

# UN RETO MARKETING

Aplicar la IA en nuestros departamentos de Marketing

La IA está transformando el marketing, convirtiéndose en un **eje estratégico** para las empresas. Su capacidad de gestionar datos y ofrecer conexiones personalizadas con los clientes marca un antes y un después en el sector. Desde sus inicios en 1950 con el Test de Turing, hasta la aparición de modelos generativos como ChatGPT, **la evolución de la IA ha democratizado su uso**, permitiendo a las empresas integrar estas tecnologías sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados.

En marketing, esta tecnología se clasifica en dos categorías principales: **generativa y discriminativa**. La IA generativa crea contenido nuevo como textos, imágenes y vídeos, mientras que la discriminativa clasifica datos y predice resultados. Ambas son fundamentales para personalizar mensajes y prever tendencias de consumo. Sin embargo, **el éxito de estas aplicaciones depende de la calidad de los datos** y de procesos como la preparación, validación y experimentación.

Para implementar la IA, las empresas deben superar desafíos clave, como la atracción de talento especializado, la gestión adecuada de datos y la adopción de herramientas tecnológicas. Las oportunidades que ofrece la IA, como la hiperper-

sonalización y la automatización, están **redefiniendo la forma de interactuar con los clientes**.

Los casos de uso son numerosos. Por ejemplo, la IA permite analizar llamadas telefónicas mediante transcripción de voz, predecir la fuga de clientes con modelos discriminativos, personalizar anuncios a través de modelos generativos y mejorar la experiencia de compra mediante chatbots y asistentes virtuales.

En conclusión, la IA está revolucionando el marketing, brindando a las empresas una **ventaja competitiva** en un mercado cada vez más fragmentado. La clave del éxito radica en un **enfoque estratégico**, la **calidad de los datos** y la **preparación** para adoptar estas tecnologías.



**Adrián Bertol**

RAI Manager en Nfq Advisory y miembro del Comité Ejecutivo de AI-Network



## TESTIMONIOS DE NUESTRAS EMPRESAS

José Miguel Sánchez - Digital Marketing Manager at Veridas

“El uso de IA como ChatGPT está transformando la captación de leads y redefiniendo el panorama del marketing digital”.



Estamos observando cómo cada vez más leads llegan a través de herramientas basadas en IA como ChatGPT. Durante años hemos trabajado con múltiples fuentes de captación,

como el tráfico orgánico, campañas de pago y redes sociales. Ahora estamos comprobando cómo esta herramienta puede diversificar aún más las fuentes de captación.

Álvaro González - Responsable de Comunicación y Marketing en Ríos Renovables

“La Inteligencia Artificial nos está permitiendo identificar oportunidades de negocio más rápido y de forma mucho más eficiente”.



En un mercado donde el autoconsumo es cada vez más habitual, encontrar oportunidades claras es todo un reto. La IA nos ayuda a localizar visualmente espacios empresariales

sin instalaciones, simplificando el proceso de filtrado y optimizando las propuestas comerciales. Por lo que podemos decir que la IA ya nos está dando soporte en el día a día.

Adriana Mendivil - Directora de Marketing y Comunicación en Zabala Innovation

“En la era de la IA necesitamos una gobernanza clara para maximizar oportunidades y mantenernos competitivos”.



A nivel interno, reconocimos la necesidad de ser ágiles al ver que otros a nuestro alrededor ya estaban avanzando. Identificamos la importancia de crear una red de nodos dentro de la organización, incorporando a un miembro voluntario y autocapacitado en IA en cada equipo específico. Esto nos

ha permitido adaptarnos más rápidamente a los avances tecnológicos, evaluando qué soluciones pueden ser compartidas por otras empresas y cuáles son más específicas para nosotros.



# MESA DE MARKETING

NOVIEMBRE 2024

## IA & DEPARTAMENTOS DE MARKETING

La Fundación Industrial Navarra celebró un nuevo encuentro de la Mesa de Marketing titulado “**Hacia un Marketing & IA: del potencial estratégico a la aplicación práctica**”, un tema que pone de relieve el papel cada vez más crucial de la Inteligencia Artificial en la transformación digital de las empresas, con un enfoque especial en su aplicación dentro de los departamentos de Marketing.

Durante el trascurso de la mesa, se destacó la importancia de **superar las barreras normativas y aprovechar las oportunidades que ofrece la IA** para optimizar procesos, personalizar experiencias y mejorar la gestión de clientes. Adrián Bertol, AI Manager en NFQ Advisory y miembro del Comité Ejecutivo de AI-Network, lideró la sesión, subrayando cómo la **IA puede ser una aliada clave en la toma de decisiones estratégicas** y en la creación de valor para las empresas.

Entre los aspectos más destacados, Bertol presentó ejemplos concretos de cómo la Inteligencia Artificial se aplica en diversas áreas, **desde la creación de productos, abarcando la ideación y su lanzamiento al mercado, hasta la segmentación de audiencias y la automatización de campañas.**



Además, se analizaron retos prácticos y oportunidades emergentes, destacando el impacto de la Inteligencia Artificial en la construcción de estrategias de marketing innovadoras. Estas estrategias permiten a las empresas mejorar su competitividad en un mercado en constante evolución, donde los consumidores demandan cada vez más productos diferenciados y altamente personalizados.

La mesa culminó con un debate abierto entre los asistentes, quienes intercambiaron dudas, ideas y experiencias sobre la integración de estas herramientas en sus organizaciones. El objetivo principal fue explorar cómo adoptar una visión global de la empresa que permita **alinear las necesidades tecnológicas de sus departamentos con los objetivos estratégicos de la compañía.**

¿Te ha interesado este tema?

SABER MÁS 

También disponemos de un amplio **catálogo formativo sobre Inteligencia Artificial** que puede ayudarte a implantar esta tecnología en tu empresa.



## CLAVES DE NUESTRA MESA



¿Qué debemos tener en cuenta al implantar IA en nuestros departamentos de Marketing?

Claves compartidas en nuestra Mesa de Marketing

1

### Sin datos no hay Inteligencia Artificial

Estamos habituados a gestionar un flujo constante e interminable de datos de nuestros clientes en nuestros departamentos. Sin embargo, si no los filtramos, jerarquizamos y, especialmente, unificamos, será imposible aprovechar el potencial de la Inteligencia Artificial de forma eficiente.

### Estamos ante una oportunidad única

El 80% de los directivos considera que la IA mejorará la toma de decisiones, pero solo un 9% la aplica realmente. Esto nos deja un amplio margen para reflexionar, alinear objetivos y pasar a la acción. La oportunidad que tenemos delante es única y no podemos permitirnos dejarla escapar.

2

3

### La IA se implanta con visión estratégica y no departamental

La implementación de la IA debe estar alineada con los objetivos estratégicos de toda la organización, evitando que se limite a soluciones aisladas en departamentos específicos que pueden provocar más “ruido” dentro de la compañía ante la falta de coordinación y de visión estratégica.

### La IA nos permite desbloquear el potencial oculto del Big Data

Esto representará un avance significativo para nuestros departamentos de Marketing, al brindarnos la oportunidad de desarrollar estrategias innovadoras con el cliente como eje central, optimizando nuestros resultados en mercados altamente fragmentados.

4