

LA ERA DE LA IA

INSIGHTS & OPORTUNIDADES

2025

STRATEGY &
INSIGHTS

01

LA EVOLUCION DE LA I.A

La IA en argentina | Evolución & Plataformas

02

BEST PRACTICES & TENDENCIAS

Utilización de la IA de las marcas | Tendencias

03

AUDIENCIAS

¿Quiénes son los usuarios de IA en Argentina?

04

INSIGHTS & OPORTUNIDADES

En torno a la IA

AG

EN

DA

01

EVOLUCION DE LA IA

La IA en Argentina | Evolución & Plataformas

**LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL
TUVO UN BOOM EXPONENCIAL EN LOS
ÚLTIMOS AÑOS,
TRANSFORMANDO EL MUNDO Y
DIVERSAS INDUSTRIAS COMO LAS
CONOCEMOS**

ALGUNAS TECNOLOGÍAS SE ADOPTARON DE MANERA GRADUAL



+70 años

En Argentina,
39% posee teléfonos fijos
94% posee celulares smartphones



+50 años

En Argentina,
69% ve televisión tradicional



+20 años

En Argentina,
84% posee PCs o notebooks



+10 años

En Argentina,
89% accede a internet en su hogar
100% accede a internet

A LA IA, LE TOMO MUCHO MENOS



2 meses

En ese período de tiempo, se
alcanzaron los 100 millones de
usuarios

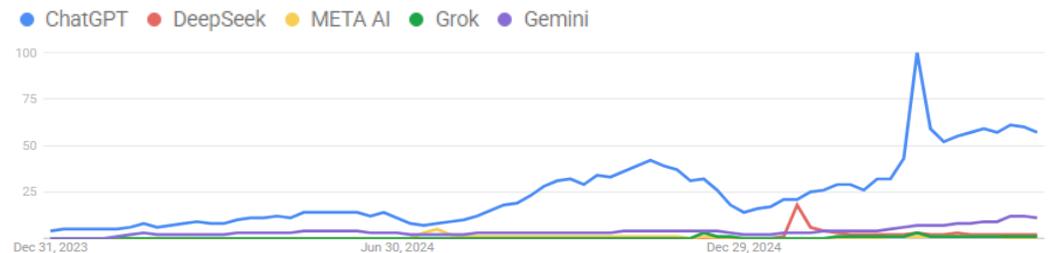
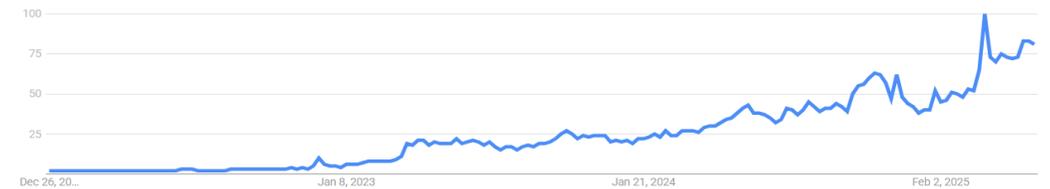
CADA DÍA, UNA NUEVA IA

En un corto período de tiempo, surgieron una diversidad de plataformas de IA generativas ofreciendo diferentes alternativas a los usuarios, brindando una mayor calidad y mejores tiempos de respuesta.



En dos meses, ChatGPT alcanzó los 100 millones de usuarios activos, un número que plataformas como Instagram, Facebook y X/Twitter les tomó más de dos años alcanzar.

En Argentina, el interés por la I.A creció exponencialmente a partir de su boom mundial:



ACTUALMENTE, LA IA TIENE APLICACIÓN EN UNA GRAN VARIEDAD DE SECTORES

Educativo



58% de los chicos de 9 a 17 años utiliza la IA.

2 de cada 3 utilizan los chatbots con fines escolares.

Trabajo/Profesional



55% de los trabajadores en Argentina utiliza IA para sus tareas diarias

40% sostienen la importancia del criterio humano a la hora de utilizarlas.

Empresarial



1 de cada 3 pymes en argentina ya invirtieron en IA.

87% de las empresas que han implementado soluciones de IA aumentaron su productividad.

