

Herramientas Digitales

Evaluación del contenido
generado por IA

Clase 19



PUCE Virtual - Tecnologías

La excelencia no se improvisa



1. INTRODUCCIÓN

Como sabes, el mundo digital avanza a pasos agigantados; y, con él, la inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una herramienta omnipresente, que está transformando cómo interactuamos, aprendemos y, por supuesto, cómo vendemos. Ya no es una promesa futurista, sino una realidad, en nuestro Ecuador, la IA se está colando en bancos, hospitales y hasta en la educación. Pero como toda herramienta poderosa, usarla requiere de un ojo crítico y una ética inquebrantable, especialmente cuando hablamos de generar y evaluar contenido.

En esta clase, no solo vamos a entender cómo la IA puede ser el mejor aliado a diario de un profesional de ventas, también nos enfocaremos en cómo asegurar que el contenido que te ayuda a crear o analizar sea de la más alta calidad y se alinee con tus valores. Prepárate para descubrir cómo la coherencia, la relevancia y la originalidad son esenciales para destacar en el competitivo mercado ecuatoriano, utilizando la IA de forma inteligente y, sobre todo, responsable.

2. Clase 19. Evaluación del contenido generado por IA

RDA 3: Usa con ética herramientas de inteligencia artificial como apoyo educativo.

Hoy en día, la IA generativa es una herramienta muy popular en la educación superior (Figura 1), facilitando la comprensión de contenidos, optimizando el tiempo de los docentes y ayudando a crear recursos educativos interactivos.

Figura 1. Clase con uso de laptops y apoyo docente con IA

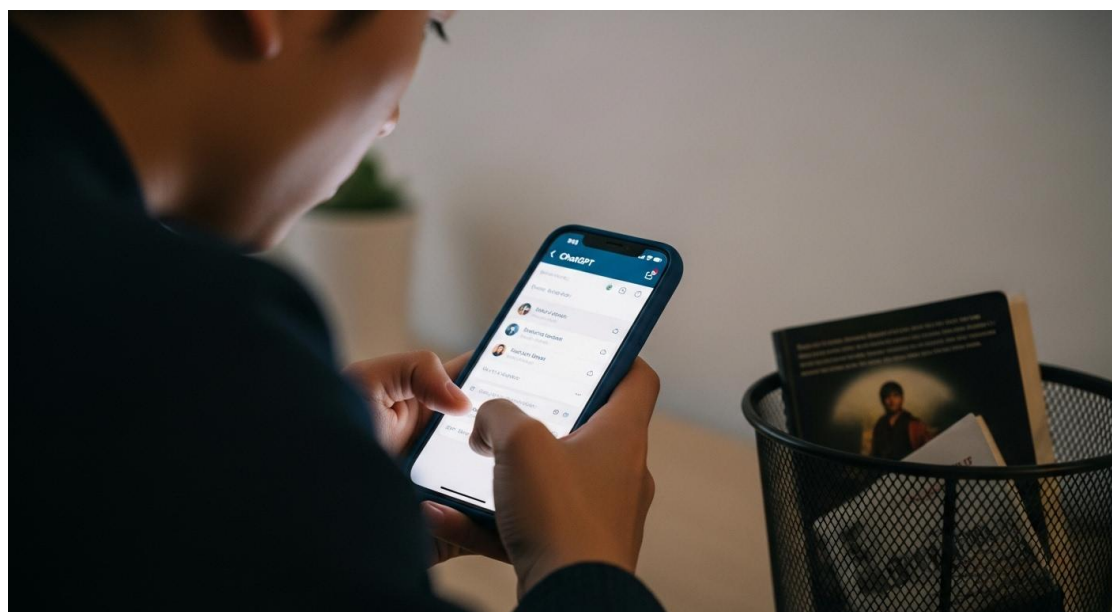


Nota. Palacios, G. A. (2025). Google AI Studio.

En el ámbito de las ventas, estas capacidades se traducen en un potencial enorme para investigar mercados, redactar comunicaciones, generar ideas para campañas e incluso automatizar partes del servicio al cliente.

En Ecuador, aunque la mayoría de profesionales ya usan la IA (Figura 2), el país aún depende de soluciones externas y enfrenta desafíos éticos, como la integridad académica, la privacidad y los sesgos. ¿Prefieres leer un libro o que la IA te dé el resumen?

Figura 2. Estudiante utilizando ChatGPT



Palacios, G. A. (2025). Google AI Studio.

Por eso, es clave aprender a usarla con criterio, evitando repetir errores o generar desinformación, y asumiendo la responsabilidad ética en el contenido que producimos.

Ahora, profundicemos en los tres pilares fundamentales para evaluar cualquier contenido generado por IA. Estos criterios te permitirán pasar de ser un simple ‘consumidor’ a un ‘editor’ consciente y efectivo.

