

## **Optimización empresarial mediante inteligencia artificial: estrategias de manejo y planificación para el éxito emprendedor**

Business optimization through artificial intelligence: strategies for management and planning in entrepreneurship

**David Gortaire-Díaz**

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador  
[dgortaire@utb.edu.ec](mailto:dgortaire@utb.edu.ec), <https://orcid.org/0000-0001-7364-7305>

**Gabriela Almache Granda**

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador  
[galmache@utb.edu.ec](mailto:galmache@utb.edu.ec), <https://orcid.org/0000-0002-0633-6037>

**Elma Ramírez Romero**

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador  
[eramirezr@utb.edu.ec](mailto:eramirezr@utb.edu.ec), <https://orcid.org/0000-0001-7799-9084>

**Julio Mora Aristega**

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador  
[jmora@utb.edu.ec](mailto:jmora@utb.edu.ec), <https://orcid.org/0000-0002-9928-9179>

\*Autor de correspondencia: [dgortaire@utb.edu.ec](mailto:dgortaire@utb.edu.ec)

Fecha de recepción: 26/8/2024

Fecha de aceptación: 18/10/2024

DOI: <https://doi.org/10.48204/synergia.v4n2.6200>

### **Resumen**

Este estudio profundiza en la integración de herramientas de inteligencia artificial (IA) en los esfuerzos de planificación estratégica de pequeños emprendedores. Específicamente, examina la aplicación práctica de las plataformas Chat GPT y GEMINI en la generación de estrategias comerciales integrales para empresas incipientes. La investigación se desarrolla a través de un análisis comparativo de las estrategias concebidas por estas herramientas de IA, abarcando tres áreas de énfasis distintas: planificación estratégica, generación de contenido personalizado y optimización de procesos internos. Los hallazgos subrayan la capacidad de las herramientas de

IA para idear estrategias innovadoras y multifacéticas, potenciando las capacidades creativas de los emprendedores. Es importante señalar que Chat GPT demostró una inclinación para generar estrategias detalladas y contextualmente adaptadas, mientras que GEMINI produjo delineamientos más generales. No obstante, sus contribuciones, la importancia de la personalización liderada por el emprendedor y el proceso de formación de la IA emergieron como factores fundamentales. El estudio reconoce limitaciones actuales, especialmente la necesidad de refinar las respuestas generadas por la IA para que se ajusten a las particularidades del negocio. Es importante destacar que la asistencia de la IA debe considerarse como un socio sinérgico de la ingeniosidad humana, fortaleciendo el proceso de toma de decisiones empresariales. La investigación proporciona una plataforma fundamental para investigaciones futuras, incluyendo la exploración de limitaciones, la generalización de resultados y estrategias a largo plazo para una exitosa integración de la IA en los negocios.

**Palabras clave:** Inteligencia artificial, planificación estratégica, emprendedores, Optimización Empresarial, Estrategias Empresariales.

### **Abstract**

This study delves into the integration of artificial intelligence (AI) tools within the strategic planning endeavors of small-scale entrepreneurs. Specifically, it examines the practical application of Chat GPT and GEMINI platforms in generating comprehensive business strategies for nascent ventures. The research unfolds through a comparative analysis of the strategies conceived by these AI tools, encompassing three distinct areas of emphasis - strategic planning, personalized content generation, and internal process optimization. Findings underscore the capacity of AI tools to devise innovative and multifaceted strategies, augmenting the creative capacities of entrepreneurs. Notably, Chat GPT demonstrated a propensity for generating detailed and contextually attuned strategies, while GEMINI yielded broader outlines. Notwithstanding their contributions, the significance of entrepreneur-led customization and the AI training process emerged as pivotal factors. The study recognizes current limitations, notably the need for refining AI-generated responses to align with business nuances. The research accentuates the transformative potential of AI in strategic planning while highlighting ethical considerations in employing these tools. Notably, AI assistance should be considered as a synergistic partner to human ingenuity, bolstering the entrepreneurial decision-making process. The research extends a foundational platform for future inquiries, including probing limitations, generalizing outcomes, and long-term strategies for successful AI-business integration.

**Keywords:** Artificial intelligence, strategic planning, entrepreneurs, Chat GPT, GEMINI.

## Introducción

En el panorama empresarial actual, impulsado por la revolución tecnológica y la era de la digitalización, la optimización de procesos y la toma de decisiones eficaces son pilares cruciales para el éxito de cualquier emprendimiento (Martínez-Gautier et al., 2021). En este contexto, la Inteligencia Artificial (IA) emerge como un catalizador para la transformación de las operaciones comerciales, ofreciendo herramientas avanzadas para mejorar la planificación, la eficiencia operativa y la generación de ideas innovadoras (Enholm et al., 2022; Feuerriegel et al., 2022).