EN ESTE SENTIDO, MUCHAS PERSONAS LA VEN COMO UN MEDIO PARA AUTOMATIZAR SUS NECESIDADES



Colo @ariana_sind
X | AR | 20 dic 2024 · 15:16

Ya no es más Yahoo respuestas cierto ahora la onda es hacerle las **preguntas** a la **inteligencia artificial** perdón

preguntas, inteligencia artificial

1k Alcance Neutral

van kiff de ciruela @pablxlegria
X | AR | 12 nov 2024 · 13:46

estaria bueno decirle a la **inteligencia artificial** de spotify "hoy **me siento mal** pone radiohead y canciones parecidas"

inteligencia artificial, me siento mal

95 Alcance 2 Engagement 34 Vistas Neutral

mavi @atwellsfilms
X | AR | 28 sept 2024 · 10:33

estoy en una capacitación docente y en una de las charlas sobre **inteligencia artificial** la expositora está dando herramientas **para trabajar** en el aula y dijo "conocen character ai?" <https://t.co/H6YLS60hWM>

inteligencia artificial, para trabajar

1.03k Alcance 13 Engagement 248 Vistas Neutral

togepi @ciberfantasia
X | AR | 10 oct 2024 · 16:19

oficialmente certificada **para trabajar** en edición de imágenes con IA 🌸

para trabajar, IA

621 Alcance 2 Engagement 49 Vistas Neutral

nosoynao @naonaobeom
X | AR | 15 dic 2024 · 5:19

Insta se puso tan personal q le fui a hacer **preguntas** a una **inteligencia artificial** para q me dé consejos. No lo puedo olvidar, ya pasó más de un año, todavía lo extraño, lo quiero volver a conocer, quiero q está vez no seamos *casi algo* quiero q seamos algo, lo quiero a él.

preguntas, inteligencia artificial

2 Alcance Neutral

federico lowenstein @fedelowe
X | AR | 16 dic 2024 · 16:28

que espectacular es hacerle **preguntas a chatgpt** para empezar a pensar algo

preguntas, chatgpt

6.9k Alcance 5 Engagement 85 Vistas Neutral

El Dina @matidinardo
X | AR | 6 jun 2024 · 11:01

Lo que más me asombra de la **IA** es cómo hacía antes **para trabajar** sin ella

IA, para trabajar

2.3k Alcance 1 Engagement Neutral

lucasworcel @lucasworcel
X | AR | 14 ago 2024 · 23:57

Qué maravilla tener un buen set de herramientas de **IA para trabajar**.

IA, para trabajar

1.02k Alcance Positivo

Agustin @pray4alfi
X | AR | 16 dic 2024 · 17:49

problemas en tiempos modernos: donde busco una buena **receta** de tiramisú? Google, YouTube, **chatgpt**?

receta, chatgpt

608 Alcance 1 Engagement 41 Vistas Positivo

NEGR0 @destouchess
X | AR | 14 dic 2024 · 19:11

Un antes y un despues **estudiar con IA**, te amo 🍷

estudiar, IA

1.89k Alcance 1 Engagement Positivo

Jona @jonaditomaso
X | AR | 9 sept 2024 · 16:58

Casi 2025, no podés estar en contra de la **IA** como apoyo **para trabajar**. No seas cavernícola.