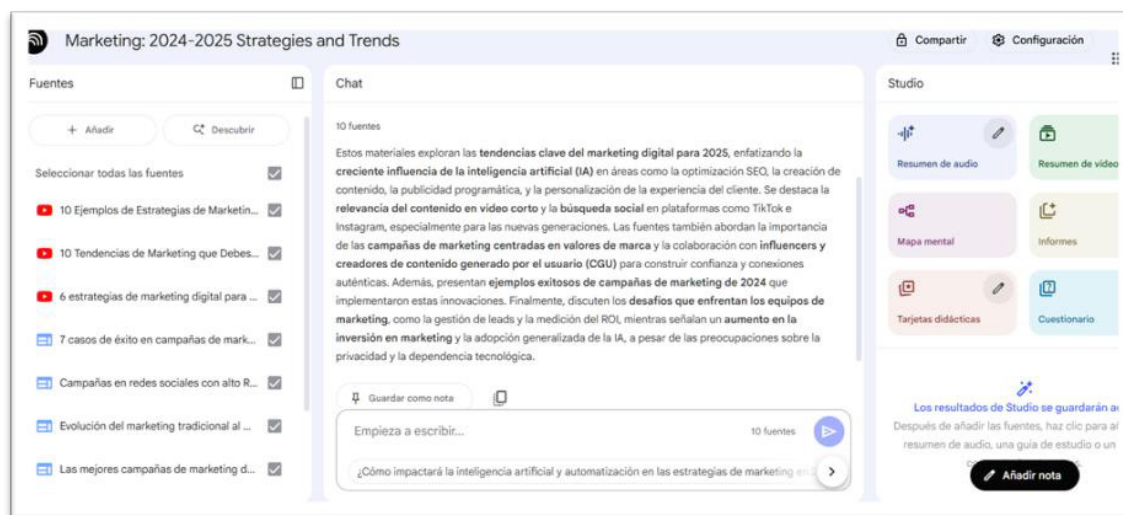
2.1 Coherencia: ¿Tiene sentido lo que te dice la IA?

La **coherencia** es la espina dorsal de cualquier mensaje efectivo. En el contenido generado por IA se refiere a que el texto debe tener sentido y fluir de manera lógica (Figura 3). Una herramienta de IA puede analizar estructura, tono y estilo, para

identificar inconsistencias y sugerir mejoras, asegurando que el mensaje de tu marca sea uniforme en diferentes canales (FasterCapital, 2025a).

Figura 3

Captura de pantalla de Google notebookLM



Nota. Captura de pantalla de Google notebookLM en análisis de videos de YouTube que hablen de estrategias exitosas de marketing digital y marketing tradicional en el año 2024 y 2025. Palacios, G. A. (2025). Google AI Studio.

Aplicación práctica. Piensa en un folleto de ventas o en una serie de correos electrónicos que generes con IA. ¿El tono es el mismo? ¿El mensaje central se mantiene? Por ejemplo, si la IA te ayuda a crear el texto para una campaña de lanzamiento de un nuevo producto, asegúrate de que tanto el eslogan como la descripción del producto mantengan una **línea argumental clara y unificada** con el resto de tus materiales de marketing. Una herramienta de IA puede, por ejemplo, ajustar automáticamente la longitud o el formato de tu contenido para diversas plataformas, manteniendo una experiencia de usuario consistente (FasterCapital, 2025a).

