

Cuando la IA vende: el nuevo rostro del marketing digital

Moisés Rubiño García

Máster en Marketing

27 de mayo de 2025

Agenda de las próximas 2 horas

- 1 Introducción (15 minutos)
- 2 Fundamentos de IA en Marketing (20 min)
 - Desmitificando la IA
 - Tipos de IA
 - Algoritmos en Marketing
 - Caso Netflix
- 3 La Nueva Era de la Relevancia (25 min)
 - El cambio de paradigma
 - Estrategias de supervivencia
- 4 Aplicaciones Actuales de IA (25 min)
 - Personalización a escala
 - Automatización inteligente
 - Análisis predictivo
- 5 IA Generativa - El Game Changer (25 min)
 - El nuevo panorama creativo
 - Herramientas principales
 - Creación de contenido
 - ROI y casos
 - Ética y responsabilidad
- 6 Implementación y Mejores Prácticas (20 min)
 - Por dónde empezar
 - El factor humano
 - Ética y consideraciones
- 7 El Futuro del Marketing con IA (15 min)
- 8 Cierre y Plan de Acción (10 min)

El producto icónico



Video: Nutella Única en acción



REPRODUCIR VIDEO

Nutella Unica Campaign Video

<https://vimeo.com/251346089>

Duración: 1:30 min

*“En los supermercados está ocurriendo algo inusual.
Las personas no solo están comprando Nutella...
están BUSCANDO tarros específicos,
comparando diseños,
publicando fotos en Instagram,
coleccionándolos como si fueran obras de arte.”*

La explosión creativa

ANTES



DESPUÉS



7 millones de diseños únicos
Cada uno, literalmente irrepetible.

El poder del algoritmo

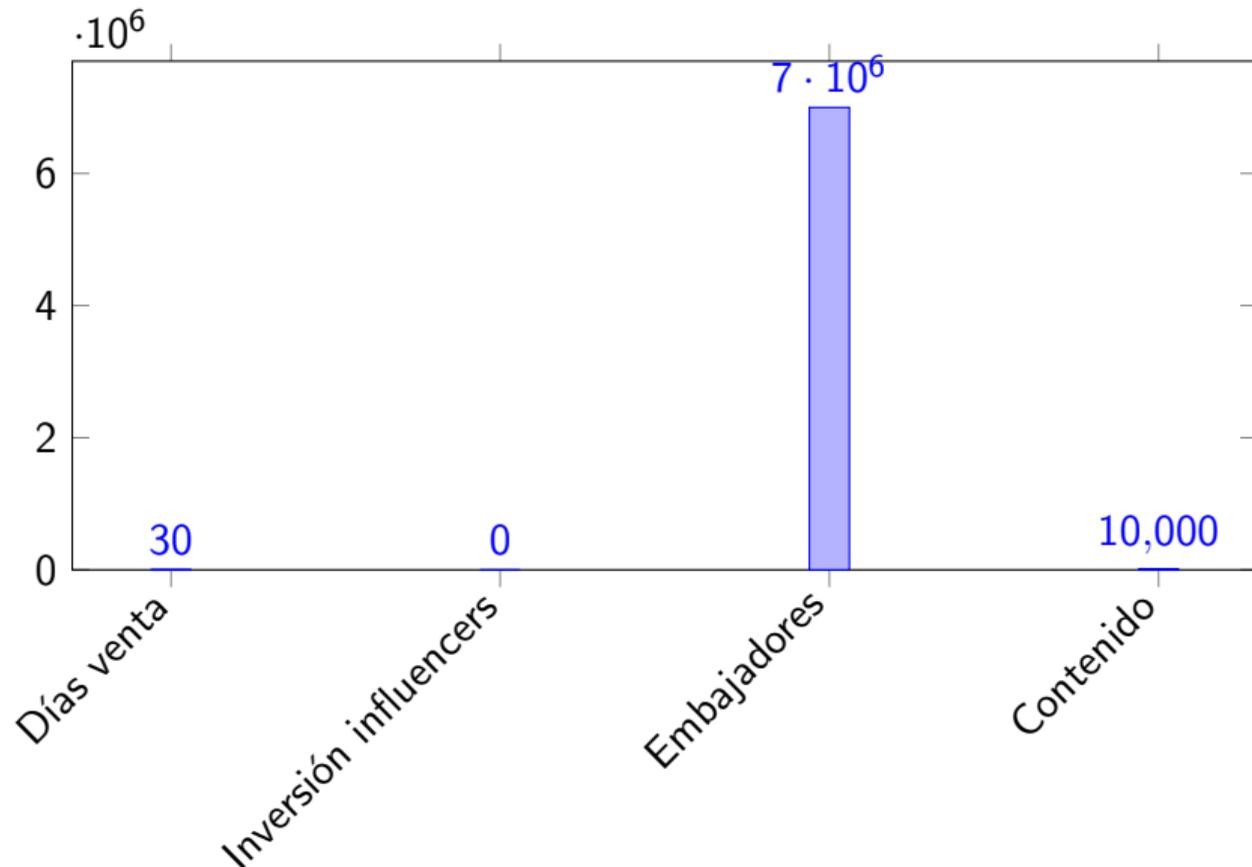
Lo que acaban de ver es el poder de la IA aplicada al marketing:

- Un algoritmo combinó docenas de patrones
- Miles de combinaciones de colores
- Generó 7 millones de diseños únicos
- Cada tarro con su propio código ID

La clave

No fue un equipo de 7 millones de diseñadores. Fue UN algoritmo.

Los resultados que importan



Si una marca de 60 años puede reinventarse completamente con IA...

¿Está tu estrategia de marketing preparada para competir contra algoritmos?

Por qué esto importa AHORA

Vivimos en una era donde:

-  **2.5 quintillones** de bytes/día
-  Atención: **8 segundos**
-  **91 %** esperan personalización
-  Cambio exponencial

La paradoja

- Más datos que nunca
- Menos atención que nunca
- Más expectativas que nunca
- Más competencia que nunca

Lo que aprenderemos hoy

- 1 **Fundamentos:** Qué es realmente la IA y cómo se aplica al marketing
- 2 **El nuevo paradigma:** Cómo la IA está cambiando las reglas (relevancia y autoridad)
- 3 **Aplicaciones actuales:** Casos reales y resultados medibles
- 4 **IA Generativa:** El game changer que revoluciona la creación
- 5 **Implementación:** Cómo empezar sin morir en el intento
- 6 **El futuro:** Hacia dónde vamos y cómo prepararse

Section 2

Fundamentos de IA en Marketing (20 min)

¿Qué es y qué no es IA?

