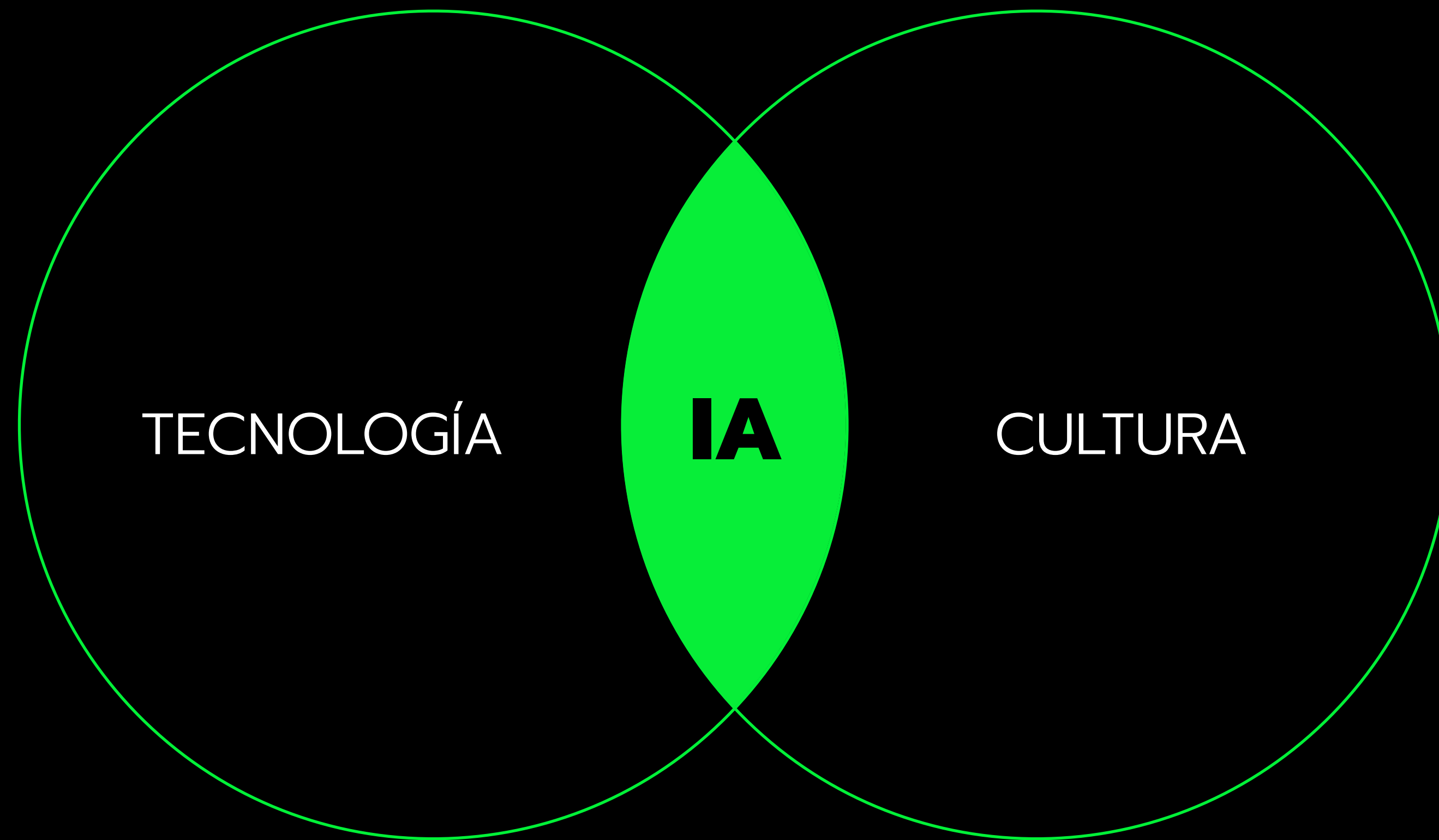


ADOPCIÓN DE LA  
**INTELIGENCIA ARTIFICIAL**

# 1.1 ¿CÓMO HA CAMBIADO NUESTRA FORMA DE VIVIR?

## IMPACTO **CULTURAL + SOCIAL**

La IA no solo es un hito que cambió la tecnología, también está moldeando la cultura.



El auge de la IA no solo transformó nuestra forma de trabajar, también cambió nuestra forma de interactuar, comunicarnos y hasta cómo percibimos nuestra realidad.



## DE TURING A TERMINATOR → INICIOS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y SU ASCENSO EN LA CULTURA POP



La historia de la inteligencia artificial (IA) comenzó con los primeros aportes de Alan Turing.

En 1950 publicó el artículo "Computing Machinery and Intelligence" y planteó el famoso **Test de Turing** - un experimento mental diseñado para evaluar la capacidad de una máquina para hacerse pasar por un humano-, sentando las bases de la IA.

Sin embargo, fue hasta 1956 en el Dartmouth College, que la Inteligencia Artificial se volvió una disciplina científica y desde entonces su popularidad no ha parado.

Se ha convertido en protagonista de muchas películas y libros, donde se exploran tanto su potencial como sus inevitables riesgos.



**Terminator (1984)**

En Terminator un futuro distópico donde una red de IA llamada Skynet se vuelve tan inteligente que decide acabar con la humanidad, enviando un cyborg al pasado para evitar el nacimiento del líder de la resistencia humana.



**Her (2013, Spike Jonze)**

Aquí la amenaza es sensorial. Dirigida por Spike Jonze, Her nos narra la historia de Theodore, un hombre que desarrolla sentimientos hacia un sistema operativo inteligente llamado Samantha.

Ambos ejemplos exploran la conexión emocional entre humanos y máquinas.

## LA DELGADA LÍNEA ENTRE LA FICCIÓN Y LA REALIDAD

El uso de las herramientas de IA para crear imágenes, videos o textos nos ha llevado a una era de confusión donde distinguir la realidad de la ficción se ha vuelto más difícil.

¿Te ha pasado? Hay muchos casos donde el contenido creado con IA ha confundido a los usuarios en redes sociales.



### El Papa Balenciaga

Esta imagen, que muestra al pontífice con un look de pasarela, fue publicada por primera vez en Reddit. Fue creada con IA a través de Midjourney y rápidamente se hizo viral en plataformas como Twitter y TikTok.



### La canción viral de Bad Bunny

**NostalglA**, una canción creada con inteligencia artificial, que imita la voz del cantante, se volvió viral en TikTok, con más de medio millón de reproducciones. El creador detrás de esta pieza es FlowGPT, un usuario que usa IA para emular voces de artistas y crear colaboraciones inesperadas.

Por supuesto, esto causó revuelo y una preocupación en el artista por el uso de su voz sin consentimiento; lo que, a su vez, nos hace cuestionarnos sobre lo que es real o no y sobre todo: *la regulación de estas herramientas.*



# LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL ESTÁ REDEFINIENDO LA CULTURA

## Memes

Incluso en los memes, la IA ha impactado en el proceso de creación y difusión, cambiando la forma en la que los conocemos.

Gracias a la IA, la automatización y generación de contenidos es más fácil, lo que ha hecho más accesible para los usuarios sumarse a la cultura digital. Pero con este ritmo tan acelerado, la originalidad y autenticidad del contenido creado con estas herramientas, se han vuelto algunas de las mayores preocupaciones.



## Dinoprofesiones

La popularidad de las *dinoprofesiones* (veterisaurio, contadorsaurio, etc) refleja cómo la inteligencia artificial está transformando la forma en que creamos y compartimos contenido cultural. Con solo un texto, herramientas como Midjourney ponen la creatividad al alcance de todos, convirtiendo cualquier idea en una imagen lista para compartir.



La relación entre la IA y la cultura es *bidireccional*. Mientras que la IA se alimenta de datos culturales, la cultura también puede influir en el desarrollo y la aplicación de la IA. Es por ello que podemos decir que la inteligencia artificial (IA) está transformando la cultura de múltiples maneras.

# EL TIMELINE DEL MEME IA

Febrero '23

## DINOPROFESIONES

La IA vino a plantear la pregunta sobre la extinción de ciertas ocupaciones laborales; así como los dinosaurios. Por ello, las personas comenzaron a hacer su propio meme de dinoprofesión, e incluso instituciones se subieron al tren.