Dentro del vasto espectro de aplicaciones de la IA, dos herramientas en particular, Chat GPT y GEMINI, han captado la atención debido a sus capacidades en el procesamiento de lenguaje natural y el análisis de datos respectivamente. En esta investigación, se explora el impacto y las ventajas de estas herramientas en la optimización empresarial y la planificación estratégica (Ahmed et al., 2023; George y George, 2023). La creciente adopción de la Inteligencia Artificial se basa en teorías fundamentales que respaldan su aplicación y potencial transformador en el entorno empresarial. Autores como Sestino y De Mauro (2022) sostienen que la adopción de nuevas tecnologías, como las herramientas de IA, sigue un proceso predecible que involucra diferentes categorías de adoptantes, desde los innovadores hasta los rezagados. Esta teoría proporciona una lente a través de la cual podemos analizar cómo las empresas eligen implementar y aprovechar herramientas como Chat GPT y GEMINI en función de sus necesidades y disposición al cambio (Ausat et al., 2023; Shihab et al., 2023).

Po su parte, Wang (2022) sugiere que la IA puede ampliar la capacidad de las organizaciones para recopilar y analizar datos a gran escala, proporcionando insights profundos que de otro modo podrían pasar desapercibidos. Por lo que, este estudio, se plantea la pregunta de investigación: ¿Cómo se contrastan las herramientas de procesamiento de lenguaje natural, Chat GPT, y la plataforma de análisis de datos, GEMINI, en términos de su eficacia para la optimización empresarial y la planificación estratégica? Esta pregunta guía el enfoque hacia un análisis de las ventajas y desventajas de estas herramientas en contextos empresariales diversos.

Adicionalmente, se investiga cómo las teorías de adopción de innovaciones y la integración de la IA en la toma de decisiones impulsan o limitan el uso y la eficacia de Chat GPT y GEMINI en la

optimización de procesos y la planificación para emprendimientos. A medida que avanzamos en la era de la IA y la automatización, comprender cómo estas herramientas de vanguardia pueden mejorar la agilidad, la eficiencia y la toma de decisiones informadas se convierte en un imperativo estratégico para las organizaciones empresariales (Di Vaio et al., 2020).

Como contexto, la Inteligencia Artificial (IA) se refiere a "la habilidad de un sistema para interpretar datos externos correctamente, para aprender de dichos datos y emplear esos conocimientos para lograr tareas y metas concretas a través de la adaptación flexible" (Lu, 2019). En el contexto empresarial, la IA implica la utilización de algoritmos y modelos para permitir a las máquinas procesar información y tomar decisiones, replicando procesos cognitivos humanos (Canhoto & Clear, 2020). La IA se basa en conceptos claves, como el Aprendizaje Automático (Machine Learning), que es una rama de la IA que permite a las máquinas aprender de los datos y mejorar su rendimiento en tareas específicas, mientras que las Redes Neuronales son modelos computacionales que imitan la estructura del cerebro humano y son utilizadas en el Aprendizaje Profundo (Deep Learning) para tareas como el reconocimiento de patrones (Soni et al., 2020).

La teoría también respalda el soporte de la IA en la mejora de procesos y la reducción de costos son objetivos cruciales para cualquier empresa. La IA juega un papel crucial al identificar ineficiencias en los procesos y sugerir mejoras. Al analizar datos operativos, la IA puede detectar cuellos de botella, retrasos y áreas de desperdicio (P. Wang, 2019). Esto permite a las empresas tomar medidas proactivas para aumentar la eficiencia y reducir los costos operativos. Los algoritmos de aprendizaje automático también pueden predecir el rendimiento del proceso en función de diferentes variables y condiciones. Ge et al. (2019) señalan que "la IA proporciona información en tiempo real sobre el rendimiento operativo, permitiendo ajustes precisos y oportunidades de mejora continuas".

Aunque la IA ofrece numerosos beneficios, también presenta desafíos y consideraciones éticas en su implementación. Uno de los principales desafíos es la confiabilidad de los algoritmos. La IA puede estar sesgada si los datos de entrenamiento contienen sesgos inherentes. Además, la automatización impulsada por la IA puede resultar en la pérdida de empleos en algunas áreas (Feuerriegel et al., 2022a). Es importante abordar estos desafíos de manera proactiva, asegurando que las decisiones de la IA sean transparentes y éticas. La privacidad y la seguridad

de los datos también son preocupaciones importantes, ya que la IA implica el manejo de grandes cantidades de información sensible de los clientes. La implementación de la IA debe considerar cuidadosamente el equilibrio entre la innovación y la protección de los derechos individuales (Di Vaio et al., 2020; Enholm et al., 2022).

