



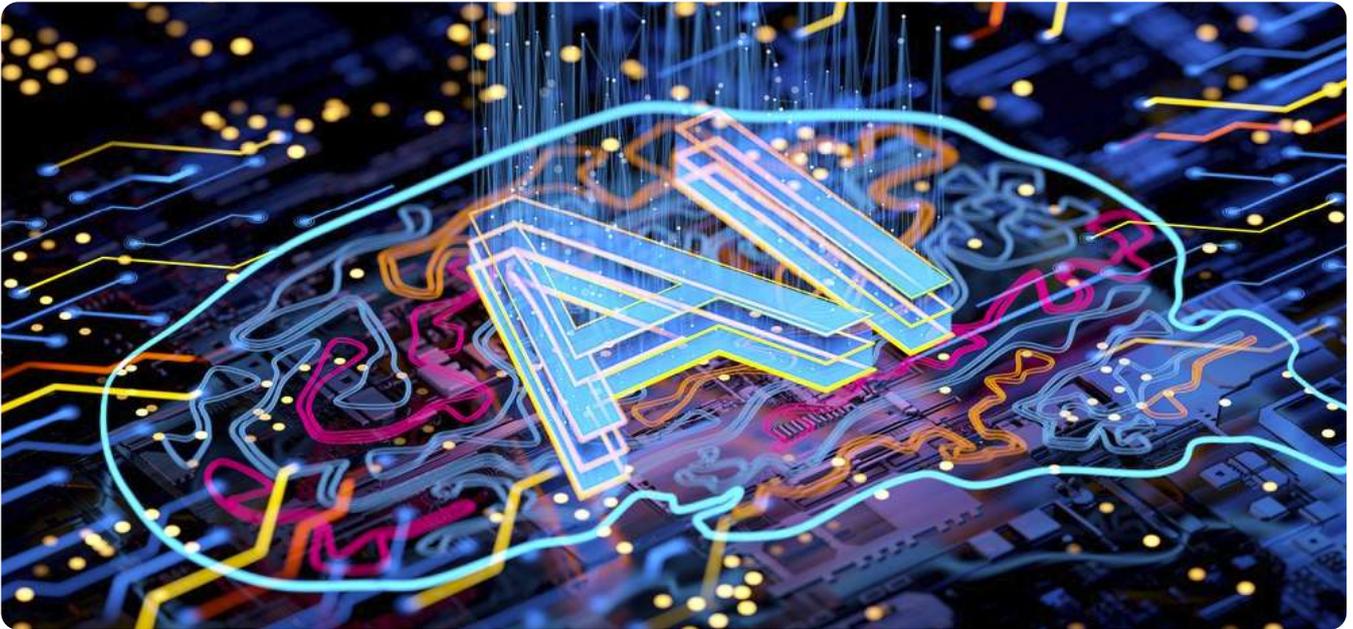
HUMAN
CONNECTIONS
MEDIA

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Nada que temer, mucho que aprender.

> **Trends Connections**

Marzo 2023



La inteligencia artificial (IA) hace posible que las máquinas aprendan de la experiencia, se ajusten a nuevas aportaciones y realicen tareas como seres humanos. La mayoría de los ejemplos de IA sobre los que se oye hablar hoy, desde computadoras que juegan ajedrez hasta automóviles de conducción autónoma, usan fundamentalmente tecnologías como el aprendizaje profundo y el procesamiento del lenguaje natural. Empleando a las computadoras pueden ser entrenadas para

realizar tareas específicas procesando grandes cantidades de datos y reconociendo patrones en los datos.

En resumen, "IA" es un término empleado para describir una gama de tecnologías orientadas a la creación de software o hardware inteligentes que cuentan con la capacidad de aprender y resolver problemas. Su principal característica es ser capaz de adaptar su comportamiento, analizar los efectos de acciones previas y trabajar de manera autónoma.