IA, para trabajar

1.65k Alcance Neutral

MauroBernoco @maurobernoco
X | AR | 18 nov 2024 · 9:32

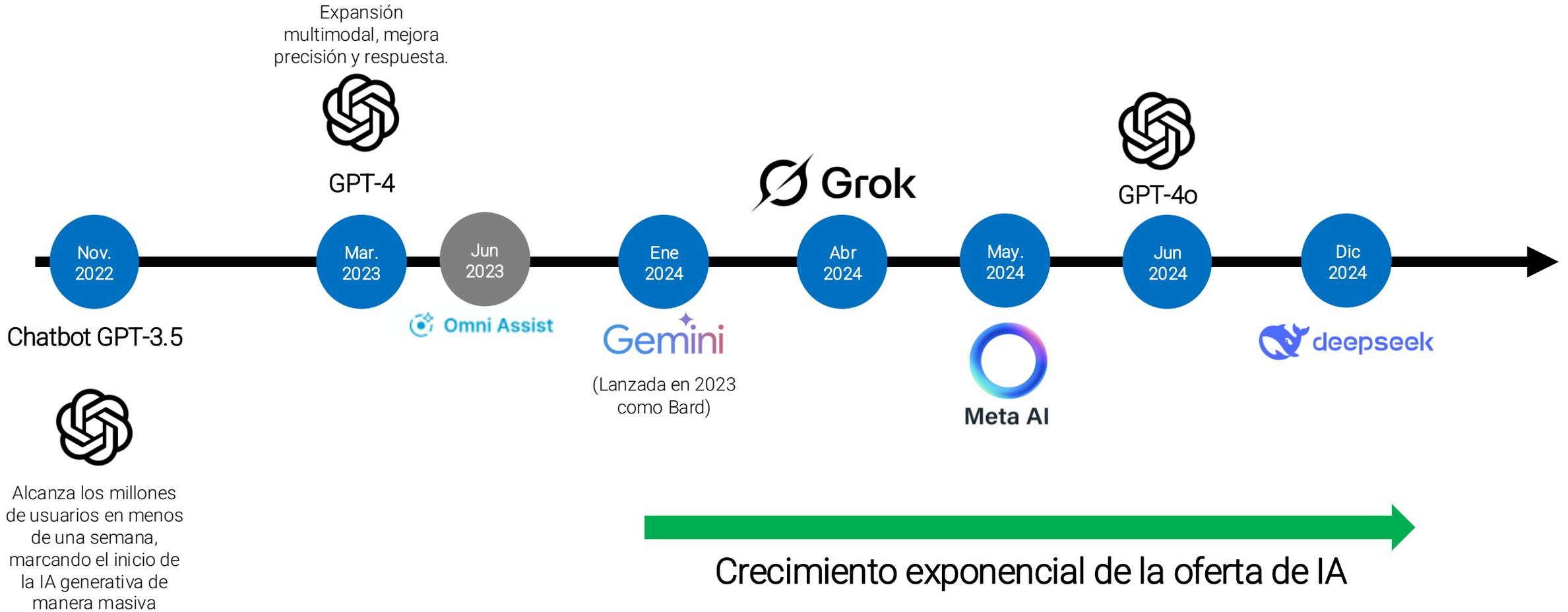
Estoy enamorado de las herramientas de **IA para trabajar** en mi negocio. <https://t.co/k0OYv1ehYr>

ia, IA, para trabajar

2.42k Alcance Positivo

No solo se ha convertido en instrumento usado en el ámbito profesional, sino que se ha incorporado a la vida diaria como un **asistente personalizado 24/7** en donde los usuarios esperan cada vez mayor automatización.