Por lo tanto, la presente investigación se enfoca en analizar comparativamente el desempeño de las herramientas de Inteligencia Artificial ChatGpt y Gemini en la optimización de procesos empresariales concernientes a la planificación estratégica, la creación de contenidos y campaña publicitaria y en la optimización de procesos internos, correspondientemente aplicados en tres emprendimientos específicos de diversos tipos.

Por consiguiente, los objetivos específicos a considerar son los siguientes:

- Analizar las diferencias en la planificación estratégica generada por ChatGpt y Gemini para Zaidí Chocolateria para el logro efectivo de sus objetivos como empresa.
- Evaluar la eficiencia de ChatGpt y Gemini en la creación de contenidos y campaña publicitaria para DS Routes.
- Comparar las propuestas de ChatGpt y Gemini en la optimización de procesos internos para Glam SF Importadora

## **Materiales y Métodos**

Este estudio es de tipo descriptivo-comparativo y ha aplicado una metodología cualitativa. El objetivo principal es analizar y comparar las herramientas de procesamiento de lenguaje natural Chat GPT y Gemini en términos de sus ventajas, desventajas y eficacia de los resultados en el contexto de la optimización empresarial. Para el levantamiento de la información, los datos se generaron tomando tres emprendimientos como sujetos de investigación; al aplicar la IA en sus entornos empresariales, creando ejemplos relevantes que demuestran cómo cada herramienta puede contribuir a la planificación y gestión empresarial.

Por otra parte, se recopilaron datos de fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias incluían casos de estudio proporcionados por las empresas que han utilizado Chat GPT y Gemini

en sus procesos empresariales, mientras que las fuentes secundarias incluirán investigaciones, informes y artículos académicos que aborden las aplicaciones y resultados de ambas herramientas en contextos empresariales similares.

Se seleccionaron tres emprendimientos para el análisis mediante casos de estudio para cada herramienta. Estos casos de estudio buscaban representar diferentes tipos de negocios y aplicaciones de las IA como: la planificación estratégica, la generación de contenido y la toma de decisiones basada en datos. En cada caso de estudio se buscó proporcionar información detallada sobre los desafíos enfrentados, las estrategias implementadas y los resultados obtenidos al utilizar Chat GPT y Gemini.

Finalmente, se realizó un análisis comparativo de los casos de estudio seleccionados. Se evaluaron las ventajas específicas de cada herramienta en términos de eficiencia, precisión, automatización y contribución a los objetivos empresariales. También se analizaron los resultados cualitativos obtenidos en cada caso de estudio, identificando patrones y tendencias en la forma en que Chat GPT y Gemini han impactado en la planificación y optimización empresarial.

Adicionalmente, se tuvieron en cuenta las consideraciones éticas relacionadas con la recopilación y presentación de casos de estudio. Se garantizó la confidencialidad de la información sensible y se obtendrá el consentimiento de los emprendimientos participantes para compartir sus resultados. Se reconoce también que este estudio tiene limitaciones inherentes, como la disponibilidad de casos de estudio y la posibilidad de sesgos en la selección de ejemplos además de la dinámica en constante evolución de la tecnología y el entorno empresarial podría afectar los resultados y conclusiones.

### **Contexto sobre los emprendimientos y las herramientas a estudiar**

Los emprendimientos utilizados para cada caso de estudio se resumen en la Tabla I:

**Tabla 1.**

*Información de los emprendimientos*

Datos	Emprendimiento	Emprendimiento	Emprendimiento
	1	2	3
Nombre del Emprendimiento	Zaidí Chocolatería	DS Routes	Glam SF Importadora
Año de creación	2021	2023	2022
Ubicación	Guayaquil	Babahoyo	Guayaquil
Área de Negocio	Productos alimenticios	Agencia de viajes	Importadora
Redes sociales actuales	Instagram, Facebook, WhatsApp y Tik Tok	Instagram, Facebook y WhatsApp	Instagram, Facebook y WhatsApp
Herramientas de gestión y planificación	Cuadros financieros y de planificación en Excel. Notas a mano	Google Drive Planificación Excel Notas a mano	Plataforma de Importación Notas a mano

Por otro lado, se utilizarán Chat GPT y Gemini como herramientas de generación potencializadas por IA, para recopilar los resultados deseados. La Tabla 2 recopila la información más relevante de ambos.

**Tabla 2**

*Herramientas de Inteligencia Artificial*

<b>Características</b>	<b>Chat GPT</b>	<b>GEMINI</b>
Tipo de Herramienta	Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP)	Conjunto de datos y plataforma de análisis empresarial
Funcionalidad Principal	Generación de texto y respuestas	Análisis de datos para optimización empresarial
Aplicaciones	Atención al cliente, generación de contenido	Planificación, toma de decisiones, análisis de mercado
Ventajas	Conversaciones naturales, diversidad	Gran conjunto de datos, análisis predictivo
Limitaciones	Puede generar respuestas incorrectas	Requiere conocimientos técnicos para análisis profundo
Contribución Empresarial	Automatización de tareas, interacción	Optimización de estrategias, toma de decisiones
Implementación	Fácil de integrar en sistemas y aplicaciones	Requiere configuración y adaptación según necesidades

El uso de ambas herramientas en cada caso de estudio (emprendimiento) generaron datos cualitativos relevantes para obtener los resultados deseados en el presente estudio.