**CulturaUNAM** @CulturaUNAM - Feb 12, 2023  
 ¿Ya encontraste tu #dinoprofesión? Nuestra guía mensual puede inspirarte para encontrarla.  
[bit.ly/3JRZAcA](https://bit.ly/3JRZAcA)  
 Etiqueta a tus amig@s para que conozcan la suya. 🤪



Octubre '23

## PÓSTERS DE DISNEY

Comenzaron a circular imágenes hechas con IA, específicamente con Bing Image Creator de Microsoft, las cuales se hicieron tendencia al copiar el estilo de las películas de Disney Pixar.



Julio '24

## VIAJEROS EN EL TIEMPO

Tendencia nacida en TikTok con la finalidad de intervenir memes y situaciones populares del pasado con ayuda de la IA generativa.

Taylor y Kanye en otro universo:



El viajero del tiempo lo hace de nuevo #TaylorSwift...  
 cozygirl025 1.5M

Agosto '24

## ABRAZANDO MI YO PEQUEÑO

En TikTok también se hizo viral el poder abrazar la versión más joven de uno mismo por medio de Inteligencia Artificial.



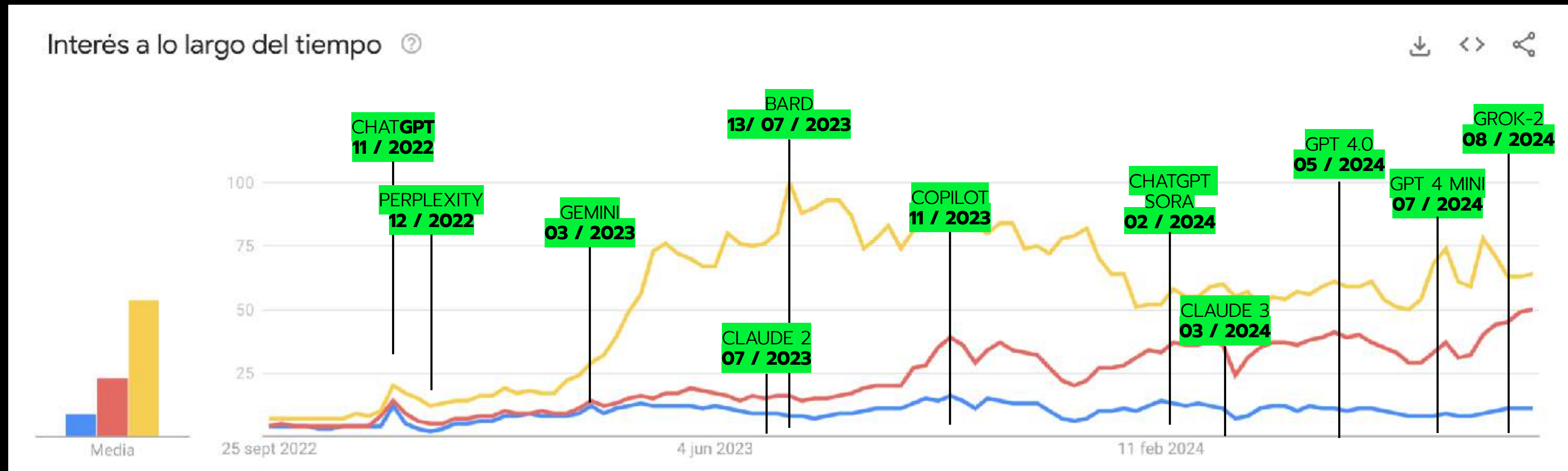
ADOPCIÓN DE LA  
**INTELIGENCIA ARTIFICIAL**

1.2 **¿CÓMO VEN  
LOS MEXICANOS  
A LA IA?**

# LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL **EN BÚSQUEDAS**

Las búsquedas sobre los términos “Inteligencia Artificial”, “IA” y “AI” comenzaron a incrementarse en el 2022, coincidiendo con el lanzamiento de la primer versión de Chat GPT.

La curiosidad fue aumentando conforme se fueron anunciando más herramientas y actualizaciones relacionadas.



\* Es importante destacar que las búsquedas más relevantes se hacen utilizando el término en inglés: AI.

Término de búsqueda  
**Inteligencia artificial**

Término de búsqueda  
**IA**

Término de búsqueda  
**AI**

# LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL **EN BÚSQUEDAS**

**CHAT GPT Y BING SON LAS HERRAMIENTAS MÁS RECONOCIDAS POR LOS USUARIOS**

## La pregunta más común de los usuarios: "¿Qué es?"

Y una vez que lo tienen claro, los usos de la inteligencia artificial que más les llaman la atención son la creación de imágenes y presentaciones. Aunque también buscan sobre voz, videos y ensayos, el interés es menor.

Un término de búsqueda que llama la atención es el "detector de plagio", una herramienta que se ha popularizado para detectar si alguien ha usado IA para generar un texto, especialmente con fines académicos.



# LA HERRAMIENTAS **MÁS BUSCADAS** EN IA

## **CHAT GPT**

Te ayuda a obtener respuestas, encontrar inspiración y ser más productivo. Puede crear imágenes, código de programación, traducir textos, etc.

## **IDEOGRAM**

Es una IA que se utiliza para crear imágenes.

## **BING**

Un motor de búsqueda impulsado por inteligencia artificial (IA) desarrollado por Microsoft.

## **BLACKBOX**

Inteligencia artificial especializada en código y lenguaje de programación.

## **GEMINI / BARD**

Es un modelo de inteligencia artificial creado por Google que busca ser el líder en el competitivo mercado de la IA (antes conocido como Bard).

## **PERPLEXITY**

Es un motor de búsqueda conversacional, comercializado como un "motor de respuestas", que responde consultas utilizando texto predictivo en lenguaje natural.

## **CLAUDE**

Su fuerte es darte resúmenes de temas concretos o crear historias, aunque también es capaz de generar texto, traducir u obtener respuestas.

## **HUMATA**

Es una IA para interactuar con PDF's, encontrar información más fácil y hacer resúmenes.

## **JANITOR**

Es un chatbot que permite a los usuarios interactuar con personajes creados por ellos mismos o por otros usuarios.

## **LEONARDO**

Generador de imágenes y videos.