DATOS INTERESANTES SOBRE LA AI

- 1 La IA puede transformar la productividad y el potencial del PIB de la economía mundial.
- 2 En 2018, el CEO de Google, Sundar Pichai, afirmó que la IA será más transformadora para la humanidad que la electricidad.
- 3 Más del 70% de la demanda de IA es generada por hombres.
- 4 El 87% de los actuales usuarios de IA la usan o consideran usarla para la previsión de ventas y para mejorar el email marketing.
- 5 Un super ordenador de aprendizaje automático llamado Nautilus puede predecir el futuro. Se hizo famoso cuando fue capaz de localizar a Osama Bin Laden.
- 6 El 51% de los dueños de pequeñas empresas piensan que la IA es importante a la hora de invertir en nuevas tecnologías.
- 7 Cuando la IA usa voz predeterminada, la mayoría de las veces es femenina, ya que se ha demostrado que tanto hombres como mujeres así lo prefieren.
- 8 Algunos científicos afirman que para 2025 habrá mascotas robóticas con las que las personas podrían establecer una conexión emocional.
- 9 El 80% de los profesores de IA son hombres.
- 10 Para 2025, se espera que la IA se convierta en una industria con un valor de mercado que podría rebasar la barrera de los 300,000 millones de dólares. (Statista)



| INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y MARKETING



OpenAI

Según Boston Consulting Group, muchas empresas están invirtiendo en las nuevas tecnologías y esto se refleja claramente por el aumento de las ventas de productos y soluciones de Inteligencia Artificial.

El crecimiento se explica porque esta tecnología permite a las marcas tener un conocimiento mucho más amplio sobre el gusto, actividades o expectativas de las personas. Conocer a fondo cada audiencia nunca será más fácil, con el enorme potencial de máxima segmentación y personalización de las campañas publicitarias que esto trae consigo.

En el área de marketing, la IA permite aumentar la eficiencia de muchas estrategias, segmentar audiencias o gestionar de manera más económica y fácil las campañas publicitarias.

Según Semrush, herramientas como Chat GPT han sacudido el mundo. Sus datos confirman que desde que salió ChatGPT el 30 de noviembre de 2022, las búsquedas aumentaron un 167.855,8% de noviembre de 2022. Las búsquedas globales en Google de "herramientas de marketing de IA" aumentaron un 310,3% entre diciembre de 2020 y diciembre de 2022, lo que muestra un fuerte apetito por aprender sobre el tema.

| La IA favorecerá al marketing digital en cinco áreas:

1. Creación y Generación de Contenidos: Para redactar noticias o reportes con base en datos e información. Es muy útil para atraer tráfico al sitio web de las marcas. Ya lo están usando muchas compañías, entre ellas el Washington Post para escribir reportes casi que en tiempo real.

2. Recomendaciones más inteligentes: La IA no sólo podrá crear contenido, sino que será capaz de curarlo para cada usuario. Lo hace considerando el historial del usuario, estudiando el efecto de cada recomendación y la reacción de éste. De esa forma, los algoritmos podrán actualizar las futuras recomendaciones con mayor precisión y en tiempo real. La publicidad irrelevante se verá minimizada y cada usuario verá anuncios que realmente le interesan.

3. Email marketing: La IA en email marketing ayuda a las marcas a acercarse al máximo a sus usuarios mediante respuestas automatizadas y personalizadas. Recoge datos e información para crear emails personalizados, los mejores momentos para contacto y así aumentar la probabilidad de compra.

4. Campañas Publicitarias: La IA dispone de algoritmos que pueden predecir con precisión acciones de compra así como actividades futuras de los clientes.





TENDENCIAS EN IA PARA EL MARKETING 2023



Las tendencias más importantes en el uso de IA para marketing en 2023 son las siguientes:

- 1. Utilización de Chatbots.** La IA a través de herramientas específicas con versiones actualizadas le dará una dimensión mucho más humana y eficiente a los chatbots. Podrán desde escribir un artículo hasta asesorar la compra de un teléfono móvil.
- 2. Las SuperApps.** Son plataformas que permiten agregar funcionalidades e integrar servicios en una solución única para sus usuarios. Un ejemplo son las apps de la banca que, en un único sistema, implementan múltiples soluciones para cubrir las necesidades de los usuarios.
- 3. Trabajar en la satisfacción del cliente.** Todas las marcas en todos los segmentos necesitan mejorar la satisfacción del cliente y la IA tiene un gran potencial para ofrecer soluciones personalizadas. En 2023 se espera que aparezcan más productos y servicios impulsados por dar una experiencia de compra más agradable con menos esfuerzos.
- 4. IA más responsable y segura.** Actualmente los ciberataques son cada vez más habituales y las empresas requieren cada vez más implementar más métodos de seguridad y protección de datos basados en IA. Por ejemplo, se utilizará la IA para definir patrones de los usuarios, la detección de movimientos en la red o modelos programados basados en las Tácticas, Técnicas y Procedimientos (TTP) del atacante.
- 5. La IA Generativa – Obras de arte visuales.** La IA generativa es muy compleja. Emplea la creatividad para emular el pensamiento humano, no solo para calcular o simular asuntos complicados. Se emplea para producir nuevos contenidos originales, empleando imágenes, música o videos, y no es necesario que haya una persona definiendo o ejecutando cómo debe originar esos contenidos. En caso paradigmático de esta tendencia es Burger King Colombia que dejó de contratar Community Managers para usar esta tecnología.