**Resultados y Discusión**

Con el propósito de explorar y contrastar los resultados derivados de la implementación de estrategias de planificación en un contexto empresarial, este estudio ha examinado en profundidad los planes estratégicos generados por Chat GPT y GEMINI para Zaidí Chocolatería, DS Routes y Glam SF Importadora.

Se realizan tres estrategias relevantes proporcionadas por la IA para la generación de datos y el análisis de resultados.

### **Estrategia 1:** Planificación estratégica del emprendimiento 1

A través del uso de IA, se utiliza el mismo Prompt para estudiar la primera estrategia en ambas herramientas, esperando resultados relevantes de ambas IA.

El prompt utilizado fue el siguiente: *“Por favor IA, toma el rol del CEO de un emprendimiento llamado Zaidí Chocolatería, emprendimiento dedicado a la chocolatería de autor, principalmente barras, bombones y trufas de chocolate con diversos sabores, rellenos y pastas. La empresa inició en el 2021, y posee redes sociales en Facebook, Instagram, WhatsApp y Tik Tok. Adicional a esto, los clientes mayormente son del segmento corporativo y tiene clientes individuales que compran en mayor cuantía en fechas importantes. Me gustaría tu ayuda con la planificación estratégica del emprendimiento.”*

Los resultados en ambas herramientas (Chat GPT y Gemini) buscaron delinear una visión ambiciosa, una misión centrada, y una serie de objetivos estratégicos que apuntan a un crecimiento significativo en ventas, expansión de la línea de productos y penetración en nuevos mercados. Además, identificaron estrategias clave, como el desarrollo de productos innovadores, la mejora continua de la calidad y la maximización de la visibilidad de la marca mediante estrategias de marketing sólidas.

**Tabla 3.**

*Planificación Estratégica propuesta por Chat GPT y Gemini*

Aspecto	Plan Estratégico de Chat GPT	Plan Estratégico de Gemini
Visión	Ser reconocidos como líderes en creación de experiencias únicas con chocolates de autor.	Ser líder en producción y venta de chocolate artesanal.
Misión	Elaborar chocolates artesanales de alta calidad fusionando sabores innovadores.	Producir y comercializar chocolate de alta calidad. Satisfacer necesidades de clientes.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento de ingresos 20%.</li> <li>- Diversificación de productos.</li> <li>- Ampliación de audiencia en redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumentar ventas 20% en 2023.</li> <li>- Expandir línea de productos.</li> <li>- Ingresar a nuevos mercados.</li> <li>- Desarrollar fidelización de clientes.</li> <li>- Experiencia de compra única.</li> </ul>
Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Segmentación y desarrollo de mercado.</li> <li>- Innovación de productos.</li> <li>- Fortalecimiento de presencia en redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevos productos innovadores.</li> <li>- Mejorar calidad y técnicas.</li> <li>- Incrementar visibilidad de marca.</li> <li>- Mejorar el servicio al cliente.</li> <li>- Alianzas estratégicas.</li> </ul>
Plan de Implementación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevos sabores con equipo de investigación.</li> <li>- Lanzamiento de chocolates sin azúcar.</li> <li>- Publicación de contenido atractivo en redes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo con chefs expertos.</li> <li>- Mejora de calidad y técnicas.</li> <li>- Incremento de visibilidad a través de redes sociales.</li> <li>- Mejora de servicio al cliente.</li> <li>- Alianzas estratégicas.</li> </ul>
Evaluación y Control	Revisar trimestralmente y adaptar según resultados y cambios en el entorno.	Evaluar periódicamente y ajustar según necesidad.

Este análisis de los resultados obtenidos a partir del enfoque estratégico facilitado por Chat GPT y GEMINI ofrece una visión detallada de cómo una chocolatería de autor puede aprovechar la planificación estratégica para lograr sus objetivos de manera efectiva y posicionar su marca en un mercado altamente competitivo. Ambas herramientas probaron ser efectivas en este aspecto, por lo que se utilizó un segundo Prompt para seguir intuyendo dentro de sus respuestas.

