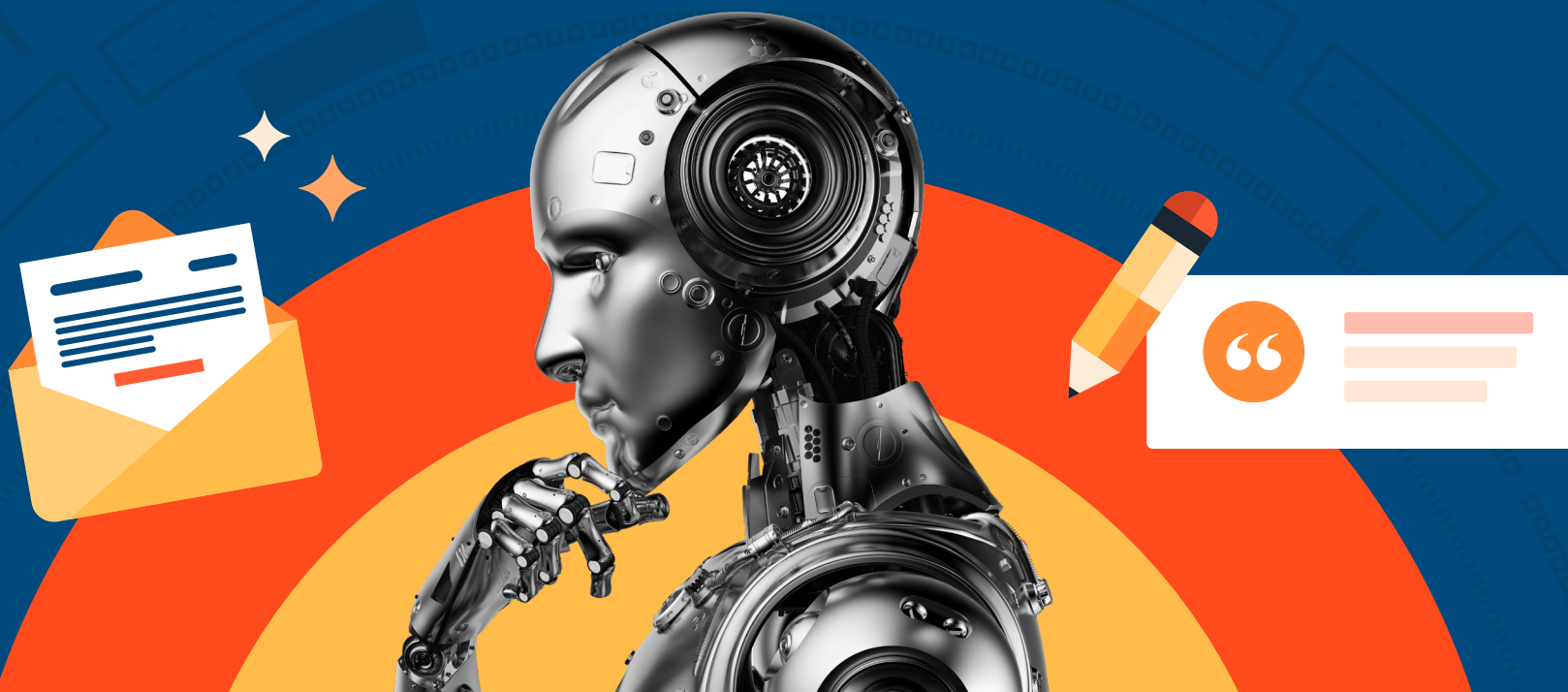


HubSpot

2023

# Tendencias de la IA para los profesionales del marketing

Cómo la IA está cambiando el marketing e impulsando un rápido crecimiento empresarial



## PRÓLOGO

# El boom de la IA ya está aquí

La inteligencia artificial (IA) se ha instaurado en el mundo del marketing y avanza más rápido de lo que podemos revisar nuestros prompts. [Semanalmente, salen cientos de nuevas herramientas de IA](#), y me enorgullece decir que nuestro propio [ChatSpot](#) para profesionales del marketing ha sido muy bien acogido en nuestra comunidad.