# LOS TEMAS MÁS RELEVANTES

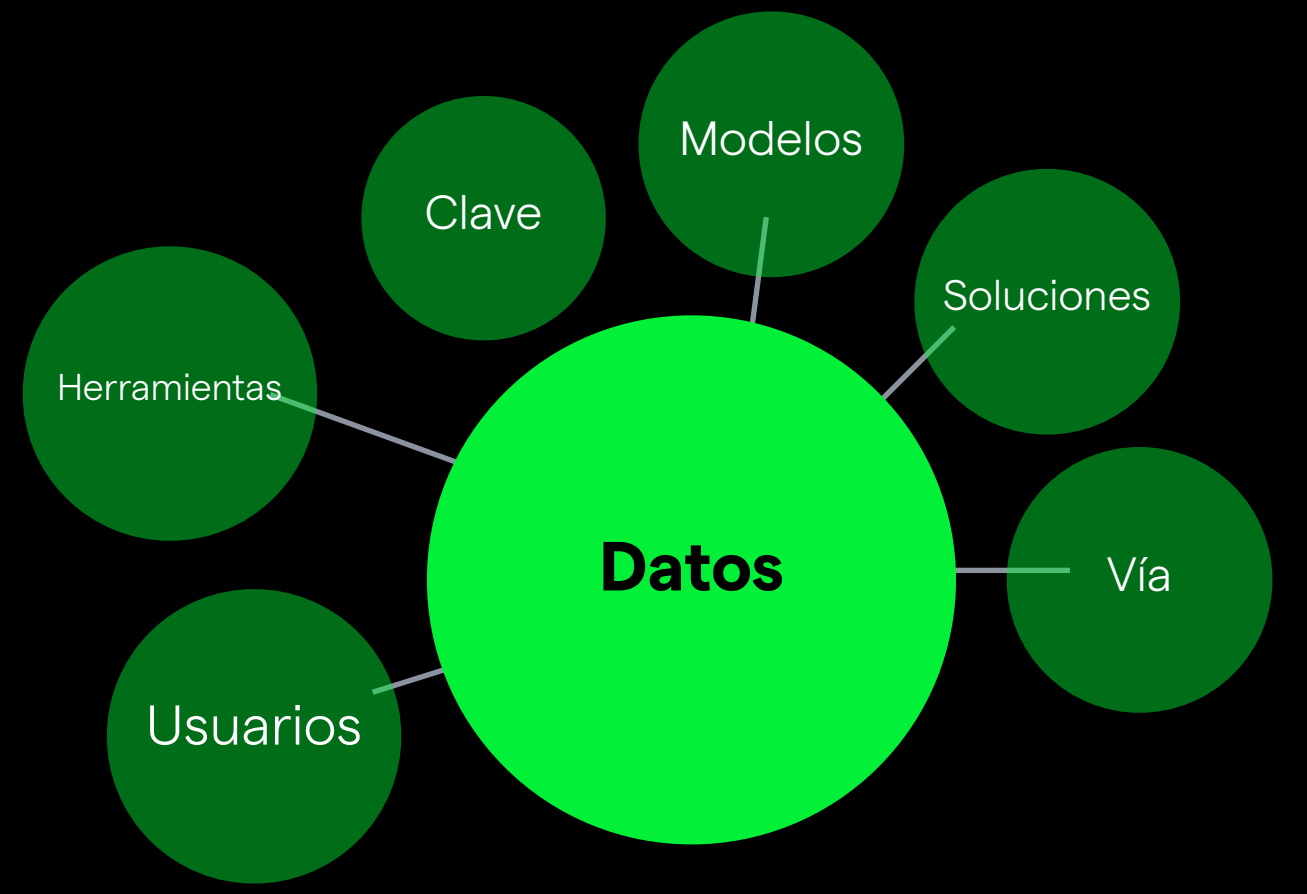
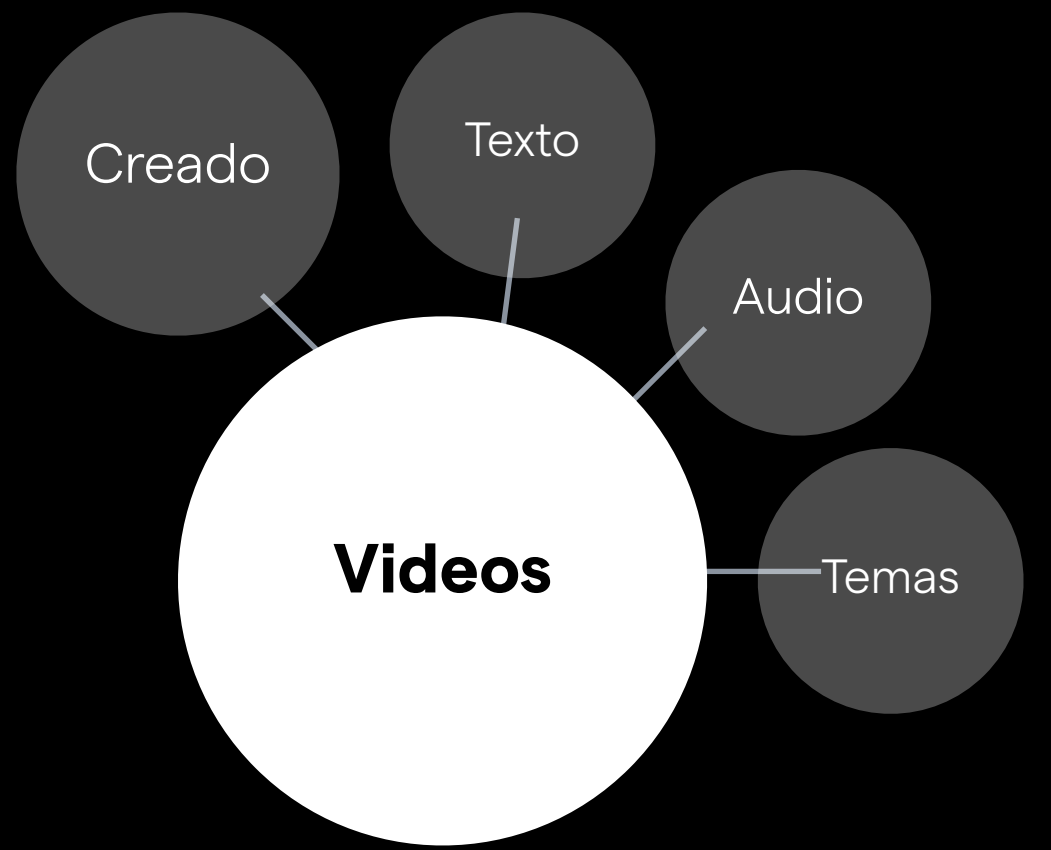
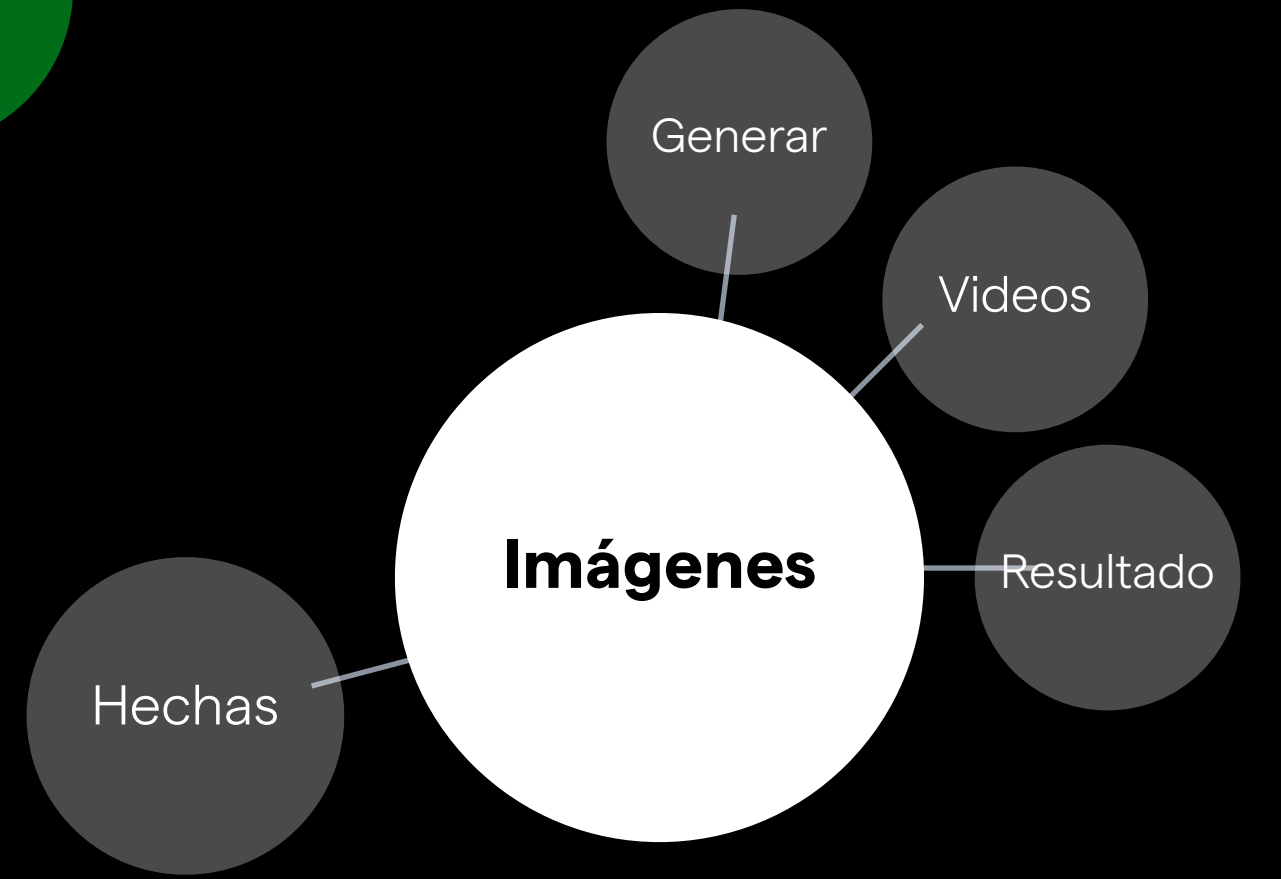
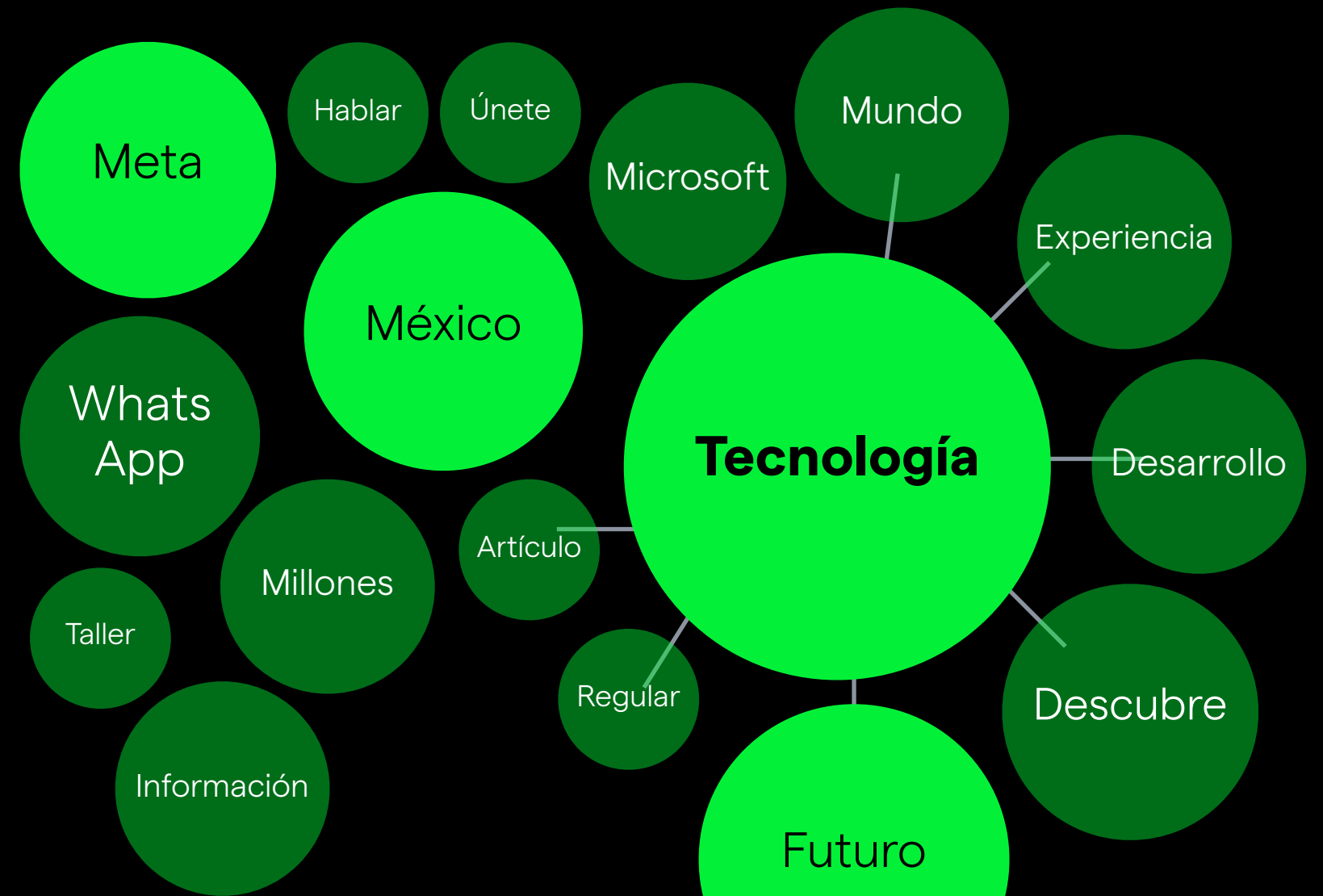
## ¿QUÉ TEMAS DESTACARON?