El segundo Prompt fue el siguiente: *“Como CEO, ¿cómo piensas alcanzar los objetivos propuestos, que herramientas utilizarías para el desarrollo apropiado de las estrategias?”* En respuesta al prompt sobre cómo alcanzar los objetivos propuestos como CEO de Zaidí Chocolatería, Chat GPT detalló una serie de estrategias concretas junto con las herramientas necesarias para implementarlas. Primero, planteó aumentar las ventas mediante el desarrollo de un equipo de ventas y el uso de herramientas de gestión de relaciones con el cliente (CRM). Además, sugirió implementar estrategias de ventas cruzadas y upselling. Para diversificar productos, propuso establecer un equipo de investigación y desarrollo, usar herramientas de análisis sensorial y realizar pruebas de mercado. También mencionó ingresar a nuevos mercados mediante investigaciones de mercado, herramientas de análisis de mercado y asociaciones con distribuidores locales.

En segundo lugar, Chat GPT destacó la importancia de desarrollar un programa de fidelización de clientes utilizando sistemas de gestión de fidelización, programas de referidos y encuestas periódicas. Para crear una experiencia de compra única, sugirió optimizar las ventas en línea con herramientas de análisis web y explorar la creación de un espacio físico atractivo. También propuso establecer alianzas estratégicas con negocios complementarios y utilizar herramientas de gestión de proyectos para rastrear colaboraciones. Además, mencionó el uso de herramientas de análisis financiero para monitorear el rendimiento y la rentabilidad de las estrategias implementadas.

Por otro lado, Gemini presentó una respuesta más general. Propuso desarrollar nuevos productos innovadores, mejorar la calidad utilizando ingredientes de alta calidad, incrementar la visibilidad de la marca a través de redes sociales y ofrecer un servicio al cliente de excelencia. Además, sugirió desarrollar alianzas estratégicas con otros negocios relacionados con el

chocolate. Para estas estrategias, mencionó el uso de herramientas como análisis de mercado, investigación y desarrollo, marketing, ventas, finanzas y operaciones. Aunque ambas respuestas son valiosas, la de Chat GPT proporciona un enfoque más detallado y específico sobre cómo alcanzar los objetivos propuestos y las herramientas para desarrollar las estrategias.

### **Estrategia 2:** Enfoque en la Personalización y Generación de contenido

Con el segundo emprendimiento, DS Routes, que es una agencia de viajes que se dedica a la planificación de viajes, pasajes de avión, reservas de hotel y trámites de visa, la agencia es relativamente nueva en el mercado, sólo posee 4 meses operando. Por lo que se utilizará la segunda estrategia en esta empresa para ver el nivel de versatilidad de las herramientas de IA.

El prompt utilizado para esta estrategia es el siguiente: *“Por favor, toma el rol de la Gerente de Marketing de la agencia de viajes DS Routes, que se dedica a que se dedica a la planificación de viajes, pasajes de avión, reservas de hotel y trámites de visa. Por favor, genera el enfoque de personalización de la agencia y crea el plan de contenido para las redes sociales del mes de septiembre.”*

La Tabla 4 resume la información generada por ambas herramientas para el enfoque de personalización de la agencia:

**Tabla 4.**

*Enfoque de personalización de DS Routes*

<b>Aspecto de Personalización</b>	<b>Enfoque de Chat GPT</b>	<b>Enfoque de Gemini</b>
Conocer a los clientes	Sumerge a los clientes en entrevistas y cuestionarios detallados para comprender pasiones, deseos y necesidades individuales.	Utiliza encuestas, entrevistas y análisis de datos para comprender las necesidades de los clientes.
Generar contenidos relevantes	Genera contenido inspirador de destinos exóticos y curiosidades, alineados con los intereses personales de cada cliente.	Crea contenido informativo o creativo que sea relevante para los intereses de los clientes.
Utilizar las redes sociales	Planifica un mes de contenido variado en las redes sociales, que destaque testimonios de clientes, proceso de personalización y ofertas especiales.	Crea perfiles de redes sociales y comparte contenido relevante con los clientes.
Ofrecer descuentos y promociones	Presenta ofertas especiales para viajes de otoño y descuentos en reservas de última hora, resaltando la personalización.	Ofrece descuentos y promociones personalizadas para incentivar a los clientes.

Ambos enfoques tienen elementos valiosos para la personalización y la interacción con los clientes. Sin embargo, el enfoque generado para DS Routes por Chat GPT se centra en la inmersión profunda en las historias de los clientes, la creación de itinerarios únicos, la comunicación constante y los toques personalizados a lo largo de todo el proceso. Además, el plan de contenido para redes sociales se desarrolla con base en la esencia de personalización de

DS Routes, utilizando testimonios de clientes, contenido detrás de escena y ofertas especiales para resaltar su enfoque único en el mercado de viajes personalizados. El enfoque presentado por Chat GPT es más eficaz para la estrategia de mercadeo, puesto que la agencia es aún joven en el mercado y necesita posicionarse y las estrategias presentadas por Gemini son una vez más generalizadas.