Lo que la IA NO ES:

- ✘ Robots conscientes que dominarán el mundo
- ✘ Magia que resuelve todo automáticamente
- ✘ Reemplazo total del talento humano
- ✘ Tecnología solo para grandes empresas

Lo que la IA SÍ ES:

- ✔ **Patrones a escala:** Encuentra relaciones invisibles
- ✔ **Predicción inteligente:** Anticipa comportamientos
- ✔ **Automatización creativa:** Genera variaciones masivas
- ✔ **Amplificador humano:** Potencia capacidades

Insight clave: “La IA no reemplaza la creatividad humana, la escala a millones”

Ejemplo cotidiano

Community Manager sin IA vs con IA

Sin IA:

- 100 comentarios/día
- Respuestas genéricas
- 8 horas de trabajo
- Agotamiento mental

Con IA:

- 10,000 comentarios/día
- Respuestas personalizadas
- 2 horas supervisando
- Foco en casos complejos

Nutella no despidió diseñadores. Un algoritmo hizo el trabajo de 7 millones.

Machine Learning vs IA tradicional vs IA Generativa

IA Tradicional	Machine Learning	IA Generativa
 Sigue instrucciones exactas	 Aprende de patrones	 Crea contenido nuevo
Ejemplo: “Si el cliente gasta >100€, enviar cupón 10%”	Ejemplo: “Predecir qué clientes abandonarán basándose en 50 variables”	Ejemplo: “Crear 1000 copias únicas para cada segmento”
Ventaja: Predecible y controlable	Ventaja: Encuentra insights ocultos	Ventaja: Escala la creatividad
Limitación: No se adapta	Limitación: Necesita muchos datos	Limitación: Requiere supervisión
En marketing: Chatbots simples, email automation	En marketing: Scoring, segmentación, predicción	En marketing: Contenido, imágenes, personalización

El caso Nutella utilizó los 3 tipos

- 1 **IA Tradicional:** Reglas de diseño (no repetir patrones adyacentes)
- 2 **Machine Learning:** Optimización de combinaciones atractivas
- 3 **IA Generativa:** Creación de 7 millones de diseños únicos

1. Sistemas de Recomendación

“El arte de predecir lo que el cliente quiere antes de que lo sepa”

¿Cómo funcionan?

- Analizan comportamiento histórico
- Identifican patrones de usuarios similares
- Predicen preferencias futuras

Casos de éxito:

- **Amazon:** 35 % ventas
- **Netflix:** 80 % contenido visto
- **Spotify:** 40M usuarios activos

Para tu estrategia:

- “Productos que te pueden gustar”
- “Clientes que compraron esto...”
- “Artículos relacionados”



ROI típico: 10-30 % aumento en conversión

2. Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP)

“Entender qué dice tu audiencia, no solo contarlos”

¿Qué puede hacer?

- Análisis de sentimiento en redes sociales
- Chatbots que entienden contexto
- Generación automática de respuestas
- Extracción de insights de reviews

Casos reales

- **Coca-Cola:** Analiza 120,000 menciones/día para tendencias
- **Airbnb:** Categoriza automáticamente millones de reviews
- **BBVA:** Chatbot resuelve 40 % consultas sin humanos

Dato clave

73 % de consumidores esperan respuesta en redes en menos de 2 horas

3. Visión por Computadora

“Cuando las máquinas ven oportunidades en cada imagen”

Capacidades en marketing:

- Reconocimiento de logos y productos
- Análisis de imágenes en redes sociales
- Realidad aumentada para prueba de productos
- Control de calidad visual automático

Innovaciones destacadas:

- **L'Oréal:** Prueba virtual (400 % más conversión)
- **Pinterest:** 600M búsquedas visuales/mes
- **Zara:** Street style analysis

Oportunidades:

- User-generated content automático
- Verificación punto de venta
- Personalización visual de ads
- AR filters para engagement



Impacto: 75 % más propensos a comprar después de AR

4. Modelos Predictivos

“El santo grial: saber qué pasará antes de que pase”

Predicciones más valiosas:

- **Churn:** Qué clientes están por irse
- **LTV:** Valor futuro de cada cliente
- **Lead Scoring:** Probabilidad de conversión
- **Demand Forecasting:** Qué productos stockear

Resultados documentados

- **Starbucks:** Predice qué beberás con 87 % precisión
- **Target:** Detecta embarazos antes que la familia
- **American Express:** Reduce churn 25 % con modelos predictivos

ROI promedio

\$ 5-8x en el primer año de implementación

Netflix: La IA que te conoce mejor que tú mismo

El desafío inicial (2006):

- 17,000 títulos disponibles
- Usuario abandona tras 90 segundos
- Pregunta: ¿Cómo encontrar SU contenido?

La solución multicapa:

- No hay “una” Netflix
- 260 millones de versiones
- Todo personalizado:
 - Thumbnails
 - Orden de categorías
 - Títulos recomendados
 - Hasta el tráiler

Los números que importan:

- **80 %** contenido visto por recomendación
- **\$1B** ahorrados en retención/año
- **75 %** encuentran qué ver ¡90s
- **93 %** retención anual

House of Cards - IA en acción:

- Detectó overlap de audiencias
- Primera serie “diseñada por datos”
- ROI: 86 % nuevos suscriptores Q1

El truco del thumbnail personalizado

Mismo contenido, diferentes imágenes según tu historial

Fan de romance

Thumbnail con pareja

Fan de acción

Thumbnail con explosión

Fan del actor X

Thumbnail con ese actor

Resultado

+30 % en click-through rate

Lecciones para tu estrategia

- 1 La personalización no es un lujo, es supervivencia
- 2 Cada interacción es un dato valioso
- 3 El contenido es rey, pero el contexto es el reino

Section 3

La Nueva Era de la Relevancia (25 min)

El fin de los 10 enlaces azules

El mundo que conocíamos (2000-2023)

- Escribes búsqueda
- Google muestra 10 enlaces
- Usuarios hacen clic
- SEO = Aparecer top 3
- Mejor ranking = Más tráfico

El nuevo mundo (2024+)

- Escribes búsqueda
- IA responde directamente
- No hay enlaces visibles
- Tu contenido alimenta respuesta
- Ser fuente \neq Recibir tráfico