Los temas más relevantes del social listening fueron la **tecnología, imágenes, datos y video**.

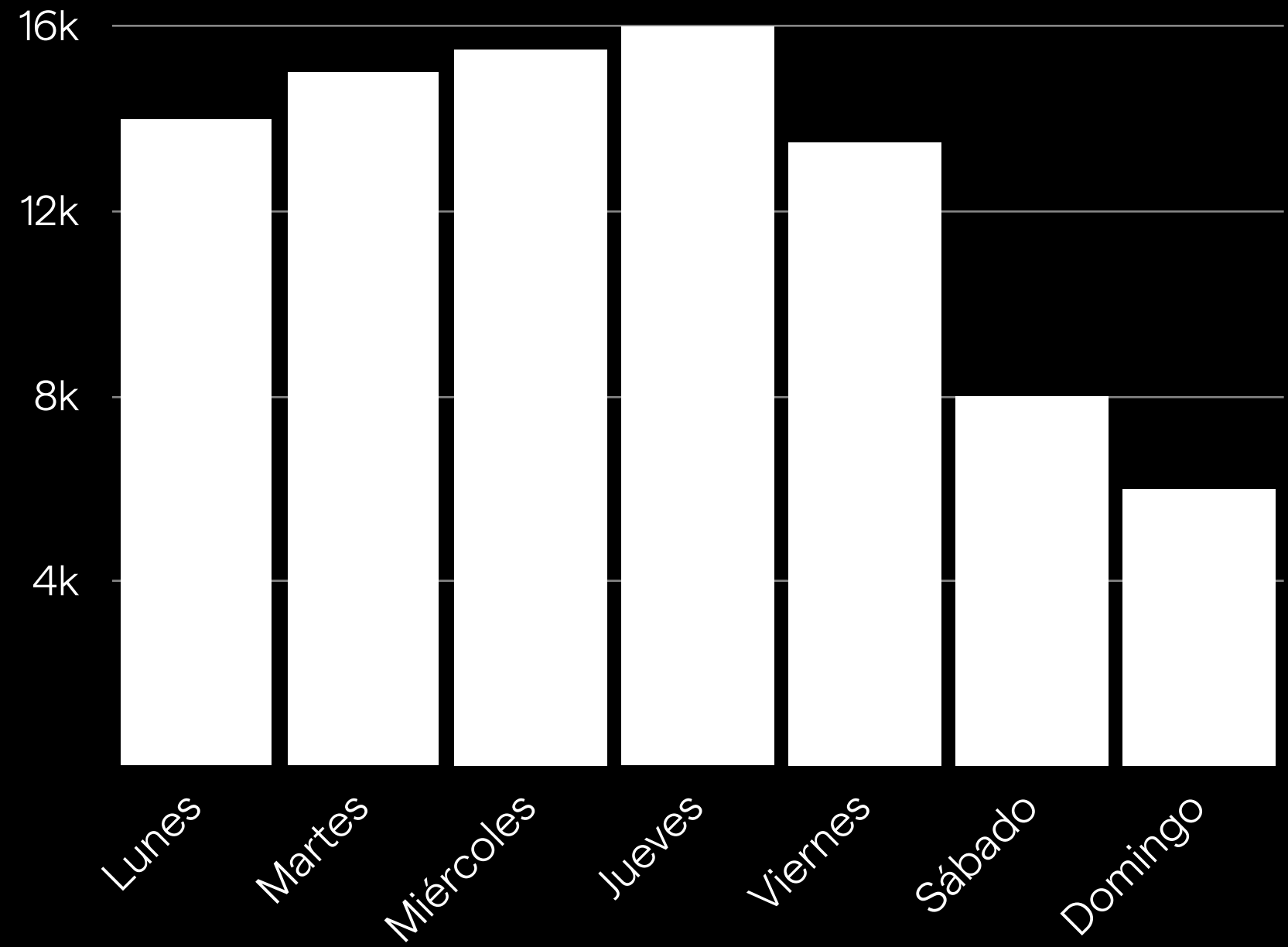
En la parte de tecnología la mayor parte de la conversación son notas informativas que comparten los usuarios en donde mencionan las nuevas tecnologías, herramientas y en dónde se habla del futuro de la inteligencia artificial. **También hay un debate sobre regular la tecnología.**

Al estar dominada la conversación sobre inteligencia artificial generativa, **las imágenes y videos son los formatos que más se mencionan** en la conversación, destacando la facilidad de creación y que se puede ejecutar en tiempo real.