[ChatSpot ha sido un proyecto muy apasionante para mí](#): se trata de una herramienta integral de IA para profesionales del marketing que aprovecha la potencia de HubSpot y la combina con ChatGPT, DALL-E 2, Stable Diffusion y la búsqueda de palabras clave. Esto implica que el análisis del rendimiento de la empresa, las comunicaciones con el cliente y el marketing pueden realizarse desde un solo lugar y mucho más rápido.

Nuestra nueva investigación sobre inteligencia artificial aplicada al marketing reveló algunos datos prometedores. Más del 70% de los líderes de marketing han observado un retorno de la inversión positivo y empleados más productivos luego de implementar herramientas de IA. Era mi hipótesis, claro, pero no hay nada como los hechos objetivos para que todo el mundo aprecie más y confíe en el trabajo de los robots.

Consulta el informe y ChatSpot y comparte todo lo que crees con esta nueva herramienta. Nos interesa mucho conocer tu opinión. Saludos,

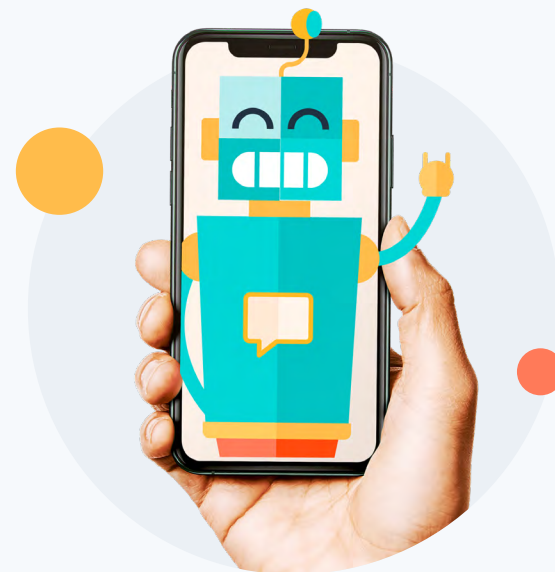


**DHARMESH SHAH**

Fundador y CTO de HubSpot

## INTRODUCCIÓN

# Es hora de que las empresas confíen en el trabajo de los robots



Los líderes ya evidencian el poder de la tecnología de IA para el crecimiento de sus empresas. Según los datos de nuestra última encuesta, el 68% de los líderes de marketing a nivel ejecutivo y superior afirma que si la IA y la automatización se aplicaran en su empresa de forma integral, las **empresas experimentarían un crecimiento sin precedentes**. Y el 62% de los líderes afirma que su empresa ya ha invertido en herramientas de IA y automatización para que sus empleados aprovechen sus ventajas: de ellos, el 71% informa de un retorno de la inversión positivo, y el 72% afirma que la IA y la automatización aumentan la productividad de su personal.

La tecnología de IA evoluciona rápidamente, pero queda mucho por aprender. Las herramientas de IA y la [ingeniería avanzada de prompts](#) (estructura estratégica de las solicitudes de IA) se están convirtiendo rápidamente en habilidades de marketing muy requeridas. [La IA, además, ha desarrollado nuevas funciones específicas](#). Al poder chatear con una herramienta de IA, los profesionales del marketing descubren un mundo lleno de información relevante e ideas, y ahorran mucho tiempo.