Ejemplo real

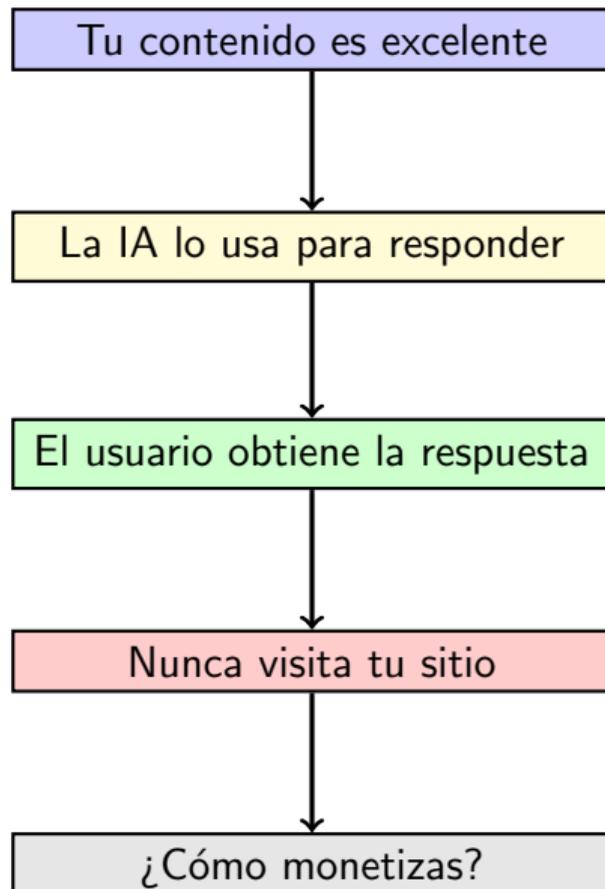
Antes: “Mejores prácticas email marketing 2024” → 10 resultados

Ahora: IA genera respuesta completa sin citar fuentes

Impacto: -40 % tráfico orgánico en sitios informativos

“Google ya no necesita enviarte usuarios, solo necesita tu contenido”

La paradoja del contenido invisible 1/2



La paradoja del contenido invisible 2/2

Casos documentados:

- HowStuffWorks: -60 % tráfico
- Medical sites: -45 %
- Recipe blogs: -70 %

Zero-Click Search:

- 2019: 50 % sin clic
- 2023: 65 % sin clic
- 2025: 80 % proyectado

E-E-A-T: Tu salvavidas en el océano de IA

Experience - Expertise - Authoritativeness - Trust

Por qué E-E-A-T es más crítico que nunca:

- Las IAs prefieren citar fuentes con alta autoridad
- Google aún necesita validar información de IA
- Usuarios buscarán “la fuente original” en temas críticos

✔ Experience (Experiencia)

- Casos de estudio propios
- Behind-the-scenes
- Fallos documentados

✔ Expertise (Experticia)

- Autores con credenciales
- Certificaciones visibles
- Colaboraciones con expertos

✔ Authoritativeness (Autoridad)

- Ser citado por otros
- Datos propietarios únicos
- Investigaciones originales

✔ Trust (Confianza)

- Transparencia en métodos
- Actualizaciones constantes
- Comunidad activa

Diversifica o muere: La estrategia multicanal

✉ Email - El canal que controlas

- Base de datos = Activo real
- 42:1 ROI promedio
- No dependes de algoritmos
- Newsletter ¿ Blog

📺 Video - Donde está la atención

- YouTube = 2° buscador
- TikTok/Shorts = Viral
- 84 % prefieren video
- Responder en video

💬 Comunidades - El nuevo SEO

- Discord/Slack nichos
- WhatsApp/Telegram cercanía
- Reddit para autoridad
- Ser útil ¿ promocional

🎙 Audio - Frontera inexplorada

- Podcasts = thought leadership
- Spaces/Rooms en vivo
- 45 % escuchan mensualmente
- Conversaciones > Monólogos

Caso Notion

De 100 % SEO a: 30 % SEO + 25 % Comunidad + 25 % Referrals + 20 % Directo

Resultado: +3x crecimiento post-cambios Google

La doble audiencia: Humanos + IAs 1/2

Para las máquinas:

- Datos estructurados (Schema.org)
- APIs públicas con tu info
- Formato consistente
- Metadatos ricos
- FAQ en Q&A claro

Para los humanos:

- Historias que conectan
- Experiencias interactivas
- Valor no resumible
- Comunidad y conexión
- Entretenimiento + Educación

La doble audiencia: Humanos + IAs 2/2

Técnicas híbridas que funcionan

1 "Skyscraper Content 2.0"

- Base: Datos completos para IA
- Torre: Experiencia única para humanos
- Ejemplo: Calculadoras interactivas con datos detrás

2 "Digital PR + SEO"

- Crear noticias, no solo contenido
- Datos propietarios que medios citen
- Ejemplo: Estudios anuales de industria

3 "Product-Led Content"

- Herramientas gratuitas que resuelven problemas
- El contenido ES la herramienta
- Ejemplo: Grammarly, Canva templates

Insight clave

"No compitas con IA en información. Compite en transformación."

Métricas que importan cuando el tráfico no es el objetivo 1/4

Métricas obsoletas

- ✘ Posiciones en rankings
- ✘ Tráfico orgánico total
- ✘ Páginas vistas
- ✘ Tiempo en sitio

Métricas que importan cuando el tráfico no es el objetivo 2/4

Métricas del futuro - Share of Voice en IA

- ¿Cuántas veces te cita ChatGPT/Bard? (Aún no medible directamente)
- ¿Eres la fuente preferida en tu nicho?

Lo que si se puede medir hoy

- Menciones en redes sociales cuando comparten respuestas de IA
- Screenshots de tu contenido en respuestas de IA
- Test manual: Preguntar sobre tu sector y ver si apareces
- Branded searches aumentando sin campaña activa

Herramientas emergentes

- Algunas startups están desarrollando "AI mention tracking"
- Por ahora: Monitoreo manual + alertas de marca

Métricas que importan cuando el tráfico no es el objetivo 3/4

Métricas del futuro

- ✔ Calidad de audiencia
 - LTV de visitantes vs cantidad
 - Engagement real vs vanity metrics
 - Conversión de visitantes a comunidad
 - NPS de tu audiencia
- ✔ Ingresos por canal
 - Revenue per visitor (no solo traffic)
 - CAC por fuente de tráfico
 - Atribución multi-touch real
 - Rentabilidad, no volumen
- ✔ Autoridad y menciones
 - Brand mentions sin link
 - Citaciones en papers/estudios
 - Apariciones en podcasts/videos
 - Screenshots compartidos

Métricas que importan cuando el tráfico no es el objetivo 4/4

Dashboard ejemplo para 2025:

- 1 30 % Share of Voice
- 2 25 % Revenue per channel
- 3 25 % Community health
- 4 20 % Brand authority

Reflexión final del bloque

”En un mundo donde las IAs responden todo, el valor no está en tener respuestas, sino en hacer las preguntas correctas y crear experiencias que ninguna IA puede replicar.”