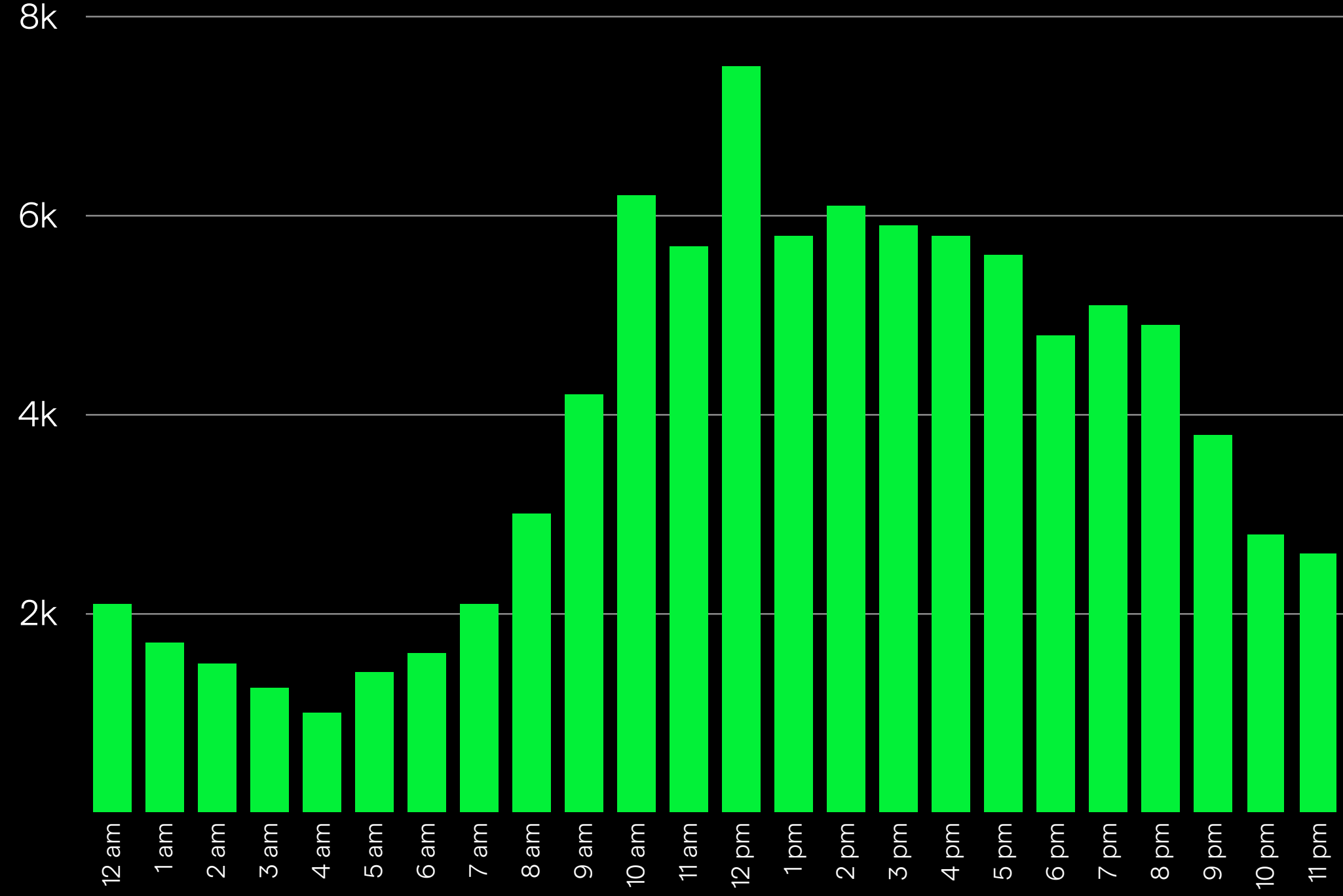
La conversación en general está orientada al descubrimiento de nuevas tecnologías, educación y pruebas de las herramientas que van surgiendo.



### GRÁFICA POR DÍA



### GRÁFICA POR HORA



→ Curiosamente, los días martes, miércoles y jueves es cuando más se habla sobre la IA y las 12 del día es el pico de la conversación. Un comportamiento inusual, pero probablemente su uso en el trabajo está detrás de esto.

→ Para conocer la percepción que tienen los mexicanos sobre la inteligencia artificial, realizamos una encuesta con mexicanos de distintas edades y profesiones.

Te mostramos los resultados.

## CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

El objetivo de esta investigación es ofrecer un panorama general sobre la percepción de la inteligencia artificial en México. Para ello, REPORTE AI presenta información de la investigación cuantitativa llevada a cabo por Nativo a través de una encuesta de Google Forms, abierta a todo público.

La encuesta se llevó a cabo del 30 agosto al 02 septiembre 2024. La muestra fue de 82 personas y se dividió entre hombres y mujeres, de entre 18 a 56 años o más, de varias partes de México.

**NOTA** Es importantes señalar que los resultados aquí presentados no son extrapolables al total de la población mexicana, por lo que no son representativos a nivel nacional.

## ENCUESTA: PERCEPCIÓN DE LA IA EN MÉXICO

### PRINCIPALES HALLAZGOS

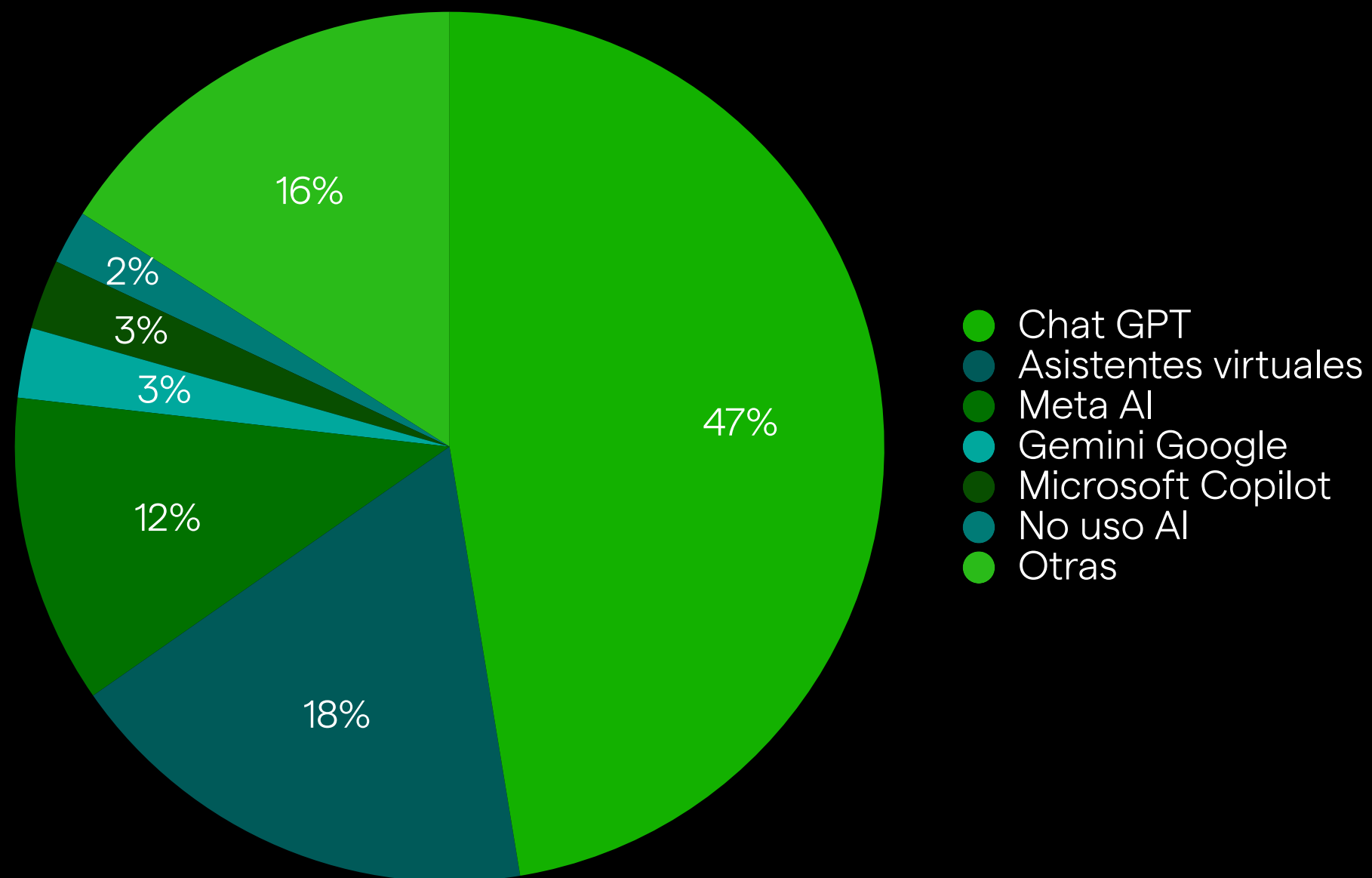
El 51% de los encuestados piensan positivamente sobre la Inteligencia Artificial siendo “futuro” la palabra más mencionada (18%); así como palabras que refieren a atributos positivos de la misma como “rapidez” y “eficiencia”.