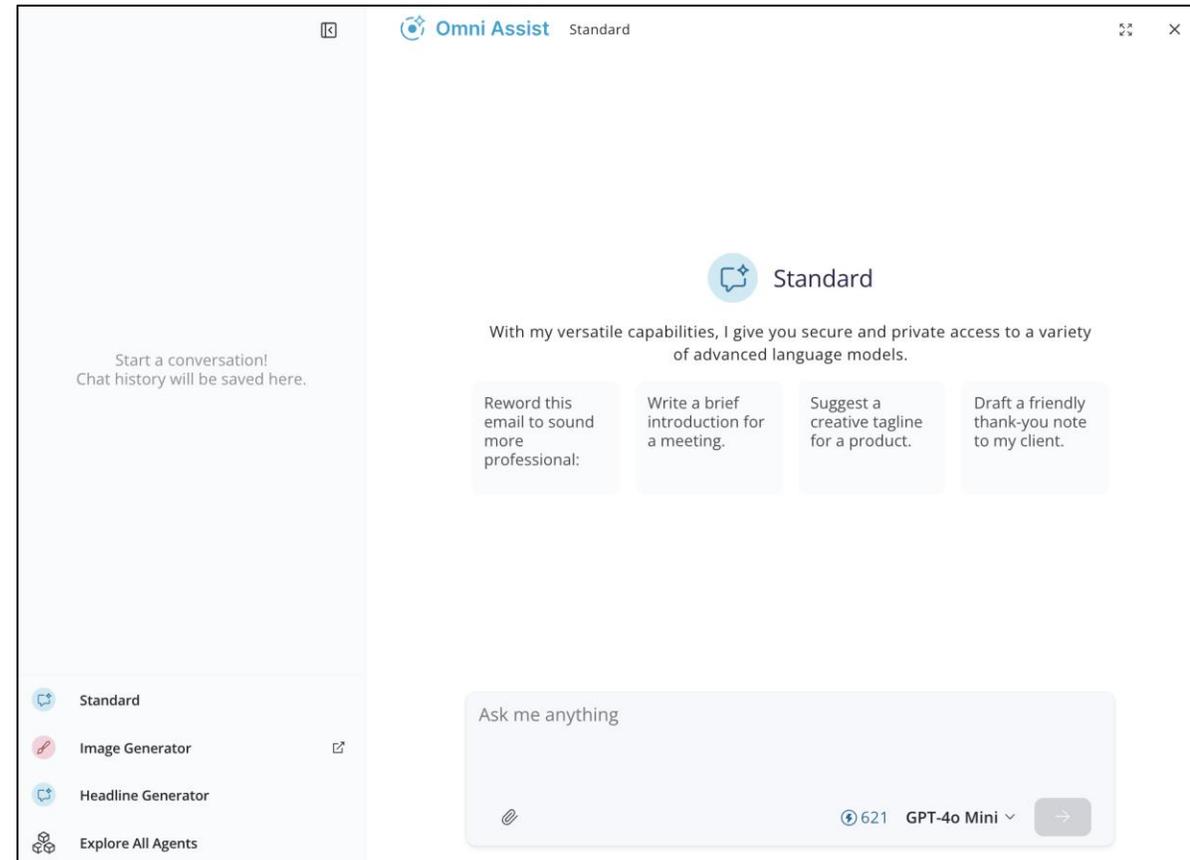
LA IA EXPERIMENTÓ UN BOOM EN 2022 CON EL LANZAMIENTO DEL CHATBOT DE CHATGPT



¿QUÉ ES OMNI ASSIST?


**POR SUERTE EN ESTA ERA
CONTAMOS CON NUESTRO
DIFERENCIAL: OMNI ASSIST QUE ES
NUESTRO ASISTENTE VIRTUAL**
dentro del ecosistema Omni, el sistema operativo abierto de Omnicom.

Utiliza **tecnología de inteligencia artificial generativa** para proporcionar insights, recomendaciones y notificaciones en cada paso del flujo de trabajo, desde la **planificación hasta la optimización.**



DÍA A DÍA SURGEN NUEVAS, MÁS ELABORADAS Y ESPECÍFICAS IA

Cada día surgen nuevas plataformas de IA a medida que la tecnología se impulsa, brindando opciones variadas que responden a las necesidades y cubren áreas de interés.

Diseño grafico/visual



Midjourney



Traductor



DeepL



Audio/Música



Escritura



TOP 5

(mayor tráfico web global)



ChatGPT

4.7 mil millones de visitas mensuales alcanzadas en 2025



Aproximadamente 263 millones de visitas mensuales



DeepL

167 millones de usuarios mensualmente, siendo uno de los traductores de IA mas usados



