

TRANSFORMACIÓN DE LAS PRÁCTICAS ORGANIZACIONALES A TRAVÉS DEL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA

Alicia Zanfrillo, alicia@mdp.edu.ar^{1y2}

¹Facultad Regional Mar del Plata de la Universidad Tecnológica Nacional

²Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata

RESUMEN

La inteligencia artificial generativa -IAG- ha logrado insertarse en escaso tiempo de una forma sin precedentes en diferentes sectores de la actividad humana, incorporando un nuevo umbral en la adopción de tecnologías. La inteligencia artificial se define como una capacidad de las computadoras, para utilizar algoritmos, aprender de los datos y en base a ellos tomar decisiones, es decir, simular las actividades que requieren de inteligencia humana mientras que la IAG se enfoca en el desarrollo de sistemas capaces de crear contenido original en diversos formatos. Comparable con la disrupción generada por el advenimiento de internet a fines del siglo pasado, la aparición en noviembre de 2022 de la IAG a través del uso intensivo de los modelos de lenguaje planteó nuevos desafíos para el desarrollo del quehacer de las organizaciones.

Sin otros requerimientos que una conexión a través de internet a una plataforma, la accesibilidad de la herramienta proyecta diferentes interrogantes para su adopción plena y uso responsable, así como la visualización de su incorporación. Los nuevos perfiles formativos, además, tienen el reto de incorporar su uso tanto en los aspectos técnicos como éticos.

El objetivo del presente trabajo es comprender las nuevas prácticas que se desarrollan en las organizaciones, en particular en las áreas de gestión de marketing y ventas y, en las relaciones con el cliente, considerando la incorporación de sistemas capaces de generar contenidos originales y creativos. Se abordó una investigación cualitativa, de tipo exploratoria, a través de entrevistas semi-estructuradas a informantes clave –profesionales y personal jerárquico- de empresas medianas y pequeñas del sector productivo de la ciudad de Mar del Plata (República Argentina) en el año 2023, para indagar sobre la modalidad, las herramientas, la diversidad de fuentes y la secuencia de tareas en que se plantea la aplicación de estas nuevas tecnologías.

Los resultados muestran nuevas configuraciones en el desarrollo de las prácticas de gestión relacionadas con la interacción con el cliente, aportando evidencia sobre su incorporación en las siguientes actividades: generación de mensajes, diseño de contenido, síntesis de información y, recopilación y análisis de datos. Se reconocen, además, limitaciones en disciplinas específicas que refuerzan la intención de contrastación de las fuentes utilizadas para la producción de contenido, así como los posibles sesgos de la información que se presenta. Se observa también un interés en el empleo de diversas fuentes de información y una mejora en la producción, tanto en la formulación como en el diseño. En un contexto de alta demanda de perfiles técnicos y profesionales para liderar la transformación digital, el principal aporte del trabajo consiste en ofrecer pautas para la aplicación de la IAG a fin de promover una mayor riqueza en la producción de contenido, un desempeño más efectivo de las operaciones y, un uso consciente y responsable de las tecnologías.

Palabras clave: digitalización, transformación digital, prácticas organizacionales, tecnologías habilitadoras