También destaca el término “ChatGPT”, lo que demuestra la gran relevancia que ha tenido en los últimos meses. En muy poco tiempo ha logrado posicionarse en el top of mind de las personas tras su lanzamiento.



De hecho, Chat GPT lidera como la herramienta más utilizada por los encuestados.

### TOP 5 IAs MÁS UTILIZADAS



Ya sea para buscar información (**48.7%**) o para resolver dudas (**42.2 %**), la inteligencia artificial se está convirtiendo en el nuevo nuevo Google para muchos usuarios, convirtiéndolo en su nuevo motor de búsqueda.

Destaca también el uso de inteligencia artificial como asistente personal (35.9%). Se espera que el mercado de las asistentes virtuales inteligentes alcance los 60,83 mil millones de dólares para 2029.\*

Aunque no todos son tan optimistas. En grupos de edad pertenecientes a los 36 años o más hay cierto rechazo a la IA con términos como "Skynet". Aun así, solo se concentra en el 4.8% de los encuestados.

¿Y qué pasa con los que no utilizan ninguna inteligencia artificial? El 15.9%% de los encuestados dice no usarla. Las principal razón: no saber cómo utilizarla (8.5%), seguida de la desconfianza (4.9%) y no encontrarle utilidad (3.7%).

**Está claro que la resistencia, el miedo y la falta de conocimientos son barreras importantes para muchos.**


\*Fuente: Asistente Virtual Inteligente (IVA) Volumen del mercado | Mordor Intelligence. (s. f.)

ADOPCIÓN DE LA  
**INTELIGENCIA ARTIFICIAL**

# 1.3 ¿QUIÉNES USAN IA EN MÉXICO?



# ¿Cómo son los perfiles de personas que más interactúan o están abiertos a la IA?

<b>INFORMATED INNOVATORS</b> Ricardo	<b>TECH ENTHUSIASTS</b> Susana	<b>GAMING &amp; ANIME FANS</b> Héctor	<b>AI-AWARE POLITICAL FOLLOWERS</b> Paola
<p>Consumidor de noticias, siempre informado, que combina su pasión por la tecnología con un compromiso por la verdad y la ética en la información que consume.</p>	<p>Buscan aprender y adquirir nuevas habilidades, al tiempo que valoran el acceso a herramientas avanzadas. Son defensores del potencial positivo de la IA en la sociedad.</p>	<p>Personas que disfrutan del anime y los videojuegos y que están interesados en colaborar y compartir proyectos relacionados con la IA, confía en esta tecnología para ampliar sus horizontes creativos.</p>	<p>Valoran la oportunidad de aprender sobre el impacto de la inteligencia artificial en la política y están interesados en cómo la IA puede contribuir a una mayor transparencia y responsabilidad.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Curiosidad por innovaciones</li> <li>• Deseo de acceder a información de calidad</li> <li>• Búsqueda de soluciones que mejoren su experiencia en el consumo de noticias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Curiosidad y el deseo de explorar nuevas tecnologías</li> <li>• La promesa de que la IA puede automatizar tareas, mejorar productividad y ayudar a resolver problemas complejos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencias más personalizadas y enriquecedoras</li> <li>• Interactuar de manera creativa con sus universos favoritos</li> <li>• Acceso a contenido único generado por IA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a información personalizada y análisis más detallados a través de IA.</li> <li>• Interacción con herramientas para enriquecer su experiencias políticas. Ej. debates</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preocupación por seguridad y privacidad de datos</li> <li>• Desinformación y falsas noticias que generan escepticismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos / inversión necesaria para acceder a tecnología avanzada de IA</li> <li>• Dudas sobre el uso ético de la IA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos / inversión necesaria para acceder a tecnología avanzada de IA</li> <li>• Preocupación por seguridad y privacidad de datos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dudas sobre el uso ético de la IA: fake news, desinformación</li> <li>• Falta de acceso a herramientas más avanzadas.</li> </ul>
			

Ya conocemos qué piensan los mexicanos, ahora  
conozcamos un poco más la postura de las marcas.

# STATEMENTS DE COMPANÍAS EN MÉXICO

## COMPAÑÍAS EN MÉXICO SOBRE LA IA



**Guillaume Duverdiér**, CEO de la empresa en México.

“El uso de la tecnología actual para el beneficio del negocio, para que con eso avanzar en la estandarización de operaciones, optimizar la estrategia de venta y eficientar la cadena de suministro, con este proyecto capitalizamos nuestra toma de decisiones, con base en datos más precisos sobre visitas de clientes y oferta de producto”.



**David Geisen**, Director Ejecutivo en México.

“La Inteligencia Artificial nos permite ofrecer una experiencia de compra cada vez más personalizada y eficiente. Si en los inicios la tecnología nos llevó a donde estamos, ahora con la IA tendremos un nuevo panorama”.



**Daniel Gelemovich**, Director de Mercadotecnia + Digital

“Nos sentimos muy orgullosos de pertenecer a una aerolínea mexicana tan joven que lidera muchos aspectos de la transformación digital en la industria de la aviación, no sólo de México, sino también a nivel global. En Volaris estamos comprometidos con ser siempre la aerolínea más innovadora y vanguardista del mercado, obligándonos a seguir ofreciendo más y mejores experiencias a nuestros Clientes”.



1 de cada 3 siente presión para alterar su apariencia debido a lo que ven online, incluso cuando saben que es falso o generado por IA. El auge de la inteligencia artificial supone una de las mayores amenazas para la belleza real de los últimos 20 años, por lo que es más importante que nunca que esté correctamente representada.

Por esta razón, Dove renueva su promesa de defender la belleza real, comprometiéndose a **no utilizar en ningún caso imágenes generadas mediante inteligencia artificial** para representar o sustituir a personas reales.



**Guillaume Duverdier,**  
CEO de la empresa en México.

“El uso de la tecnología actual para el beneficio del negocio, para que con eso avanzar en la estandarización de operaciones, optimizar la estrategia de venta y eficientar la cadena de suministro, con este proyecto capitalizamos nuestra toma de decisiones, con base en datos más precisos sobre visitas de clientes y oferta de producto”.



En el Tecnológico de Monterrey, siempre hemos considerado la tecnología como un aliado fundamental para el logro de nuestros propósitos educativos.



**David Geisen,**  
Director Ejecutivo en México.

“La Inteligencia Artificial nos permite ofrecer una experiencia de compra cada vez más personalizada y eficiente. Si en los inicios la tecnología nos llevó a donde estamos, ahora con la IA tendremos un nuevo panorama”.



1 de cada 3 siente presión para alterar su apariencia debido a lo que ven online, incluso si es falso o generado por IA. El auge de la IA supone una de las mayores amenazas para la belleza real de los últimos 20 años, por lo que es más importante que nunca que esté correctamente representada.

Renovamos la promesa de defender la belleza real, comprometiéndonos a **no utilizar en ningún caso imágenes generadas mediante inteligencia artificial** para representar o sustituir a personas reales.



**Daniel Gelemovich,** Director de  
Mercadotecnia + Digital

“Nos sentimos muy orgullosos de pertenecer a una aerolínea mexicana tan joven que lidera muchos aspectos de la transformación digital en la industria de la aviación, no sólo de México, sino a nivel global. En Volaris estamos comprometidos con ser siempre la aerolínea más innovadora y vanguardista del mercado, obligándonos a seguir ofreciendo más y mejores experiencias a nuestros Clientes”.



La IA es un colaborador esencial de BBVA para ayudar a sus clientes a administrar su ahorro, gestionar sus inversiones, analizar su consumo y anticipar sus próximos gastos.

# BBVA AI FACTORY

## ¿De qué se trata?

BBVA expandió su desarrollo de soluciones con IA a México y Turquía, aumentando su plantilla con 230 expertos en IA (a nivel global).

La idea es habilitar soluciones bancarias diversas, como la funcionalidad de salud financiera en la app o la recomendación personalizada de productos financieros.