38 millones de usuarios mensuales, siendo una solución integrada en Google



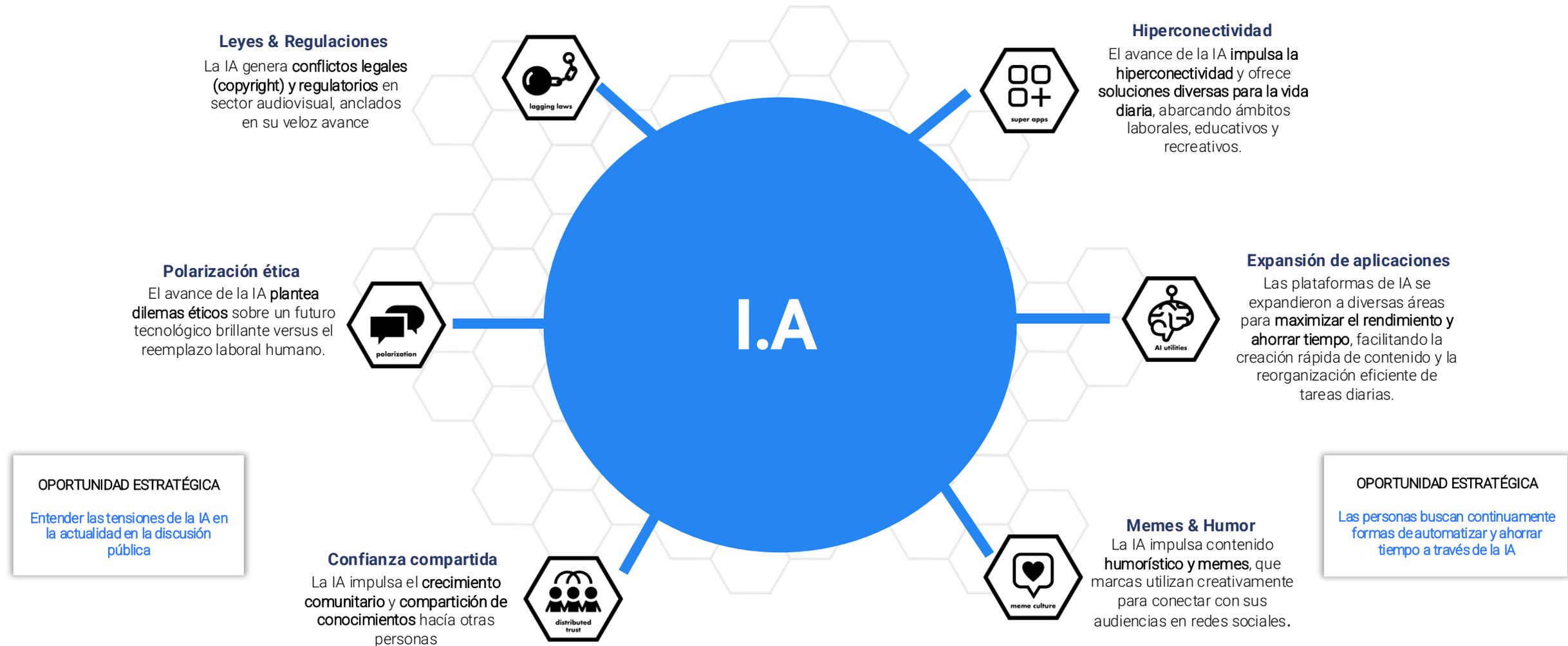
Copilot

9.4 millones de usuarios mensuales integrados en herramientas office

**LA IA PASÓ DE SER UNA
TENDENCIA A SER UNA
HERRAMIENTA COTIDIANA**

Tendencias en torno a la I.A: Q Culture Intelligence

Mediante esta herramienta, detectamos aquellos comportamientos culturales relacionados al uso de la I.A



Y RENOVÓ LAS FORMAS EN
QUE LAS **MARCAS** CONECTAN
CON SUS AUDIENCIAS

2022

BEST PRACTICES & TENDENCIAS

IA | ACCIONES DE MARCAS & TRENDS

LAS MARCAS SE SUBEN A LAS OPORTUNIDADES DE COMUNICACIÓN QUE BRINDA LA IA



Tarjetinia Galichinia



En TikTok, Banco Galicia se subió a la trend de los Brainrots promocionando los beneficios que ofrece en sus servicios financieros.



No parece real, pero lo es



Burger King realizó una publicación utilizando la impronta de la IA para buscar la mejor manera de hacer una Whopper. Allí, destacaron el contraste entre lo irreal-real, jugando con el hecho de que la IA llegó a crear un producto que ya poseen.



Hypes fugaces flybondi

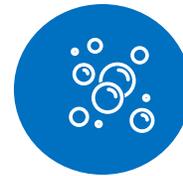
Una tendencia viral basada en la sátira de deseos en situaciones indeseadas que se difundió rápidamente en redes sociales con marcas y usuarios reflejando diversos aspectos de la cultura local a través del humor y la creatividad.



IA al estilo animado



En marzo, la creación viral de imágenes con estética animé estilo Studio Ghibli destacó, y Pepsi aprovechó esta tendencia para conectar con audiencias, mostrando e impulsando la innovación y reflejando su ideal de marca en la tendencia del momento.



Irrumpiendo con la IA



En un escenario donde el realismo de las tecnologías visuales avanza, Ariel lanzó una publicidad totalmente realizada con Inteligencia Artificial marcando un hito dentro del espacio de la publicidad en Argentina.



Y LAS TENDENCIAS SE CAPITALIZAN Y EXPANDEN EN LA COMUNICACIÓN



JUGUETES PERSONALIZADOS

La creación de **cajas con juguetes** se convirtió en una de las **principales tendencias de utilización de la IA en Instagram y TikTok**. Algunas marcas tuvieron la oportunidad de plasmar aquellos iconos que representan su esencia o identidad.