La Tabla 5 presenta la comparación en el plan de contenido de redes sociales propuesto por ambas herramientas para el mes de septiembre:

**Tabla 5.**

*Plan mensual de contenido en redes sociales*

Semana	Plan de contenido Chat GPT	Plan de contenido Gemini
Semana 1	<p>Publicación de blog: "Descubre el mundo a tu manera: Nuestros destinos personalizados te esperan."</p> <p>Imágenes inspiradoras de destinos exóticos con subtítulos que enfatizan la personalización de experiencias.</p> <p>Oferta especial: Descuentos exclusivos en paquetes de viaje personalizados para otoño.</p>	<p>Publicar un blog sobre los mejores destinos de viaje para el otoño.</p> <p>Compartir fotos y videos de destinos de viaje en redes sociales.</p> <p>Ofrecer un descuento del 10% en reservas de vuelos y hoteles.</p>
Semana 2	<p>Publicación de artículo: "Tu viaje perfecto: Nuestro enfoque en la personalización".</p> <p>Compartir consejos personalizados para viajeros en las redes sociales.</p>	<p>Publicar un artículo sobre cómo planificar un viaje perfecto.</p> <p>Compartir consejos de viaje en redes sociales.</p> <p>Ofrecer una promoción de "2 por 1" en paquetes de viaje.</p>

Promoción: "Planifica un viaje, obtén un acompañante gratis" para paquetes de viaje personalizados.

Semana 3	<p>Video: "Explora las tendencias de viaje con DS Routes".</p> <p>Compartir historias personalizadas de clientes satisfechos en las redes sociales.</p> <p>Sorteo: "Gana un viaje personalizado de ensueño".</p>	<p>Publicar un video sobre las últimas tendencias de viaje.</p> <p>Compartir historias de viaje de clientes en redes sociales.</p> <p>Ofrecer un sorteo de un viaje gratis.</p>
Semana 4	<p>Concurso de fotos: "Captura tu experiencia de viaje única".</p> <p>Compartir consejos de ahorro personalizados para viajes en las redes sociales.</p> <p>Descuento especial: 20% de descuento en viajes de última hora, destacando la personalización.</p>	<p>Publicar un concurso de fotos en redes sociales.</p> <p>Compartir consejos para ahorrar dinero en viajes.</p> <p>Ofrecer un descuento del 20% en reservas de viajes de última hora.</p>

El enfoque generado por Chat GPT para DS Routes se basa en una estrategia más centrada en la personalización, con contenido y ofertas diseñados para resaltar la experiencia única de cada cliente. La planificación de contenido se enfoca en testimonios reales, detalles detrás de escena y ofertas específicas, con consejos de contenido más realistas para un emprendimiento nuevo. El enfoque Gemini sigue siendo más general centrándose en viajes gratis o 2x1 en cada semana, lo que no llegaría al presupuesto de la agencia.

Se utilizó un segundo prompt basado en personalización que fue el siguiente: *“Basándote en el plan mensual, podrías proponer el contenido adecuado para subir (videos, fotos, y demás) considera que DS posee Instagram, WhatsApp y Facebook.”*

En respuesta al prompt sobre la personalización de contenido para las redes sociales de DS Routes, Chat GPT presentó una estrategia detallada y estructurada por semanas. En la Semana 1, propuso contenido de inspiración de destinos personalizados, incluyendo imágenes de destinos exóticos y otoñales en Instagram, mensajes inspiradores en WhatsApp, y publicaciones sobre destinos y descuentos en Facebook. En la Semana 2, se centró en testimonios de clientes satisfechos, sugiriendo historias destacadas y carruseles de reseñas en Instagram, historias de éxito en WhatsApp, y publicaciones familiares en Facebook. La Semana 3 mostró el proceso de personalización de la empresa, con videos en IGTV, historias de empleados en Instagram, y videos de elaboración de itinerarios en Facebook. Finalmente, la Semana 4 se dedicó a ofertas especiales para viajes de otoño, con gráficos llamativos y carruseles de imágenes en Instagram, mensajes de descuentos en WhatsApp, y videos animados en Facebook.

Gemini, por su parte, ofreció una propuesta más general. Para Instagram, sugirió publicar fotos y videos de destinos de otoño, consejos de viaje, historias de clientes, concursos y promociones. En WhatsApp, propuso mensajes de texto con consejos de viaje, información sobre destinos y ofertas especiales, junto con chatbots y grupos de viajeros. Para Facebook, recomendó publicaciones sobre destinos, consejos de viaje, ofertas especiales, videos de viajes, concursos y videos en vivo con expertos en viajes. Aunque ambas respuestas son útiles, Chat GPT proporcionó un plan más específico y atractivo, lo que puede ser particularmente valioso para una agencia con poco tiempo en el mercado.