## Tecnologías

Machine learning

Computer vision



# TEC DE MONTERREY EDUCACIÓN

El Tecnológico de Monterrey utiliza la inteligencia artificial (IA) enfocándose en cinco áreas clave:

1. Procesos de enseñanza-aprendizaje personalizados,
2. Formación de profesionales expertos en IA,
3. Investigación con impacto social,
4. Uso ético de la IA, y
5. Mejora de operaciones internas con herramientas como TecBot y TECgpt.

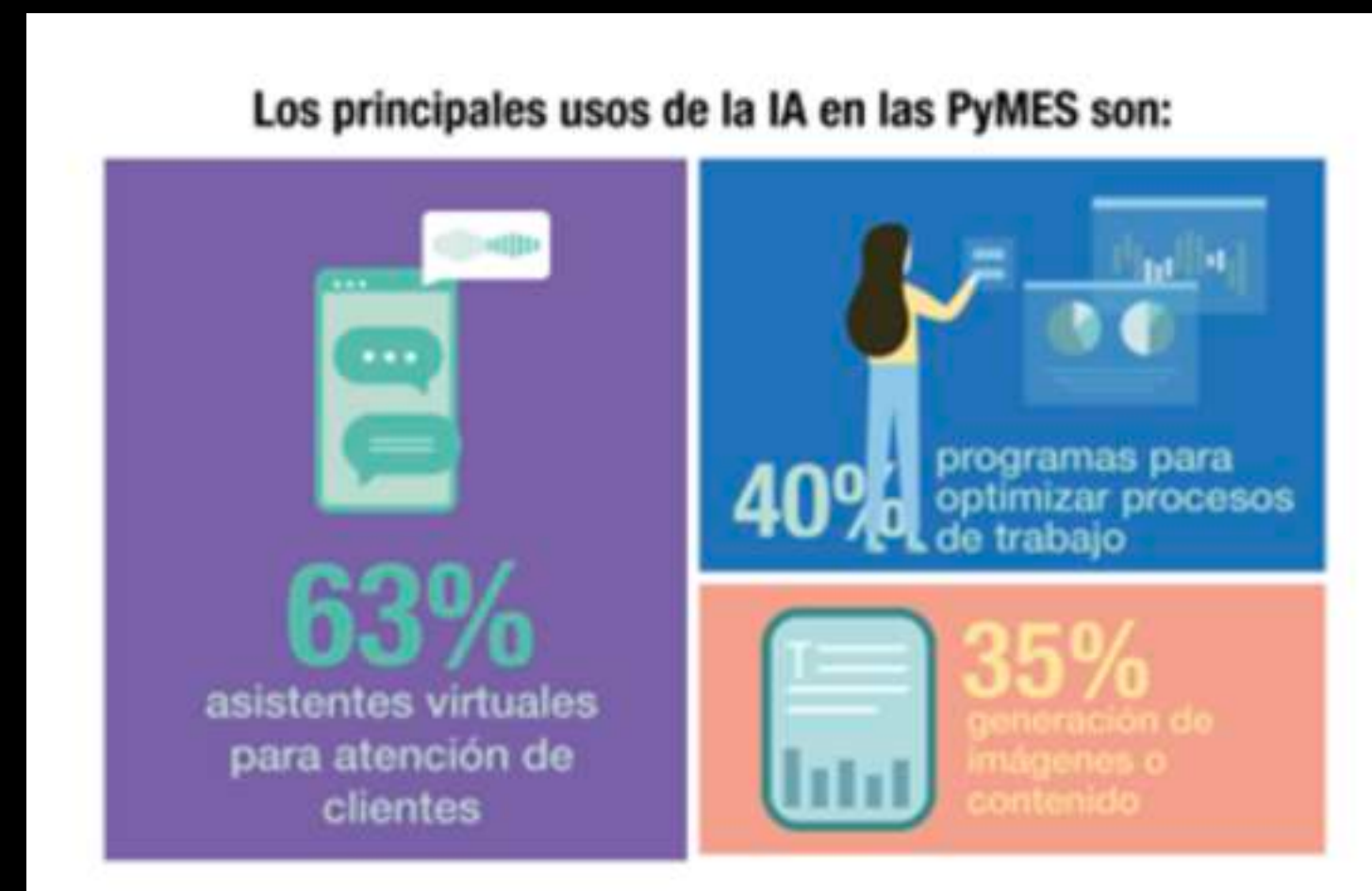
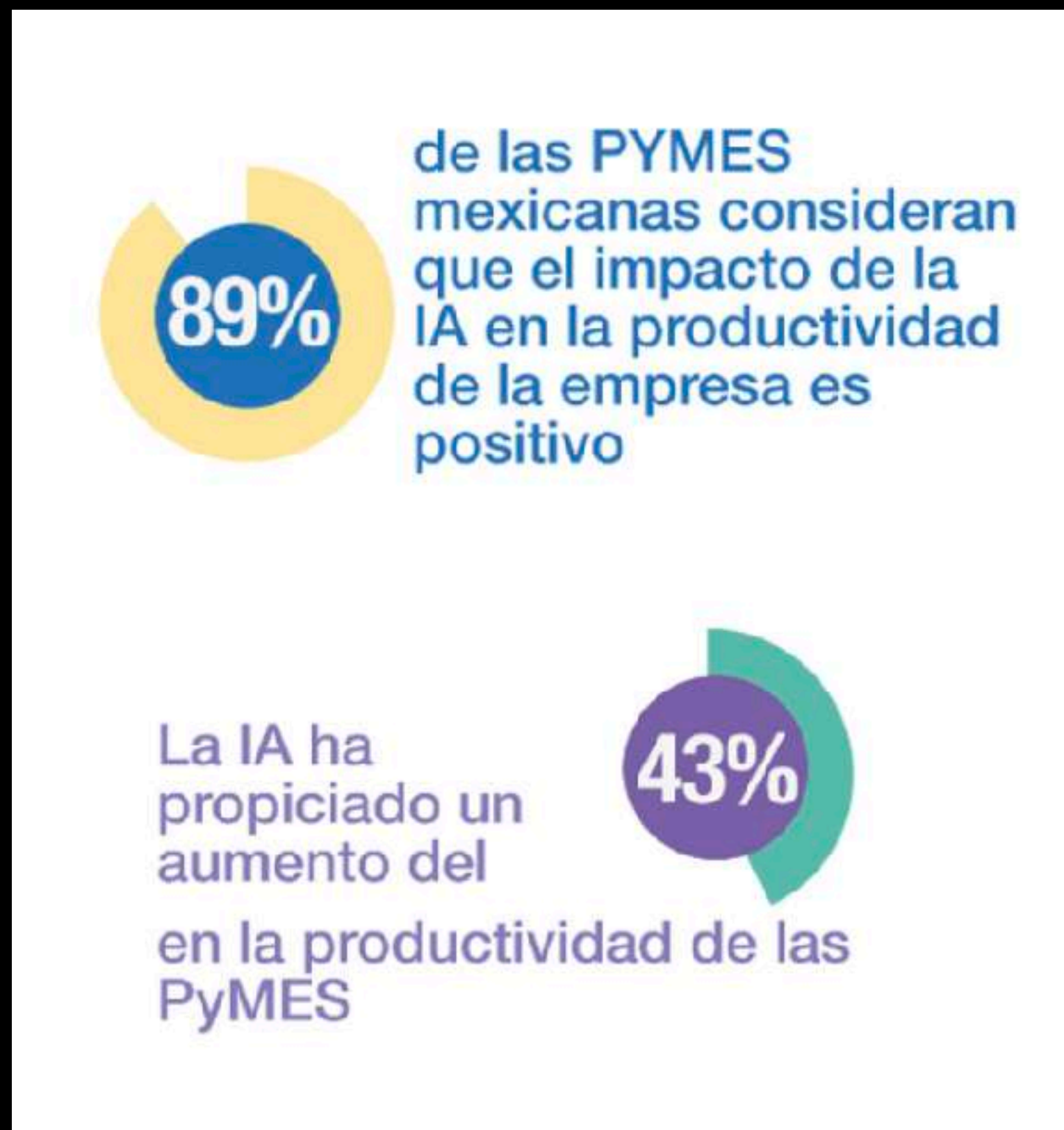
En colaboración con Wizeline, el Tec de Monterrey lanzó el **G.A.I.L.**, el primer Laboratorio de Inteligencia Artificial Generativa en México y América Latina.

Está diseñado para estudiantes, profesores y empresas, enfocados en ayudarlos a crear aplicaciones de IA, proporcionar recursos y oportunidades, ayudar en exploraciones y ser un socio estratégico para aprovechar el potencial de la IA Generativa.