SUBÍ EL VOLUMEN, DESCUBRÍ TU ESTILO

Sedal utilizó tecnología con IA con el lema **Look IA te** para que las personas pudieran encontrar el estilo de peinado que desearan y luego poder realizárselo en el stand de la marca, remarcándose como un **uso disruptivo de lo que la tecnología permite hoy día**.



HUMOR & CONTENIDO BIZARRO

Los "brain rot" se han caracterizado por dos verticales: **lo absurdo y el surrealismo**. Se utilizan imágenes y textos desconcertantes, con un humor exagerado que refleja un universo infinito de posibilidades de contenido con un humor que, en principio, carece de lógica.

EN UN ESCENARIO DONDE LOS USOS Y NOVEDADES SE EXPANDEN EN REAL TIME

chatgpt.com

<https://chatgpt.com/g-JNbc8P8y...> · Translate this page

Psicólogo y Terapeuta Familiar Experto - Spa - ChatGPT

Este prompt está diseñado para actuar como un Psicólogo y Terapeuta Familiar Experto que te ayudará con cualquier situación emocional difícil que estés ...

Missing: personal | Show results with: personal

"Mi psicólogo de IA me ayudó a superar momentos difíciles": los riesgos y beneficios de usar un chatbot como terapeuta

TERAPEUTA PERSONAL

Algunas personas comenzaron a **utilizar la IA como servicio de terapia** a través de plataformas personalizadas.

En este sentido, algunos especialistas destacan consideraciones éticas como **la privacidad de los datos, la calidad del apoyo proporcionado y la autonomía del paciente como ejes problemáticos de este tópico.**



AUTOMATIZACIÓN DE LA RUTINA

La automatización de rutinas personales con IA **optimiza tareas diarias y ofrece mayor personalización para el día a día**, mejorando la eficiencia y un mayor ahorro de tiempo.

Por otro lado, plantea desafíos en términos de **dependencia tecnológica y protección de datos personales** según expertos en la materia.



LA "IA" EN LA TV

Mario Pergolini anunció su regreso a la TV con un nuevo programa, "Otro día perdido" con un **formato innovador** incorporando **IA como elemento disruptivo** en un formato tradicional.

Por otro, la periodista Nancy Pazos anunció su programa "IA", pero con otro significado: **Inteligencia Artesanal**, ironizando con la tecnología y ponderando un lado más "casero" de la actividad periodística.



AUDIENCIAS

¿QUIÉNES SON LOS USUARIOS DE IA EN ARGENTINA?

¿QUIÉNES UTILIZAN IA?

Los jóvenes de entre 18 y 44 años tienen una gran afinidad por la expansión de la tecnología mientras que los boomers buscan actualizarse



DISTRIBUCIÓN DEMOGRÁFICA GENERAL

GÉNERO
Masculino 49%
Femenino 52%

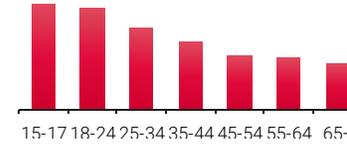
NSE
Alto 22%
Medio 31%
Bajo 47%

EDUCACIÓN
Hasta secundario completo 30%
Hasta universitario incompleto 18%

ESTADO CIVIL
Solteros 47%
En pareja 18%
Casados 25%

FAMILIA
Con hijos 40%

TRABAJA
Si 76%



OPINIONES Y ACTITUDES

Un 53% muestra preocupación por el uso de la IA en la difusión de información falsa, también conocida como "fake news"

78% confía en el uso de la IA y la información que proporciona.

70% observa positivamente la facilitación de las tareas por parte de la IA

Gen Z (14-28) 9.6M | 36% Exploran tech

Actividades online
 Prefiero comprar online para ahorrar dinero 114 Aff
 Me gusta descubrir nuevas aplicaciones en internet 124 Aff

Uso de tecnología
 Considero importante sincronizar todos mis dispositivos 118 Aff
 Integro en mi vida toda la información y tecnología a disposición 118 Aff

Top Penetración

Youtube 86% Aff 109	OOH 86% Aff 105	Transporte 86% Aff 97	Instagram 84% Aff 111
--------------------------	----------------------	----------------------------	----------------------------