Section 4

Aplicaciones Actuales de IA (25 min)

De “Estimado cliente” a “Hola Carlos, vi que te gustó...”

La evolución de la personalización

- **Nivel 1 (2000s):** “Hola {nombre}”
- **Nivel 2 (2010s):** Segmentación por comportamiento
- **Nivel 3 (2020s):** Personalización 1:1 en tiempo real
- **Nivel 4 (Hoy):** Predicción + Personalización + Contexto

Caso: Cadena hotelera Marriott

Antes: Email masivo con ofertas generales

Ahora: IA analiza historial, época de viaje, preferencias, presupuesto

Resultados:

- Open rate: 23 % → 58 %
- Conversión: 2.3 % → 18 %
- Revenue per email: 25x

Stack tecnológico de personalización

Email Marketing con IA

- Brevo/Klaviyo
- Send time optimization
- Subject line generation
- Contenido dinámico
- Desde 25€/mes

Web Personalization

- Dynamic Yield
- Hero banner dinámico
- Productos únicos
- Popups contextuales
- ROI: 300 % en 6 meses

Ads Personalization

- Meta Advantage+
- Creatividades dinámicas
- 150 combinaciones auto
- Testing continuo
- Reducción CPM: -40 %

Caso real: Decathlon España

Implementó personalización web con IA mostrando productos según:

- Ubicación (montaña/playa)
- Temporada
- Historial navegación

Resultado: +45 % en conversión

El límite ético de la personalización

¿Cuándo la personalización se vuelve invasiva?

- ✓ “Basado en tu compra anterior...”
- ⚠ “Vemos que estás cerca de nuestra tienda...”
- ✗ “Sabemos que estás embarazada...” (Caso Target)

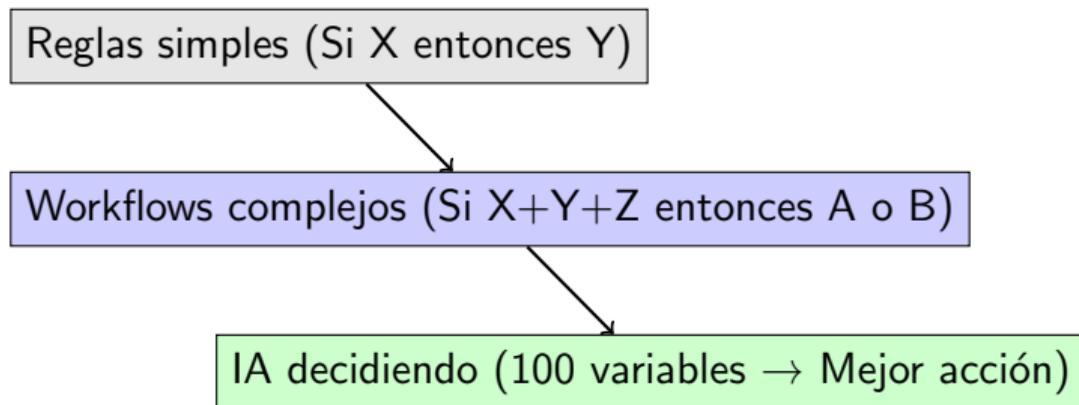
Framework ético de personalización

- 1 **Transparencia:** Explicar qué datos usas
- 2 **Control:** Dar opciones de opt-out
- 3 **Valor:** La personalización debe beneficiar al usuario
- 4 **Respeto:** No uses datos sensibles

Best practice: Amazon

- Muestra “¿Por qué veo esto?”
- Permite editar preferencias

Más allá de los workflows: cuando la IA toma decisiones



Chatbots que sí funcionan

- Comprenden contexto
- KLM: 50 % resolución
- Ahorro: 15M€/año

Dynamic pricing

- Ajuste tiempo real
- Variables múltiples
- Uber: +20 % rides

Email automation 3.0

- Decide cuándo/qué
- Multi-canal
- +67 % engagement

Casos de automatización exitosa

1. Sephora - Beauty Insider

Problema: 25M miembros, imposible personalizar manualmente

Solución IA:

- Recomendaciones por tipo de piel + historial
- Alertas de restock personalizadas
- Tutoriales según productos comprados

Resultado: 80 % de ventas vienen de miembros BI

2. Domino's Pizza - DOM

- Pedido por voz/texto/emoji
- Predicción pedido habitual
- Tracking con IA
- **75 % pedidos digitales**

3. Spotify - Discover Weekly

- 30 canciones cada lunes
- 100 % automatizado
- 60B eventos/día analizados
- **40 % lo escuchan semanalmente**

Roadmap de automatización para mortales

Fase 1: Quick Wins

(Mes 1)

- Email bienvenida
- Respuestas auto
- Segmentación básica
- **Tools:** Mailchimp, Buffer
- **ROI:** 2-5h/semana

Fase 2: Expansión

(Meses 2-3)

- Chatbot FAQs
- Lead scoring auto
- Remarketing dinámico
- **Tools:** ManyChat, HubSpot
- **ROI:** +20 % conversión

Fase 3: Inteligencia

(Meses 4-6)

- Personalización web
- Pricing dinámico
- Predictive analytics
- **Tools:** Optimizely
- **ROI:** +40 % LTV

Error común



Intentar automatizar todo a la vez → Fracaso garantizado

El santo grial: De reaccionar a anticipar

* **Churn Prediction**

- Identifica riesgo antes
- Señales: menor uso, quejas
- Ofertas de retención
- Telefónica: -25 % churn

\$ Customer Lifetime Value

- Predice valor futuro
- Optimiza adquisición
- Cliente: 100€ CAC → 1000€ LTV
- Invertir en canales correctos

Demand Forecasting

- Anticipa demanda
- Optimiza inventory
- Zara: -50 % stock muerto
- Staffing optimizado

Next Best Action

- Qué ofrecer ahora
- Cuándo contactar
- Por qué canal
- Amazon: 35 % ventas

Casos reales con números reales

1. Starbucks - Deep Brew AI

- 16M clientes activos en app
- Predice qué beberás según weather + hora + historial
- Dónde abrir nuevas tiendas
- **Precisión:** 87 % en predicción
- **Impacto:** \$2.4B incremento revenue