Las 5 herramientas más importantes para el 2023 son las siguientes:

DALL-E2

Crea imágenes y arte originales y realistas a partir de una descripción en texto y combinar conceptos, atributos y estilos. Además tiene la capacidad de personalizar el contenido para cada usuario



GPT-4

Es la nueva versión del ChatGPT que salió en 2022. No resuelve todas las limitaciones que tiene el ChatGPT pero es mejor en su funcionalidad.



Image Translate

Se especializa en traducción de imágenes. Muy útil en empresas con públicos internacionales que tienen que traducir anuncios publicitarios o campañas.



Sales Force Einstein Intelligence

Es una Plataforma de IA que se usa para mejorar la experiencia del cliente. Permite la incorporación de IA a los productos de Salesforce con un potencial extraordinario para eficientar la gestión, la experiencia del cliente y mejorar las ventas.



Tensor Flow

Es una herramienta que ayuda a las computadoras, sistemas o programas a "pensar" o "aprender" como lo hacen los humanos. El aprendizaje automático y el marketing de IA no son algo nuevo. Sin embargo, en un mundo digitalizado el uso de las principales herramientas de IA dejó de ser un lujo para transformarse en una necesidad.





CONCLUSIONES

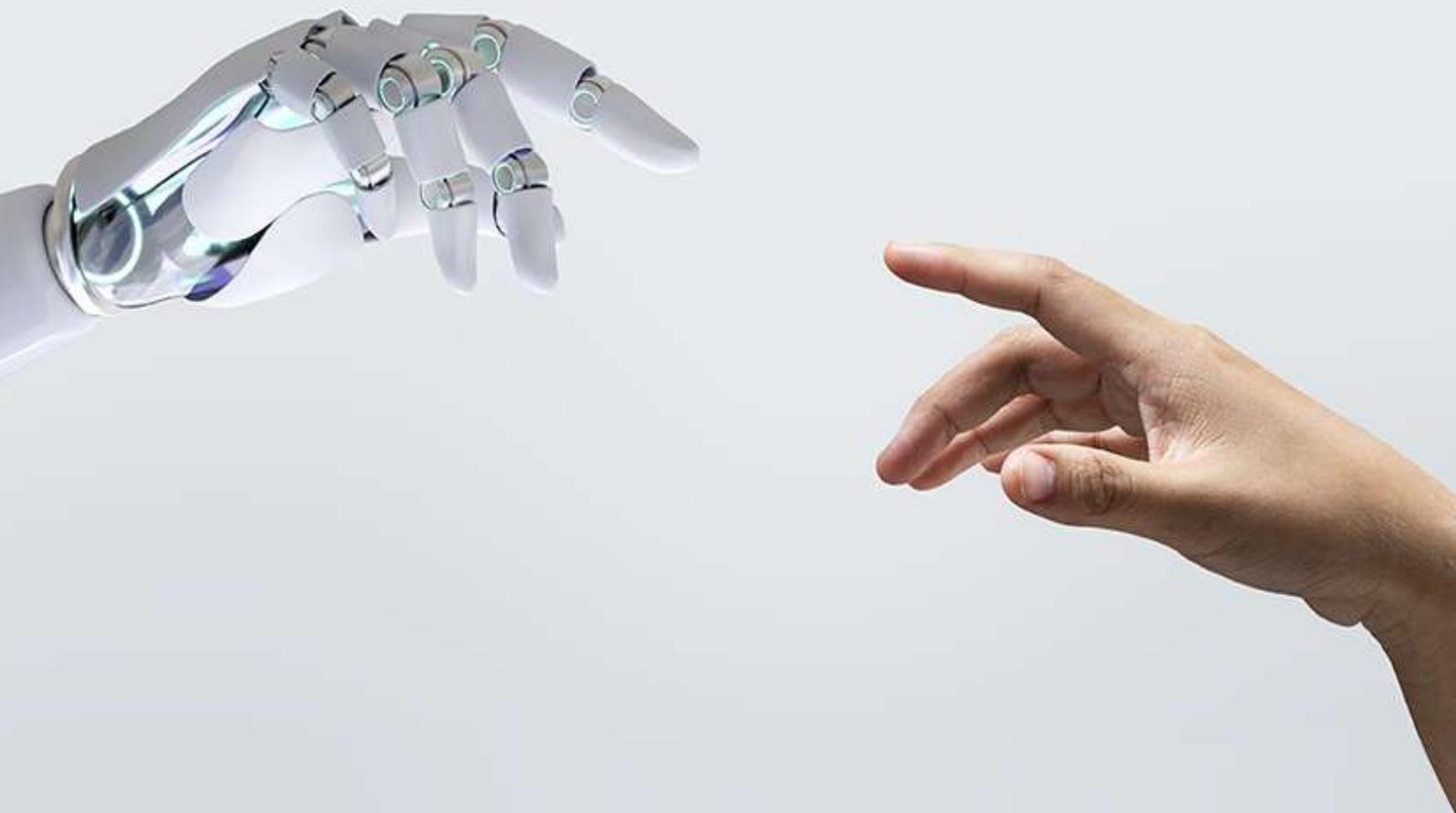
La IA se ha vuelto más accesible para todo tipo de empresas. El empleo de estrategias de marketing digital con IA ayuda a las marcas a ofrecer una experiencia de cliente enriquecida y a realizar un marketing más eficaz.