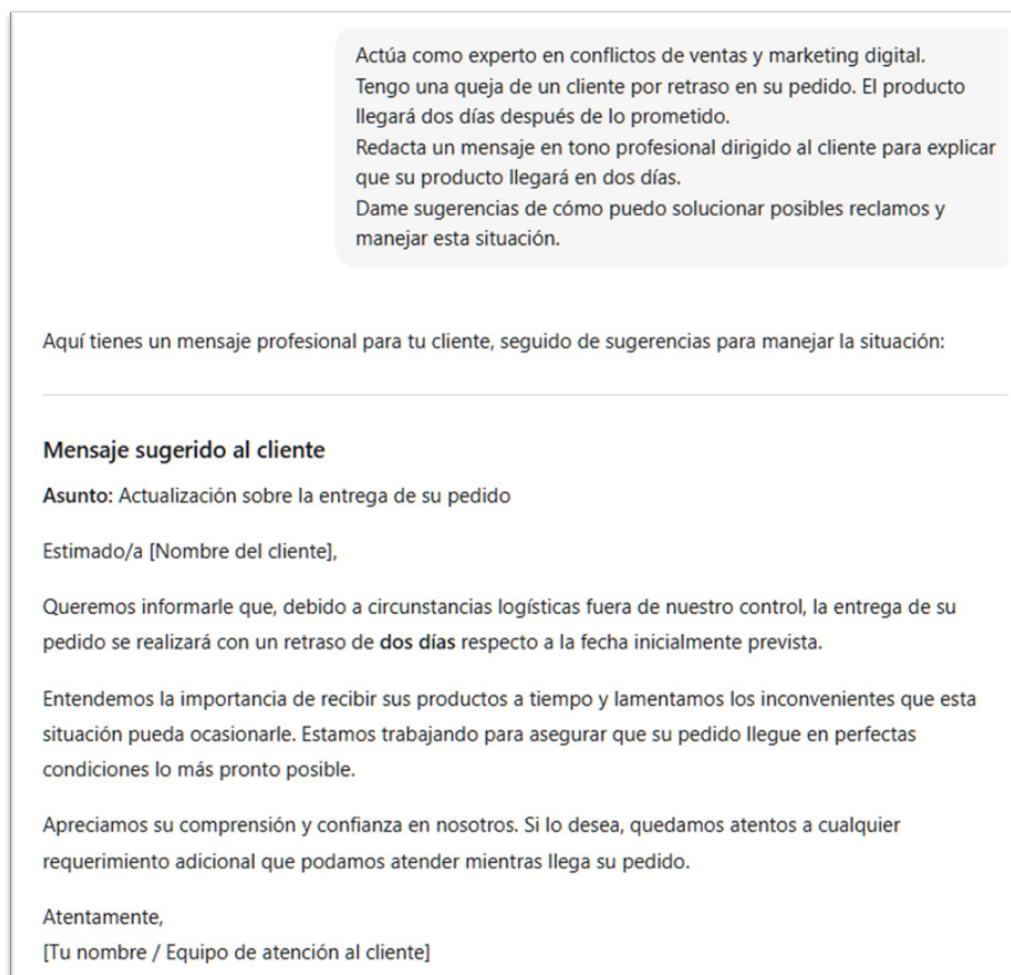
Invita a la reflexión. ¿Recuerdas alguna vez que leíste algo y no tenía ni pies ni cabeza? Con la IA, esto también puede pasar si no la revisamos. Tu cliente espera claridad, y un contenido incoherente puede alejarlo.

2.2 Relevancia: ¿Es útil y pertinente para tu objetivo?

La **relevancia** significa que el contenido debe ser pertinente para el tema, tu audiencia y, en tu caso, para tu intención de ventas (Figura 4). La IA tiene la capacidad de analizar

datos de usuario y patrones de comportamiento para ofrecer recomendaciones de contenido personalizadas (FasterCapital, 2025a). Sin embargo, eres tú quien debe guiar a la IA para que el contenido sea realmente útil para tu estrategia de ventas en el contexto ecuatoriano.

Figura 4. Revisión de redacción de mensaje a cliente en Chat GPT



Nota. Captura de pantalla ChatGPT para solicitar redacción de mensaje a cliente por entrega de producto atrasado. Palacios, G. A. (2025). Google AI Studio.

Aplicación práctica. Si la IA te ayuda a crear un guion para una llamada de ventas, este debe ser relevante para el producto específico que ofreces, las necesidades de tu cliente ecuatoriano y las objeciones comunes que puedas encontrar en nuestro mercado local. Una buena pregunta para la IA podría ser: “Genera 5 argumentos de venta para un cliente en Guayaquil interesado en el crédito de vehículo X, considerando el contexto económico actual de Ecuador”. Después, tú evalúas si la información es pertinente y si realmente conecta con el comprador.

Invita a la reflexión. Piensa en un cliente que busca un producto específico. Si le ofreces algo totalmente diferente, ¿lo vas a enganchar? La IA funciona igual: debe darte lo que necesitas, y tú eres quien define qué es ‘lo que necesitas’.

2.3 Originalidad: Creando valor único, no solo copiando.

La **originalidad** implica que el contenido no debe ser una copia simple de otros textos existentes. Este es un punto crítico, ya que el **plagio** y la falta de autenticidad son riesgos importantes del contenido generado por IA si no se maneja con cuidado (Chica Elizalde et al., 2025). Las herramientas de IA son excelentes para generar ideas o borradores, pero el toque humano es esencial para la creatividad y el pensamiento crítico (FasterCapital, 2025b).

Figura 5. Trabajo de bocetos en actividades creativas



Palacios, G. A. (2025). Google AI Studio.

Aplicación práctica. Al generar descripciones de productos para tu tienda en línea, no basta con pedirle a la IA “describe este celular”. Necesitas agregar tu perspectiva, un beneficio único que resuene con el cliente local o una anécdota que haga la descripción memorable. La IA puede darte un punto de partida, pero eres tú quien le da la identidad. Ferrante (2021) destaca que los modelos de IA pueden reflejar y perpetuar sesgos presentes en los datos con los que fueron entrenados. Esto significa que si la IA se entrena con contenido genérico o de una sola cultura, podría generar un contenido poco inclusivo o que no resuene con la diversidad de nuestro público ecuatoriano. Tu revisión asegura que el mensaje sea genuino y adaptado culturalmente.