2. American Express

- \$1.2T transacciones/año
- Detecta anomalías ¡2 seg
- 50 % menos falsos positivos
- **\$2B fraude prevenido**

3. Target - Pregnancy

- Detectaba por compras
- Vitaminas + loción sin aroma
- Cambios en patrones
- **Lección:** Poder = Responsabilidad

Tu propio modelo predictivo (sin PhD)

Herramientas accesibles:

GA Intelligence Gratis, insights automáticos

HubSpot Lead scoring, desde \$800/mes

Klaviyo CLV prediction, desde \$100/mes

Tu primer proyecto:

- 1 Define qué predecir
- 2 Recopila 6-12 meses datos
- 3 Identifica patrones
- 4 Crea modelo simple
- 5 Test con 20 % datos
- 6 Itera y mejora

Caso inspirador: Pequeña tienda online

- 5,000 clientes
- Implementó churn prediction con Klaviyo
- Identificó 300 en riesgo → Campaña retención
- Salvó 45 % = 50,000€ en LTV



PAUSA

10 minutos

Volvemos a las [HORA]

Próximo bloque: **IA Generativa - El Game Changer**

Section 5

IA Generativa - El Game Changer (25 min)

2022: El año que cambió todo

Antes de 2022:

- Diseñador = \$50-200/hora
- Copywriter = \$30-150/hora
- Video editor = \$40-180/hora
- Tiempo producción: Días/semanas
- Presupuesto: Miles de euros

Era post-ChatGPT:

- IA tools = \$20-50/mes
- Disponible 24/7
- Output en segundos/minutos
- Iteraciones ilimitadas
- Presupuesto: Decenas de euros

El dilema

¿Esto mata la creatividad o la potencia? Spoiler: La transforma completamente.

El stack moderno del marketer

Las herramientas que están cambiando el juego



Texto

ChatGPT
Claude
Jasper
Copy.ai

*Desde copias hasta
guiones*



Imagen

Midjourney
DALL-E 3
Stable Diffusion
Adobe Firefly

De concept a final art



Video

Runway
Synthesia
D-ID
HeyGen

Producción sin cámaras



Audio

ElevenLabs
Murf
Descript
Adobe Podcast

*Voces y música
on-demand*

Caso real: Agencia pequeña vs Grande

Agencia 5 personas + IA produce igual que agencia 50 personas tradicional

Velocidad: 10x más rápido — Costo: 80% menos — Calidad: Comparable

El trío de poder: ¿Cuál usar y para qué?

ChatGPT (OpenAI)

 **Mejor para:** Versatilidad

Fortalezas:

- Integración con miles de apps
- GPTs personalizados
- Análisis de imágenes
- O1 para razonamiento

Precio: Gratis/\$20

Marketing: Copy, brainstorming

Claude (Anthropic)

 **Mejor para:** Contenido largo

Fortalezas:

- 200K tokens contexto
- Mejor para escribir
- Más preciso
- Excelente estrategia

Precio: Gratis/\$20

Marketing: Artículos, reportes

Gemini (Google)

 **Mejor para:** Ecosistema

Fortalezas:

- Búsqueda real-time
- Google Workspace
- Multimodal nativo
- Velocidad

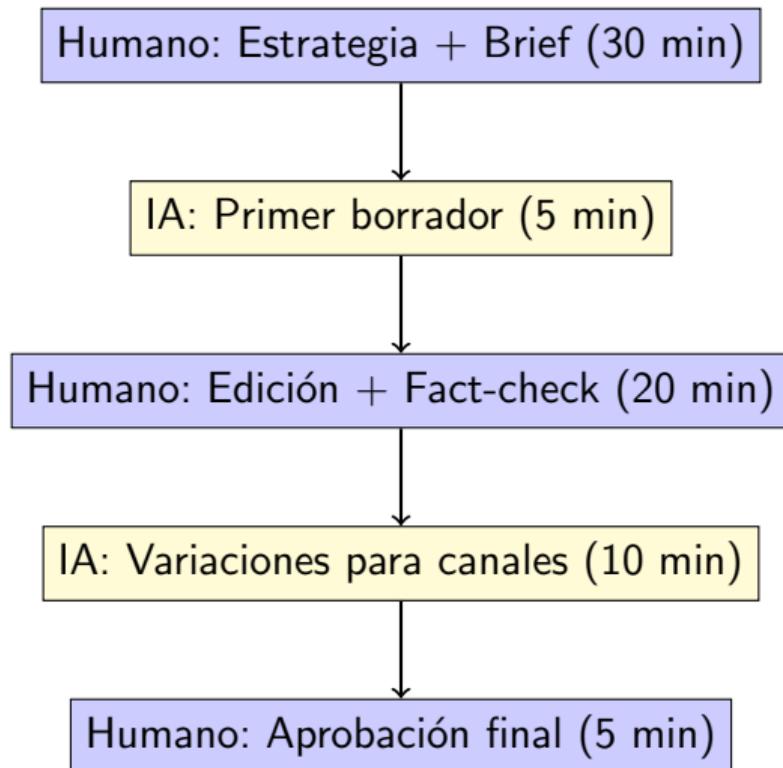
Precio: Gratis/\$20

Marketing: Research, SEO



Veredicto: No elijas uno. Usa los tres según la tarea.

La revolución del contenido: De 1 artículo/semana a 10/día



= 70 minutos para contenido omnicanal

La fábrica de contenido infinito

Un solo artículo puede convertirse en:

- 1 5 posts de LinkedIn (diferentes ángulos)
- 2  15 tweets (key insights)
- 3  10 carruseles (visual storytelling)
- 4  3 scripts de TikTok (edu-tainment)
- 5  1 guión de podcast (conversacional)
- 6  1 secuencia de email (nurturing)
- 7  1 newsletter (curación)
- 8  20 imágenes con citas

Tiempo con IA: 2 horas

Tiempo tradicional: 2-3 días

Costo: 95 % menos

Caso The Hustle

Newsletter diario a 2M suscriptores

- Equipo: 3 escritores + IA
- Producción: 5 newsletters/día
- Research: 70 % automatizado
- Edición: Humana (toque final)

Resultado: Vendita por \$27M

*“No creamos contenido,
creamos sistemas de
creación de contenido”*

Caso real: HubSpot Blog

Antes de IA:

- 5 writers
- 20 artículos/mes
- 160 horas trabajo
- Calidad variable

Con IA:

- 5 writers + IA
- 100 artículos/mes
- 200 horas (2h/artículo)
- Engagement +15%

Clave del éxito

IA no reemplazó writers, los hizo 5x más productivos

Tipos de contenido y herramientas

- **Copy publicitario:** Jasper.ai, Copy.ai → 10x más variaciones A/B
- **Email marketing:** Subject lines que conviertan → +45% open rate
- **Social Media:** De 1 post a 15 variaciones por plataforma

Imágenes: El fin del stock photography

Midjourney

- Arte y creatividad
- \$10-60/mes
- Movistar: todas sus imágenes

DALL-E 3

- Integrado ChatGPT
- Incluido en Plus
- Catálogos completos

Stable Diffusion

- Control total
- Gratis (local)
- Entrena con tus productos

Imágenes: El fin del stock photography

Caso transformador: Heinz

- Pidió a DALL-E: “Draw ketchup”
- Resultado: Todas las imágenes parecían Heinz
- Campaña: “This is what AI thinks ketchup looks like”
- Costo creativo: \$0 — Impacto: 3.2M impresiones orgánicas

Workflow práctico

1. Brief detallado → 2. Generar 20-50 variaciones → 3. Seleccionar top 3-5 → 4. Refinar → 5. A/B test masivo

Video y voz: La nueva frontera

🎥 Video Generation

Runway Gen-3

- Videos desde texto
- 10 segundos HD
- B-roll, social media
- \$15-95/mes

HeyGen

- Avatares que hablan
- 120+ idiomas
- SaaS onboarding multiidioma
- ROI: -85 % costos producción

🎤 Voice Cloning

ElevenLabs

- Clona voz en minutos
- Emociones ajustables
- Podcasts, ads
- \$5-330/mes

Caso: Spotify DJ

- Programas personalizados
- Voz única por género
- Engagement: +200 % vs playlists

El workflow completo: De idea a campaña en 2 horas

Ejemplo real: Lanzamiento de producto (marca de sneakers)

🕒 Hora 1: Estrategia

- ChatGPT: Brainstorming (10')
- Claude: Narrativa (15')
- Gemini: Competencia (15')
- Perplexity: Tendencias (20')

🕒 Hora 2: Ejecución

- Midjourney: 50 visuales (20')
- Copy.ai: 20 copies (15')
- HeyGen: Video (15')
- ElevenLabs: Radio (10')

Resultado

- 1 campaña completa
- 5 canales cubiertos
- 50+ assets creativos
- Costo: ¡\$100
- Tiempo tradicional: 2 semanas

ROI real de IA Generativa: Los números que importan

\$↓ Reducción de costos

- Creación contenido: -75 %
- Producción visual: -90 %
- Traducción: -95 %
- Time to market: -80 %

↑ Incremento resultados

- Variaciones A/B: +1000 %
- Personalización: +400 %
- Velocidad respuesta: +500 %
- Engagement: +45 %

Caso completo: Klarna

- Implementó ChatGPT para servicio al cliente
- Maneja trabajo de 700 agentes
- Resolución: 2 min (vs 11 min)
- Satisfacción igual a humanos
- **Ahorro anual: \$40M**

Caso local: Agencia española

15 empleados → Stack IA → De 10 a 50 clientes sin contratar → **+380 % facturación**

Casos creativos que rompen moldes

1. Coca-Cola “Create Real Magic”

- Abrió sus assets a IA comunitaria
- Miles crearon ads
- Mejores en Times Square
- 10M+ creaciones, \$0 agencia

2. Mint Mobile - Reynolds

- Actor da brief a ChatGPT
- IA escribe comercial
- Lo graba sin cambios
- 5M+ views, transparencia total

3. BMW - Diseño generativo

- IA diseña componentes
- 15 % más ligeros
- 50 % menos desarrollo
- Del CAD al marketing

Patrón: Las mejores campañas con IA son transparentes sobre su uso

Los riesgos reales

1. Desinformación

- Deepfakes indistinguibles
- Fake news automatizadas
- **Solución:** Watermarking

2. Propiedad intelectual

- ¿De quién es el contenido?
- ¿Qué data se usó?
- **Acción:** Verificar términos

3. Sesgo algorítmico

- IA replica prejuicios
- Reclutamiento sexista
- **Prevención:** Auditorías

4. Desplazamiento laboral

- Miedo vs realidad
- 85 % trabajos 2030 no existen
- **Estrategia:** Reskilling

Framework ético: La responsabilidad del poder 2/2

Framework ético para tu empresa

- ✓ **Transparencia:** Declara uso de IA
- ✓ **Autenticidad:** Mantén voz humana
- ✓ **Responsabilidad:** Humano siempre valida
- ✓ **Inclusión:** Testa por sesgos

Caso Dove

Compromiso: “Real Beauty, no IA beauty” — Usa IA para procesos, no modelos

Section 6

Implementación y Mejores Prácticas (20 min)

El error del "all-in" inmediato

El 87 % de proyectos de IA en marketing fracasan. ¿Por qué?

Errores comunes

- Empezar por la tecnología
- Implementar todo a la vez
- No involucrar al equipo
- Expectativas irreales
- Sin métricas claras
- Ignorar la resistencia
- Falta de governance

Approach correcto

- Empezar por el problema
- Piloto pequeño y medible
- Champions internos primero
- Quick wins visibles
- KPIs desde día 1
- Change management
- Ética desde el inicio

Recuerda: La IA es el "cómo", no el "qué" ni el "por qué"

Framework START para implementación

Un proceso probado para adopción exitosa

Scan - Auditoría (Semana 1)

- ¿Qué hacemos manualmente?
- ¿Dónde perdemos tiempo?
- ¿Qué datos tenemos?

Target - Priorización (Semana 2)

- Impacto vs Esfuerzo matrix
- Quick wins identificados
- Recursos necesarios

Act - Piloto (Semanas 3-4)

- Un caso de uso específico
- Métricas baseline
- Test controlado

Review - Análisis (Semana 5)

- ¿Qué funcionó?
- ¿Qué aprendimos?
- ¿ROI real vs esperado?

