

THE CONVERSATION

Rigor académico, oficio periodístico



MONOPOLY919 / Shutterstock

¿Cómo impactará la IA en el marketing de las empresas?

Publicado: 28 mayo 2023 23:17 CEST

Guillermo José Navarro del Toro

Profesor de Tiempo Completo de la Universidad de Guadalajara, Universidad de Guadalajara

Luis Aguilar Carvajal

Profesor de tiempo completo, Titular / Director de División Administración, Recursos Humanos, Psicología, Universidad de Guadalajara

La inteligencia artificial (IA) está transformando diversas áreas de negocio al recopilar, analizar y utilizar grandes cantidades de datos de los consumidores para personalizar la publicidad, mejorar la experiencia de usuario y aumentar la eficiencia en las operaciones de *marketing*.

La IA ha transformado el *marketing* de los nuevos proyectos al ofrecer nuevas herramientas para mejorar la eficiencia y la relevancia de las campañas.

Los nuevos negocios que adoptan la inteligencia artificial pueden mejorar su capacidad de llegar a su público objetivo, aumentar la tasa de conversión de clientes potenciales a clientes reales y mejorar la experiencia del cliente.

Aplicaciones de la IA en el *marketing*

- **Automatización de procesos:** como la segmentación de audiencias, la programación de publicaciones y la personalización de mensajes, lo que permite a los nuevos emprendimientos optimizar sus campañas y ahorrar tiempo y recursos.
- **Personalización:** la creación de contenidos y mensajes de *marketing* específicos para cada usuario o segmento de audiencia mejora la relevancia de la comunicación y aumenta la tasa de conversión a clientes reales.

- **Análisis de datos:** la IA puede analizar grandes cantidades de datos de manera rápida y precisa, lo que permite obtener información valiosa sobre las preferencias de los clientes y el rendimiento de sus campañas de *marketing*.
- **Chatbots basados en IA:** pueden ayudar a los nuevos emprendimientos a brindar atención al cliente las 24 horas del día los 7 días de la semana, lo que mejora la experiencia y aumenta la satisfacción del cliente.
- **Predicción de tendencias:** el análisis de patrones de datos a través de la IA permite predecir tendencias futuras. Con ello, los nuevos emprendimientos pueden ajustar sus estrategias de *marketing* y anticiparse a las necesidades de los clientes.

Negocios basados en la IA

Un ejemplo de negocio en el que ya participa la IA podría ser una empresa que desarrolla y vende *software* de análisis de datos para la industria del comercio electrónico. Este programa utilizaría técnicas de aprendizaje automático para analizar los patrones de compra de los clientes y predecir las tendencias futuras del mercado.

La empresa podría ofrecer su producto como una plataforma de análisis en línea, permitiendo a los minoristas y comerciantes de comercio electrónico cargar sus datos de ventas y recibir informes detallados sobre el comportamiento del cliente y las tendencias del mercado.

Además, la empresa podría ofrecer servicios de consultoría para ayudar a los clientes a interpretar los informes y utilizar los datos para mejorar sus estrategias de *marketing* y ventas.

El futuro de las empresas

El futuro de las empresas se verá influenciado por una serie de tendencias que van a impactar en su futuro:

- **Digitalización:** la transformación digital es una tendencia en constante evolución que seguirá transformando la forma en que las empresas operan. La digitalización permitirá una mayor eficiencia, automatización de procesos y la adopción de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial y el internet de las cosas.
- **Trabajo remoto:** la pandemia ha propiciado la adopción del trabajo remoto y es probable que muchas empresas continúen utilizando esta modalidad para reducir costos y aumentar la flexibilidad laboral.
- **Sostenibilidad:** en respuesta a la creciente conciencia social y ambiental, cada vez más empresas están adoptando prácticas empresariales sostenibles y éticas.

- **Cambio generacional:** la generación del milenio y la generación Z están ingresando en el mercado laboral y tendrán una influencia significativa en la forma en que las empresas operan y se comunican.
- **Personalización:** los consumidores esperan experiencias personalizadas y las empresas deberán adaptarse a esta tendencia para seguir siendo competitivas.
- **Colaboración:** las empresas colaborarán cada vez más con otras empresas y organizaciones para crear valor y aprovechar oportunidades.

La IA en la toma de decisiones

El futuro de las empresas será impulsado por el desarrollo tecnológico, la sustentabilidad, el cambio generacional y la necesidad de adaptarse a las demandas de los consumidores. Las que se adapten a estos cambios tendrán más probabilidades de sobrevivir y prosperar en el futuro.

La inteligencia artificial será una parte integral de la operación empresarial y ayudará a las empresas a tomar decisiones informadas y a automatizar tareas repetitivas.

El desafío de la IA en el *marketing*

La IA plantea desafíos importantes a las empresas, desde la necesidad de contar con los recursos técnicos y de gestión de datos necesarios para su implementación y mantenimiento hasta la preocupación por el impacto en el empleo y la privacidad de los datos.

Deberán, pues, considerar cuidadosamente estos desafíos y trabajar para abordarlos de manera responsable a medida que integran la IA en sus operaciones.