Revisa más al respecto en el siguiente enlace:

Título del enlace: La inteligencia artificial y la manipulación entraron de lleno a la campaña electoral 2025

Descripción: Plan V analiza el uso de deepfakes en elecciones ecuatorianas.

Enlace: <https://planv.com.ec/historias/politica/ecuador-inteligencia-artificial-campana-electoral-2025/>

Invita a la reflexión. Sabes que en ventas, ser auténtico y tener tu propio estilo te diferencia. ¿Crees que la IA puede ayudarte a ser más original o te tienta a ser menos creativo?

Más allá de la coherencia, relevancia y originalidad, el uso ético de la IA en ventas implica ser consciente de sus limitaciones. Uno de los mayores desafíos es el **sesgo algorítmico**. Como señala Ferrante (2021), los sistemas de IA pueden mostrar un rendimiento desigual o discriminatorio si los datos con los que se entrenaron no son representativos de la diversidad de la población. Imagina que la IA te sugiera una segmentación de clientes basada en datos sesgados; podría hacerte perder oportunidades de venta o, peor aún, discriminar a un grupo.

Otro riesgo es la **dependencia excesiva**. Chica Elizalde et al. (2025) advierten sobre la dependencia tecnológica que puede afectar a tu pensamiento crítico y a tu creatividad. La IA debe ser una herramienta para **potenciar tus habilidades**, no para reemplazarlas. Como profesional de ventas, tu inteligencia emocional, tu capacidad de leer el contexto, tu empatía y tu persuasión son insustituibles. La IA puede darte datos, pero tú construyes la relación. FasterCapital (2025b) enfatiza en que aunque la IA automatiza tareas, el aporte humano (creatividad, contexto, pensamiento crítico) sigue siendo crucial para que el contenido asistido por IA sea auténtico y atractivo.

Para maximizar los beneficios y mitigar los riesgos, Chica Elizalde et al. (2025) recomiendan implementar políticas claras, capacitar continuamente en alfabetización digital crítica y rediseñar las estrategias de evaluación. Al final, ¿quién vende? ¡Tú! La IA es un gran copiloto, pero el conductor eres tú, con tu astucia y tu ética.

Título del enlace: Desafíos regulatorios de la inteligencia artificial en Ecuador

Descripción: estudio sobre la falta de regulación sólida de IA en el país.

Enlace: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/4322>

3. Referencias Clase 19

- Chica Elizalde, A. F., González Ramírez, O. C., Loján Cueva, E. L., & Rivas Asanza, W. B. (2025). Evaluación del Uso de la Inteligencia Artificial Generativa en la Universidad Técnica de Machala: Beneficios y Riesgos. *Estudios y Perspectivas Revista Científica y Académica*, 5(2), 1207-1229. <https://doi.org/10.61384/r.c.a..v5i2.1200>
- FasterCapital. (2025a, Mayo 2). *Impacto de la IA en la coherencia del contenido*. Recuperado de <https://fastercapital.com/es/contenido/Impacto-de-la-IA-en-la-coherencia-del-contenido.html>
- FasterCapital. (2025b, Mayo 7). *Impacto de la IA en la originalidad del contenido*. Recuperado de <https://fastercapital.com/es/contenido/Impacto-de-la-IA-en-la-originalidad-del-contenido.html>
- Ferrante, E. (2021, Julio-Agosto). Inteligencia artificial y sesgos algorítmicos: ¿Por qué deberían importarnos? *Nueva Sociedad*, (294). Recuperado de <https://nuso.org/articulo/inteligencia-artificial-y-sesgos-algoritmicos/>

4. Glosario Clase 19

- **Plagio.** Acción de copiar total o parcialmente el trabajo, ideas o expresiones de otra persona y presentarlas como propias, sin dar el crédito correspondiente.
- **Sesgo algorítmico.** Tendencia de un sistema de inteligencia artificial a producir resultados injustos o desiguales, debido a que los datos usados para entrenarlo contienen prejuicios o no representan adecuadamente a toda la población.

5. Recurso de profundización Clase 19

- **Título del recurso relacionado:** ‘Evaluación del contenido generado por IA’
- **Descripción del recurso:** Esta presentación en 10 diapositivas resume los pilares fundamentales para evaluar el contenido producido con inteligencia artificial, incluyendo ejemplos prácticos, riesgos éticos y recomendaciones aplicadas al contexto ecuatoriano. El recurso facilita la comprensión visual de los conceptos y puede ser utilizado como apoyo en exposiciones o debates en clase.



La excelencia no se improvisa

síguenos