Transform - Escalar (Mes 2+)

- Expandir lo que funciona
- Documentar procesos
- Formar al equipo

Timeline típico

30 días al primer resultado

90 días a transformación

Quick wins: Dónde ver resultados rápidos 1/2

Semana 1-2

1. Email subject lines con IA

- Test: 10 variaciones por campaña
- Resultado típico: +25 % open rate
- Herramienta: ChatGPT/Claude

2. Social media posts

- De 1 post → 5 variaciones
- Más alcance, menos tiempo
- Herramienta: Buffer + IA

Semana 3-4

3. FAQ Chatbot básico

- 80 % preguntas repetitivas
- Libera tiempo support
- Herramienta: ManyChat + GPT

4. Product descriptions

- SEO-optimized automático
- Consistencia de marca
- Herramienta: Jasper/Copy.ai

Quick wins: Dónde ver resultados rápidos 2/2

Caso real: E-commerce mediano

- **Mes 1:** Subject lines + Social → +35 % engagement
- **Mes 2:** Chatbot → -40 % tickets soporte
- **Mes 3:** Descriptions → +20 % organic traffic
- **ROI total:** 520 % en 90 días

Tu equipo: El activo más importante

”La IA no reemplaza marketers. Marketers con IA reemplazan a marketers sin IA 1/2”

Miedos comunes del equipo:

- ”Me quedaré sin trabajo”
- ”No sé tecnología”
- ”Es muy complicado”
- ”Perderemos creatividad”
- ”Los clientes lo notarán”

Cómo abordarlos:

- ✓ Formación, no imposición
- ✓ Empezar con voluntarios
- ✓ Celebrar experimentos
- ✓ Mostrar, no contar
- ✓ IA como asistente, no jefe

Tu equipo: El activo más importante

”La IA no reemplaza marketers. Marketers con IA reemplazan a marketers sin IA 2/2”

Nuevos roles emergentes:

- **AI Marketing Manager**
Estrategia y governance
- **Prompt Engineer**
Optimización de outputs
- **AI Content Editor**
Curación y humanización
- **Marketing Data Scientist**
Insights y modelos

Dato clave

Empresas con "AI Champions" tienen 3x más éxito en adopción

Upskilling: Plan de formación 30-60-90



Primeros 30 días

Familiarización

- Cuenta ChatGPT equipo
- Workshop básico prompts
- 1 tarea diaria con IA
- Compartir wins en Slack

Objetivo: Perder el miedo

Días 31-60

Aplicación

- Proyecto piloto personal
- Curso online específico
- Pair work con experto
- Documentar casos uso

Objetivo: Ver valor real

Días 61-90

Integración

- IA en workflow diario
- Mentorear a otros
- Proponer mejoras
- Medir impacto propio

Objetivo: Nuevo normal

Recursos recomendados

- **Coursera:** “AI for Everyone” by Andrew Ng (gratis)
- **LinkedIn Learning:** “AI for Marketing” paths
- **YouTube:** Canales especializados por herramienta
- **Comunidades:** AI Marketing Discord, Reddit r/AIMarketing

La ética no es opcional

Con gran poder (de IA) viene gran responsabilidad

Riesgos reales:

- **Bias algorítmico:** Perpetuar prejuicios
- **Deepfakes:** Desinformación
- **Privacidad:** Uso indebido de datos
- **Transparencia:** Engaño al consumidor
- **Adicción:** Manipulación psicológica
- **Empleos:** Impacto social

Mejores prácticas:

- ✓ Disclosure claro cuando uses IA
- ✓ Auditorías de bias regulares
- ✓ Opt-in para personalización
- ✓ Humano en decisiones críticas
- ✓ Límites en targeting
- ✓ Formación ética al equipo

El test de la abuela

¿Te sentirías cómodo explicándole a tu abuela exactamente cómo usas IA?

Si la respuesta es no, replantéate el approach.

Checklist ético para marketers



Antes de lanzar:

- ¿Es transparente el uso de IA?
- ¿Respetar la privacidad?
- ¿Evitar manipulación?
- ¿Es inclusivo?
- ¿Tiene supervisión humana?
- ¿Cumple regulaciones?



Marco legal emergente:

- EU AI Act (2024)
- GDPR implications
- FTC guidelines USA
- Local regulations

Section 7

El Futuro del Marketing con IA (15 min)

Del “wow” actual al “obvio” del futuro



Ya en camino:

- Agentes autónomos 24/7
- Video generation masiva
- Voice cloning perfecto
- AR/VR + IA integrados
- Hiperpersonalización 1:1



Disrupciones esperadas:

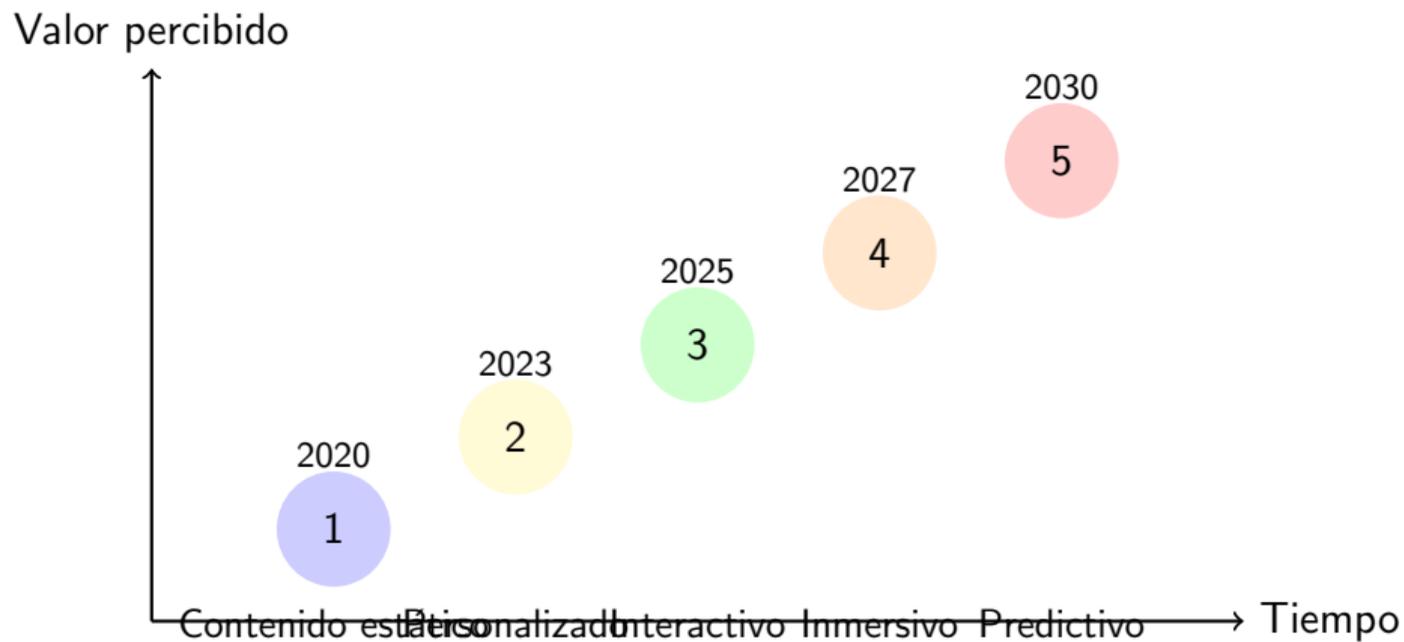
- Agencias tradicionales: -70 %
- Roles junior: Transformación total
- Búsqueda tradicional: Obsoleta
- Email marketing: Conversacional
- Contenido estático: Minoritario