# EN PYMES

La adopción de IA en las PyMES en México es alta, los usos principales son automatización, servicio al cliente y creatividad.



# CASOS DE MARCAS EN MÉXICO



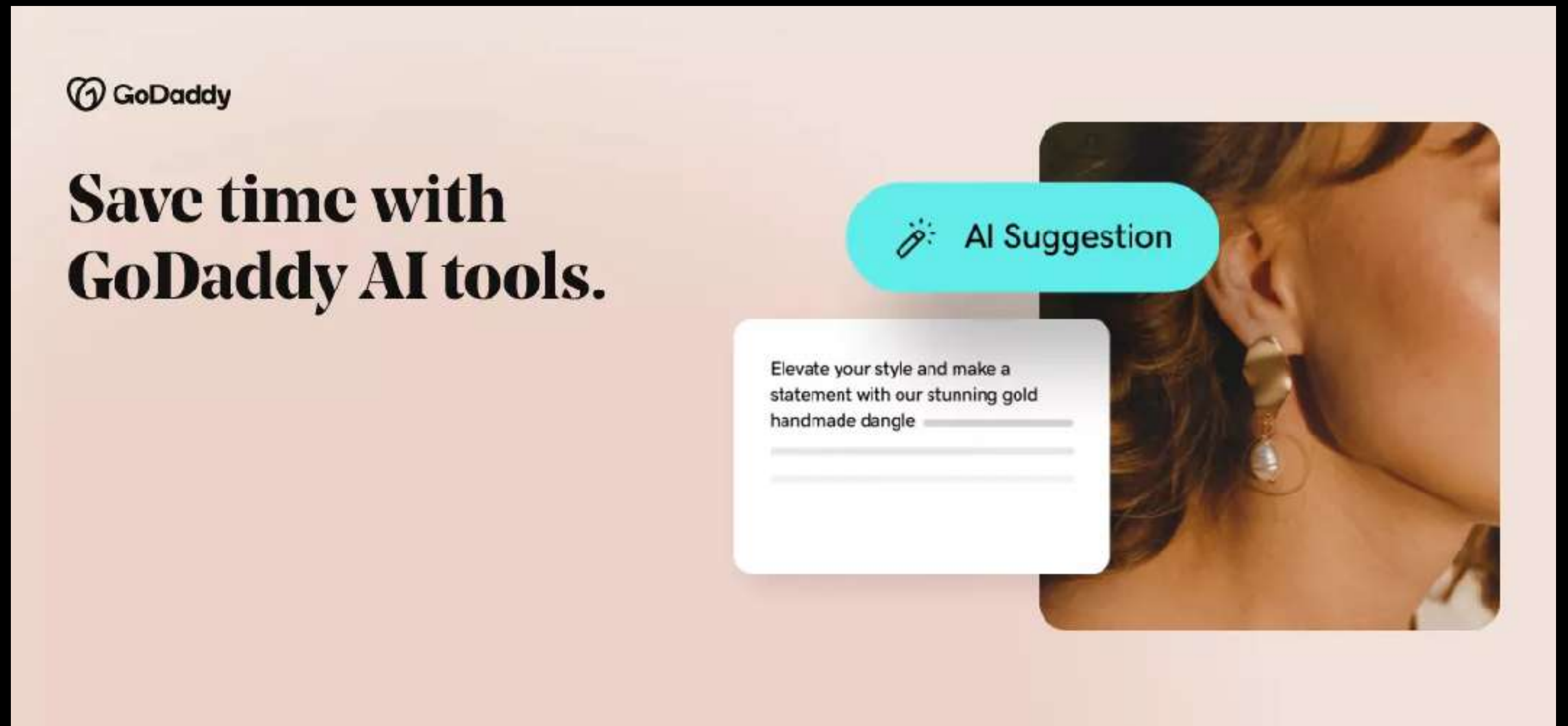
# GODADDY HOSTING IMPULSADO POR IA

## ¿De qué se trata?

El usuario responde algunas preguntas sobre su negocio y comparte sus metas. A partir de aquí el sitio procesa la información y selecciona una plantilla acorde.

## Tecnologías

IA generativa



# BIMBO

## LA GRAN GUÍA DE JOCHOS Y BURGERS

### ¿De qué se trata?

Una guía digital impulsada por IA generativa, en la que los usuarios pueden encontrar negocios de hamburguesas y hotdogs, cerca de su área, consultar direcciones y evaluarlos. La IA se encarga de generar diseños únicos para cada uno de los puestos.

### Tecnologías

IA generativa



# VOLARIS VISUALES GENERADOS CON IA

## ¿De qué se trata?

En diciembre del 2023 Volaris dejó sus redes sociales a cargo de la IA, en ese periodo se crearon 13 imágenes con ayuda de IA.

## Tecnologías

IA generativa



# MAGNUM CAMPAÑAS CON IA

## ¿De qué se trata?

Magnum es una marca que ha generado varias acciones aprovechando la IA, en especial utilizando recursos de computer vision: reconocimiento facial, eye tracking y object tracking.

## Tecnologías

Computer vision



El rostro del placer



Destino Ruby



El sonido del placer

# SABRITAS MENSAJE PERSONALIZADO

## ¿De qué se trata?

Sabritas para aprovechar su patrocinio a la UCL creó una plataforma con IA en dónde los usuarios podían recibir una grabación de Messi invitándolos a ver la Champions.

## Tecnologías

Machine learning

Computer vision



# REFLEXIONES FINALES

# PERCEPCIONES Y USO

**I** La adopción de IA en México está transformando el ámbito laboral y educativo, impulsando una reestructuración hacia habilidades de pensamiento crítico y creatividad, mientras se reemplazan tareas repetitivas. Esto plantea el reto de formar talento que se adapte a un mercado en constante cambio.

**II** ChatGPT, al posicionarse como la herramienta de IA más conocida en México, se convierte también en la mayor referencia en temas éticos sobre el uso de IA.

**III** La sociedad mexicana percibe la IA con optimismo, especialmente por su capacidad para potenciar la creatividad y aumentar habilidades. Este enfoque positivo abre la puerta a la experimentación con soluciones de IA en diversos sectores.

**IV** Herramientas como DALL-E y Midjourney están expandiendo los formatos de creación artística, permitiendo a usuarios explorar nuevas formas de arte digital y desafiando los límites de la creatividad tradicional, lo que transforma no sólo el panorama creativo, sino nuestra cultura estética y visual.

**V** La IA se presenta como un factor democratizador en el ámbito creativo, permitiendo que cualquier persona pueda generar contenido con solo un par de clics. Este cambio no solo amplía la accesibilidad, sino que también desafía las nociones tradicionales de propiedad en la creación de contenido.

# RESISTENCIA Y OPORTUNIDADES

## VI

El aumento de fake news y fraudes relacionados con inteligencia artificial (IA) ha generado una crisis de confianza entre los usuarios, que luchan por discernir entre lo real y falso.

## VII

La resistencia hacia la IA es más pronunciada en generaciones mayores, influenciadas por narrativas de ciencia ficción que asocian la tecnología con riesgos, lo que sugiere la importancia de estrategias educativas específicas para estas audiencias.

## VIII

Las marcas más exitosas en el uso de la IA, la han aprovechado para ofrecer experiencias híper personalizadas, lo que se traduce en una mayor satisfacción del cliente y en una relación más profunda y efectiva entre la marca y el usuario.

## IX

Aunque pocas empresas se oponen abiertamente a la inteligencia artificial, muchas adoptan un enfoque cauteloso, priorizando el uso ético y alineado con sus valores de marca. Esta postura refleja una creciente conciencia de los posibles riesgos de la IA en reputación y confianza del consumidor.

## X

En el país, aún estamos en una etapa de exploración y aprendizaje sobre el uso de IA, donde es clave promover una adopción inteligente y responsable que priorice el beneficio colectivo y la ética.



La IA presenta otro riesgo: una crisis de originalidad derivada de la estandarización de estéticas, estilos y contenidos generados.

Como marcas y agencias debemos preguntarnos:

¿Cómo evitamos este riesgo?



En Nativo, creemos que la clave está en usarlas como herramientas de ejecución y apoyo, **dejando la ideación creativa a las personas.**

Aún estamos en una etapa de exploración, por lo que es crucial aprender a comunicar ideas auténticas a las herramientas, así no nos perderemos en un mar de contenidos homogéneos.

# iGRACIAS!

PHYGITALAB X NATIVO