Para la optimización de procesos internos de Glam SF Importadora, Chat GPT ofreció un enfoque claro y estructurado con pasos concretos. Sugirió implementar un sistema de gestión de inventarios, estandarizar procesos de compra, mejorar la logística y gestión de envíos, establecer un sistema eficiente de atención al cliente, identificar y automatizar tareas repetitivas, capacitar al personal continuamente, utilizar herramientas de análisis de datos, establecer un proceso de mejora continua, colaborar estrechamente con proveedores y implementar estrategias de

marketing. Esta respuesta demuestra un conocimiento práctico y detallado de las necesidades de una pequeña empresa.

Gemini, en cambio, proporcionó una respuesta más genérica. Propuso automatizar tareas, mejorar la comunicación entre equipos, y aumentar la eficiencia general. También sugirió desarrollar estrategias de marketing y mejorar la satisfacción del cliente mediante un excelente servicio al cliente y la creación de productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes. Aunque útil, la respuesta de Gemini carece de la especificidad y estructura que proporciona Chat GPT. En resumen, Chat GPT ofrece estrategias más detalladas y efectivas, mientras que Gemini puede complementar estas estrategias con enfoques más generales.

## Discusión

El estudio presentó resultados interesantes y valiosos al examinar la implementación de estrategias de planificación empresarial utilizando las herramientas de inteligencia artificial Chat GPT y GEMINI. Los hallazgos revelaron que Chat GPT generó respuestas más detalladas, específicas y efectivas en comparación con GEMINI, en todos los aspectos analizados: planificación estratégica, enfoque de personalización y generación de contenido, así como optimización de procesos internos.

En el ámbito de la planificación estratégica, los resultados están alineados con la teoría de la estrategia empresarial (Feuerriegel et al., 2022b; Soni et al., 2020), ambas herramientas generaron respuestas que enfatizan la importancia de establecer una visión clara, una misión orientada a la satisfacción del cliente y objetivos específicos para lograr un crecimiento sostenible. Chat GPT y GEMINI coincidieron en la identificación de estrategias clave como la innovación de productos y el fortalecimiento de la presencia en redes sociales para impulsar el crecimiento y la visibilidad de la marca. Esto respalda las teorías que sugieren que las estrategias centradas en la diferenciación y la creación de valor son cruciales para el éxito empresarial (Sestino y De Mauro, 2022; Wang, 2022).

En relación con la estrategia de enfoque de personalización y generación de contenido, los resultados destacan la importancia de la personalización en la interacción con los clientes en línea, lo cual coincide con la teoría de la personalización en el marketing. Chat GPT generó respuestas que promovían la creación de contenido altamente personalizado y relevante para cada cliente, lo que refleja la creciente importancia de la personalización en la era digital (Chen et al., 2022; De Mauro et al., 2022). Por otro lado, las respuestas de GEMINI, que fueron más generales, podrían considerarse en línea con la teoría de marketing tradicional, que ha evolucionado para enfocarse en la experiencia del cliente individualizado (Ahmed et al., 2023). En el contexto de la optimización de procesos internos, los resultados apoyan la teoría de la mejora continua y la gestión eficiente de operaciones. Las respuestas de Chat GPT ofrecieron una descripción detallada de pasos específicos para optimizar la gestión de inventarios, procesos de compra, logística y más. Estos hallazgos están en consonancia con las teorías de mejora continua y eficiencia operativa (George y George, 2023). Por otro lado, las respuestas de GEMINI, aunque más generales, también señalan la importancia de la automatización y la comunicación efectiva entre equipos, lo que es consistente con la teoría de gestión de procesos empresariales (Ausat et al., 2023).

Sin embargo, los resultados obtenidos en este estudio podrían no ser completamente generalizables a todas las industrias y tipos de empresas, ya que las características y contextos empresariales pueden variar ampliamente. Sería útil replicar el estudio en diferentes sectores y tamaños de empresas para evaluar la aplicabilidad de las conclusiones en diversos escenarios (Ausat et al., 2023; Jarco & Sulkowski, 2023; Shihab et al., 2023).

## Conclusiones

La presente investigación sugiere que las herramientas de inteligencia artificial tienen el potencial de ser herramientas valiosas en la planificación estratégica empresarial, pero su éxito depende de la colaboración efectiva entre la creatividad humana y la generación automatizada. Los resultados subrayan la importancia de

que los usuarios tengan una comprensión sólida tanto de las herramientas de IA como de los principios de planificación empresarial. Una formación adecuada permitiría a los usuarios aprovechar al máximo las capacidades de estas herramientas y tomar decisiones informadas sobre cómo aplicar las estrategias generadas.