Del “wow” actual al “obvio” del futuro

-  **Próxima frontera:**
- IA emocional (lee microexpresiones)
 - Predicción deseos no expresados
 - Creatividad indistinguible
 - Marketing conversacional total
 - Experiencias generadas on-demand

-  **Oportunidades doradas:**
- AI-first brands nativas
 - Micro-nichos rentables
 - Creatividad aumentada
 - Estrategas más valiosos
 - Experiencias imposibles hoy

De contenido a experiencias inmersivas



De contenido a experiencias inmersivas

Caso Nike del futuro (2027 proyectado)

- App ve tu forma de correr (cámara + IA)
- Diseña zapatilla personalizada en tiempo real
- Simula tu mejora de performance
- Imprime 3D en tienda cercana (2 horas)
- Coach IA te acompaña primeros 100km

De “comprar producto” a “co-crear experiencia transformadora”

Skills del marketer 2030

- ✘ **Menos importantes:**
 - Ejecución manual repetitiva
 - Diseño gráfico básico
 - Copywriting genérico
 - Análisis datos simple
 - Community management básico
 - SEO técnico tradicional

La IA hará esto mejor, más rápido y más barato

- ✔ **Críticas:**

- Pensamiento estratégico
- Creatividad conceptual
- Inteligencia emocional
- Ética y juicio
- Storytelling auténtico
- Conexión humana
- Prompt engineering avanzado
- Curación y taste-making

La IA amplificará estas capacidades

Consejo: Invierte en lo que la IA no puede replicar: TU perspectiva única

La IA en marketing no es una moda. Es la nueva electricidad.

Si eres early adopter:

- ✓ Ventaja competitiva 2-3 años
- ✓ Costos reducidos ya
- ✓ Aprendizaje antes que todos
- ✓ Definir estándares industria
- ✓ Atraer mejor talento

Si esperas:

- ✗ Competir contra cyborgs
- ✗ Costos de entrada mayores
- ✗ Curva aprendizaje empinada
- ✗ Seguir reglas de otros
- ✗ Perder talento clave

La pregunta no es SI implementar IA, sino QUÉ TAN RÁPIDO

El costo de NO actuar crece exponencialmente cada mes

Section 8

Cierre y Plan de Acción (10 min)

Las 10 verdades que no puedes ignorar

- 1 **La IA no es el futuro, es el presente** - Tus competidores ya la usan
- 2 **El SEO como lo conocías ha muerto** - Adapta o desaparece
- 3 **No compites contra IA, compites CON ella** - Es tu copiloto, no enemigo
- 4 **Los datos sin acción son ruido** - La IA convierte datos en decisiones
- 5 **El contenido evoluciona a experiencias** - De informar a transformar
- 6 **El ROI de IA es real y medible** - 300-600 % típico en año 1
- 7 **Las herramientas están democratizadas** - No hay excusa de presupuesto
- 8 **Tu equipo es tu mayor activo** - Invierte en su transformación
- 9 **La ética no es opcional** - Es tu diferenciador a largo plazo
- 10 **El mejor momento para empezar fue ayer** - El segundo mejor es HOY

Tu plan de acción: Próximos 7 días

Esta semana

- Crear cuenta ChatGPT/Claude
- Generar 10 variaciones de tu mejor email
- Listar 10 tareas repetitivas de tu día
- Probar 1 herramienta de imagen IA
- Compartir 1 win con tu equipo

Este mes

- Implementar 1 piloto medible
- Definir 3 KPIs claros
- Documentar proceso y aprendizajes
- Calcular ROI inicial
- Planear siguiente experimento

Este trimestre

- Escalar a segunda área/departamento
- Formar a 2 personas más del equipo
- Establecer governance básico
- Compartir casos éxito internamente
- Definir estrategia IA 2025

Recursos para empezar HOY:

-  promptingguide.ai
-  Canal: AI Marketing Hub
-  "AI Marketing" - Paul Roetzer
-  Community: [r/AIMarketing](https://r/aimarketing)

**”En 10 años habrá dos tipos de empresas:
las que usan IA y las que ya no existen”**

- Satya Nadella, CEO Microsoft

Hace 7 años, Nutella demostró que una marca tradicional podía reinventarse con IA.

Hoy, tienes más herramientas, más conocimiento y más oportunidades que nunca.

Mañana, serás uno de dos tipos de marketers:

Los que usan IA para amplificar su impacto

O

Los que compiten contra ellos

¿Cuál eliges ser?

¡Gracias! ¿Preguntas?

¿Preguntas?

 LinkedIn:moisesrubinogarcia

 Email: ermoi@ermoi.es

 #CuandoLaAVende

*“El futuro no es algo que te pasa.
Es algo que creas.”*

Empecemos a crearlo juntos.

Bonus: Herramientas para empezar hoy

Contenido/Copy:

- ChatGPT (\$0-20) - El todoterreno
- Claude (\$0-20) - Para long-form
- Jasper (\$39+) - Marketing específico
- Copy.ai (\$36+) - Templates listos

Diseño/Imágenes:

- Midjourney (\$10+) - Calidad top
- DALL-E 3 (en ChatGPT) - Integrado
- Canva AI (\$0-15) - Todo en uno
- Adobe Firefly (\$0+) - Comercial safe

Analytics/Insights:

- Google Analytics + IA - Gratis
- Tableau AI - Visualización
- PowerBI Copilot - Microsoft
- Obviously AI - No-code ML

Automatización:

- Zapier + ChatGPT - Workflows
- Make.com - Visual automation
- Bardeen - Browser automation
- Phantombuster - Growth hacking

 **Pro tip:** Empieza con las versiones gratuitas. El límite es tu creatividad, no el presupuesto.