Se estima que el marketing digital experimentará un cambio trascendente como consecuencia de la aparición de las nuevas herramientas de IA. Ya sea que se hable de los chatbots que interactúan con los consumidores, de aplicaciones inteligentes que manejan grandes cantidades de datos o de análisis predictivos, las marcas pueden hacer uso de todo esto para hacer crecer y satisfacer las expectativas de sus clientes.

La inteligencia artificial es una tecnología con un gran potencial para el marketing en 2023. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la IA no es una solución mágica, y debe ser utilizada de manera estratégica y ética, siempre con el juicio humano como guía.

La privacidad y la seguridad son aspectos críticos a tener en cuenta al utilizar la IA en el marketing. Es esencial asegurarse de que los datos de los clientes están siendo manejados de manera ética y segura, contando con una política de privacidad y un plan de seguridad sólido.

Por último, esta era de la IA proporciona un enfoque completamente nuevo de la eficiencia, la productividad y la rentabilidad. Esto brinda a los especialistas en marketing la oportunidad de adoptar un futuro impulsado por esta tecnología y el desafío de transformar sus estrategias para mantenerse a la altura de los tiempos que corren.





AUTORES



Armando Cordoba

Chief Strategy Officer LATAM

Ha estado aprendiendo de la industria del marketing durante los últimos 20 años, tanto del lado del cliente como de agencia, adquiriendo una amplia experiencia liderando equipos en múltiples áreas trabajando en Kantar como investigador cuantitativo y cualitativo, en Mondelez y Danone como Consumer Insights & Strategy, y en Havas Media y GroupM como Strategic Planner y Director de Servicio al Cliente. Es un entusiasta de la toma de decisiones basada en data y de la comprensión del comportamiento de las personas. Ha trabajado para diversas industrias, principalmente bienes de consumo de alta rotación (FMCG), finanzas, artículos de lujo y retail.

Hoy es Chief Strategy Officer de Human Connections Media para Latinoamérica. Disfruta escuchar historias cautivadoras, asar a la parrilla y ver deportes.



Mercedes Van Rompaey

Communications Planning Director

Estratega de Marketing y Comunicación con más de 25 años de experiencia en marcas de Healthcare y Consumo Masivo. Es Doctora en Medicina Veterinaria y Tecnología de alimentos. También es especialista en Salud Pública.

Su obsesión es entender las conexiones entre los consumidores y las marcas.



Human Connections Media es una agencia de medios independiente, con oficinas en México, Argentina, Chile y EE.UU., experta en data y en la búsqueda permanente del entendimiento empático de la información para llegar a la mejor y más eficiente implementación, brindando así una solución integral a los problemas de negocios que tienen hoy las marcas, siempre teniendo en el centro a las personas y a las audiencias, que es con quien tenemos que conectar.

Especialidades

Communication Planning, Media Planning & Buying, Interactive, Research, Social Media, Digital, Mobile, Insights, Content, Activation, SEO, eCommerce, UX, Programmatic, Consulting, Data Modelling, Data Management y Search.

Para mayor información:

✉ hgomez@humanconnectionsmedia.com

🌐 www.humanconnectionsmedia.com

📷 [@humanconnectionsmedia](https://www.instagram.com/humanconnectionsmedia)