Por otro lado, las respuestas generadas por las herramientas de IA deben ser adaptadas al contexto específico de cada empresa. La implementación exitosa de estrategias requerirá una evaluación crítica y personalización de las recomendaciones generadas para asegurar que se ajusten a las necesidades y circunstancias únicas de la empresa. A pesar de la utilidad percibida, hubo ocasiones en las que las respuestas generadas por las herramientas no fueron completamente relevantes o adecuadas. Esto resalta las limitaciones actuales de la generación de lenguaje natural por parte de las herramientas de IA y la necesidad de mejoras continuas.

Futuras investigaciones podrían profundizar en la comparación de diferentes herramientas de inteligencia artificial, no solo Chat GPT y GEMINI. Evaluar una variedad de plataformas AI en términos de generación de estrategias y respuestas empresariales podría proporcionar una visión más completa de las capacidades y limitaciones de estas herramientas en contextos empresariales. Sería valioso investigar cómo las estrategias generadas por herramientas de inteligencia artificial influyen en el proceso de toma de decisiones de los emprendedores. Comprender cómo las respuestas generadas impactan en la toma de decisiones podría arrojar luz sobre la utilidad real de estas herramientas.

## Referencias bibliográficas

- Ahmed, I., Kajol, M., Hasan, U., Datta, P. P., Roy, A., & Reza, M. R. (2023). ChatGPT vs. Bard: A Comparative Study. UMBC Student Collection.
- Ausat, A. M. A., Rachman, A., Rijal, S., Suherlan, S., & Azzaakiyyah, H. K. (2023). Application of ChatGPT in Improving Operational Efficiency in the Context of Entrepreneurship. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 1220–1228.
- Canhoto, A. I., & Clear, F. (2020). Artificial intelligence and machine learning as business tools: A framework for diagnosing value destruction potential. *Business Horizons*, 63(2), 183–193.
- Chen, L., Jiang, M., Jia, F., & Liu, G. (2022). Artificial intelligence adoption in business-to-business marketing: toward a conceptual framework. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 37(5), 1025–1044.
- De Mauro, A., Sestino, A., & Bacconi, A. (2022). Machine learning and artificial intelligence use in marketing: a general taxonomy. *Italian Journal of Marketing*, 2022(4), 439–457.
- Di Vaio, A., Palladino, R., Hassan, R., & Escobar, O. (2020). Artificial intelligence and business models in the sustainable development goals perspective: A systematic literature review. *Journal of Business Research*, 121, 283–314.
- Enholt, I. M., Papagiannidis, E., Mikalef, P., & Krogstie, J. (2022). Artificial intelligence and business value: A literature review. *Information Systems Frontiers*, 24(5), 1709–1734.
- Feuerriegel, S., Shrestha, Y. R., von Krogh, G., & Zhang, C. (2022). Bringing artificial intelligence to business management. *Nature Machine Intelligence*, 4(7), 611–613.
- Ge, X., Li, D., Guan, D., Xu, S., Sun, Y., Zhou, M., Marcus, A., & Wang, W. (2019). Design, user experience, and usability. *User experience in advanced technological environments*: Vol. null (null, Ed.).
- George, A. S., & George, A. S. H. (2023). A review of ChatGPT AI's impact on several business sectors. *Partners Universal International Innovation Journal*, 1(1), 9–23.
- Jarco, D., & Sulkowski, L. (2023). Is ChatGPT better at business consulting than an experienced human analyst? An experimental comparison of solutions to a strategic business problem. *Forum Scientiae Oeconomia*, 11(2).
- Lu, Y. (2019). Artificial intelligence: a survey on evolution, models, applications and future trends. *Journal of Management Analytics*, 6(1), 1–29.

- Martínez-Gautier, D., Garrido-Yserte, R., & Gallo-Rivera, M.-T. (2021). Educational performance and ICTs: Availability, use, misuse and context. *Journal of Business Research*, 135, 173–182. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.027>
- Sestino, A., & De Mauro, A. (2022). Leveraging artificial intelligence in business: Implications, applications and methods. *Technology Analysis & Strategic Management*, 34(1), 16–29.
- Shihab, S. R., Sultana, N., & Samad, A. (2023). Revisiting the use of ChatGPT in Business and Educational Fields: Possibilities and Challenges. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 534–545.
- Soni, N., Sharma, E. K., Singh, N., & Kapoor, A. (2020). Artificial intelligence in business: from research and innovation to market deployment. *Procedia Computer Science*, 167, 2200–2210.
- Wang, N. (2022). Application of DASH client optimization and artificial intelligence in the management and operation of big data tourism hotels. *Alexandria Engineering Journal*, 61(1), 81–90.
- Wang, P. (2019). On Defining Artificial Intelligence. *Journal of Artificial General Intelligence*, 10(2), 1–37. <https://doi.org/10.2478/jagi-2019-0002>
- Wang, Z. (2022). Computer-assisted EFL writing and evaluations based on artificial intelligence: a case from a college reading and writing course. *Library Hi Tech*, 40(1), 80–97.