Top Afinidad

X 34% Aff 147	YT Music 42% Aff 143	TikTok 58% Aff 135	Pinterest 48% Aff 125
--------------------	---------------------------	-------------------------	----------------------------

Milennials (29-44) 8.5M | 31% Exploran tech & ahorran dinero

Actividades online
 Prefiero comprar online para ahorrar dinero 119 Aff
 Me informo con frecuencia a través de internet y redes sociales 112 Aff

Uso de tecnología
 Busco actualizarme en el desarrollo de tecnología 102 Aff
 Integro en mi vida toda la información y tecnología a disposición 117 Aff

Top Penetración

Medios de transporte 88% Aff 100	OOH 84% Aff 103	Youtube 84% Aff 107	Instagram 82% Aff 108
---------------------------------------	----------------------	--------------------------	----------------------------

Top Afinidad

LinkedIn 24% Aff 130	Spotify 48% Aff 123	TikTok 67% Aff 121	VOD 65% Aff 118
---------------------------	--------------------------	-------------------------	----------------------

Gen X (45-60) 6.3M | 23% Ahorran dinero & expanden lo tech

Actividades online
 Prefiero comprar online para ahorrar dinero 112 Aff
 Me gusta descubrir nuevas aplicaciones en internet 108 Aff

Uso de tecnología
 Considero importante sincronizar todos mis dispositivos 115 Aff
 Integro en mi vida toda la información y tecnología a disposición 117 Aff

Top medios OFF

Medios de transporte 92% Aff 105	Facebook 86% Aff 113	Youtube 84% Aff 107	Instagram 81% Aff 106
---------------------------------------	---------------------------	--------------------------	----------------------------

Top medios ON

LinkedIn 23% Aff 127	Diarios ON 54% Aff 124	MercadoLibre 51% Aff 119	Radio FM 47% Aff 119
---------------------------	-----------------------------	-------------------------------	---------------------------

Boomers (61+) 2.7M | 10% Buscan actualizarse

Actividades online
 Prefiero comprar online para ahorrar dinero 105 Aff
 Me gusta descubrir nuevas aplicaciones en internet 104 Aff

Uso de tecnología
 Busco actualizarme en el desarrollo de tecnología 115 Aff
 Integro en mi vida toda la información y tecnología a disposición 109 Aff

Top medios OFF

Medios de transporte 93% Aff 105	Youtube 84% Aff 107	Facebook 81% Aff 107	OOH 77% Aff 94
---------------------------------------	--------------------------	---------------------------	---------------------

Top medios ON

LinkedIn 28% Aff 152	Radio AM 35% Aff 139	Diarios ON 61% Aff 138	Radio FM 47% Aff 128
---------------------------	---------------------------	-----------------------------	---------------------------



04

INSIGHTS & OPORTUNIDADES

EN TORNO A LA IA

DE

LA IA COMO TENDENCIA

Las personas utilizan a la IA para informarse sobre diferentes situaciones en su día a día

Se utiliza la IA en real time para generar contenido orgánico y trendy

La IA impulsa la customización de los contenidos a través de múltiples herramientas

La adopción de la IA sido veloz

HACIA

LA IA COMO OPORTUNIDAD PARA MARCAS

Capitalizar el interés de nuestra audiencia sobre una temática (salud, tecnología, autos, etc) y que cuenten con **nuestros assets digitales para impulsar la recomendación**

Subirse a las tendencias capitalizando el hype de la IA a través de contenido atractivo

Contar con la posibilidad de crear agentes específicos para brindar soluciones ad hoc



Ser conscientes que las personas están atentas ante los errores en los contenidos, teniendo el criterio humano como fundamental en el proceso.

**LO QUE HAS VISTO
FUE GENERADO
CON LA AYUDA DE
NUESTRO AGENTE**

 **Omni Assist**



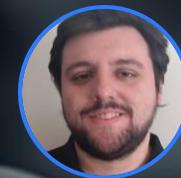
¡GRACIAS!



Giselle Insaurrealde
Director of Strategy and Insights
giselle.insaurrealde@omnicommediagroup.com



Naara Schönfeld
Strategy Manager
naara.schonfeld@omnicommediagroup.com



Andres Gagnolati
Strategy Jr
andres.gagnolati@omnicommediagroup.com

**STRATEGY &
INSIGHTS**