### Los profesionales del marketing utilizan la IA generativa para cuatro funciones principales:

Crear contenido



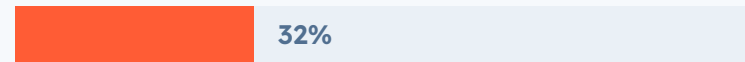
Analizar datos e incluirlos en informes



Aprender a hacer cosas



Realizar investigaciones



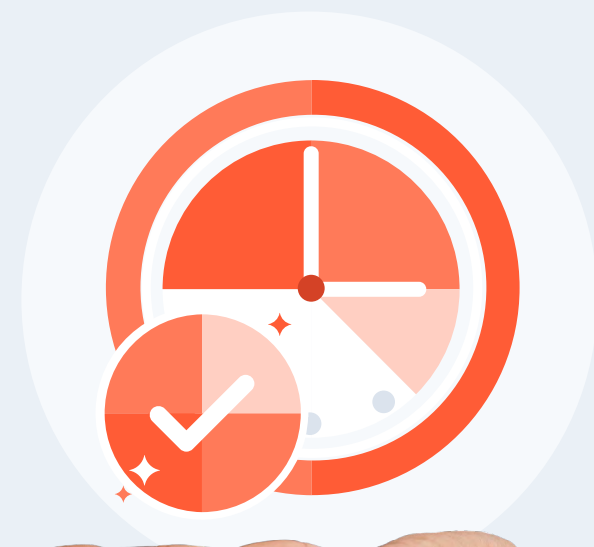
Sigue leyendo para tener más información más sobre las tendencias de la IA para el marketing y conocer las opiniones de los líderes tecnológicos sobre qué suponen estas tendencias para el crecimiento empresarial.

# Índice

<b>PRÓLOGO</b> .....	<b>2</b>
El boom de la IA ya está aquí	
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>3</b>
Es hora de que las empresas confíen en el trabajo de los robots	
<b>SECCIÓN 01</b> .....	<b>5</b>
Los profesionales del marketing están más ocupados que nunca, pero recuperan tiempo gracias a la IA	
<b>SECCIÓN 02</b> .....	<b>9</b>
Cómo se usan las herramientas de IA para marketing en la actualidad	
<b>SECCIÓN 03</b> .....	<b>22</b>
Dudas en torno a la IA para marketing	
<b>SECCIÓN 04</b> .....	<b>27</b>
Predicciones de marketing con IA del director de marketing de HubSpot	
<b>Conclusión y metodología</b> .....	<b>28</b>

## SECCIÓN 01

# Los profesionales del marketing están más ocupados que nunca, pero recuperan tiempo gracias a la IA



En 2023, [un profesional del marketing promedio trabaja en cinco campañas a la vez](#) y gestiona un total de siete campañas por trimestre. Esta carga de trabajo implica realizar varias tareas a la vez constantemente, cambiar las prioridades y delegar, pero e incluso así, puede que la carga sea demasiado pesada.

En parte, la razón por la que la IA se ha vuelto tan popular entre los profesionales del marketing es que ellos se han dado cuenta de que existe una clara diferencia entre un trabajo de gran repercusión (como una lluvia de ideas creativa, elaboración de estrategias, ejecución de proyectos y gestión de personal) y un trabajo de poca repercusión, que incluye tareas tediosas, insignificantes o repetitivas. Hacer trabajo de gran repercusión es gratificante y satisfactorio; hacer el de poca repercusión, no tanto.

## El 90% de los profesionales del marketing

afirma que la IA y la automatización les ayudan a dedicar menos tiempo a tareas manuales, más tiempo a las partes de su trabajo que más disfrutan (80%) y más tiempo a los aspectos creativos de su función (79%).



# ¿Cuánto tiempo ahorran los profesionales del marketing con las herramientas de IA?

Los profesionales del marketing dedican un promedio de **cinco horas al día** a tareas manuales, administrativas u operativas: buscar palabras clave, limpiar datos, crear listas, darle formato a blogs en un CMS y analizar datos sin procesar para extraer información clave. Muchas de estas tareas se realizan en plataformas potentes cuyo uso resulta muy sencillo, pero aun así, una gran parte del trabajo es repetitiva.

Con una herramienta de IA, el empleado promedio puede ahorrarse casi 2,5 horas al día en esas tareas tediosas. Los empleados siguen haciendo todo, pero en la mitad de tiempo.

## Las herramientas de IA permiten a los equipos de marketing:

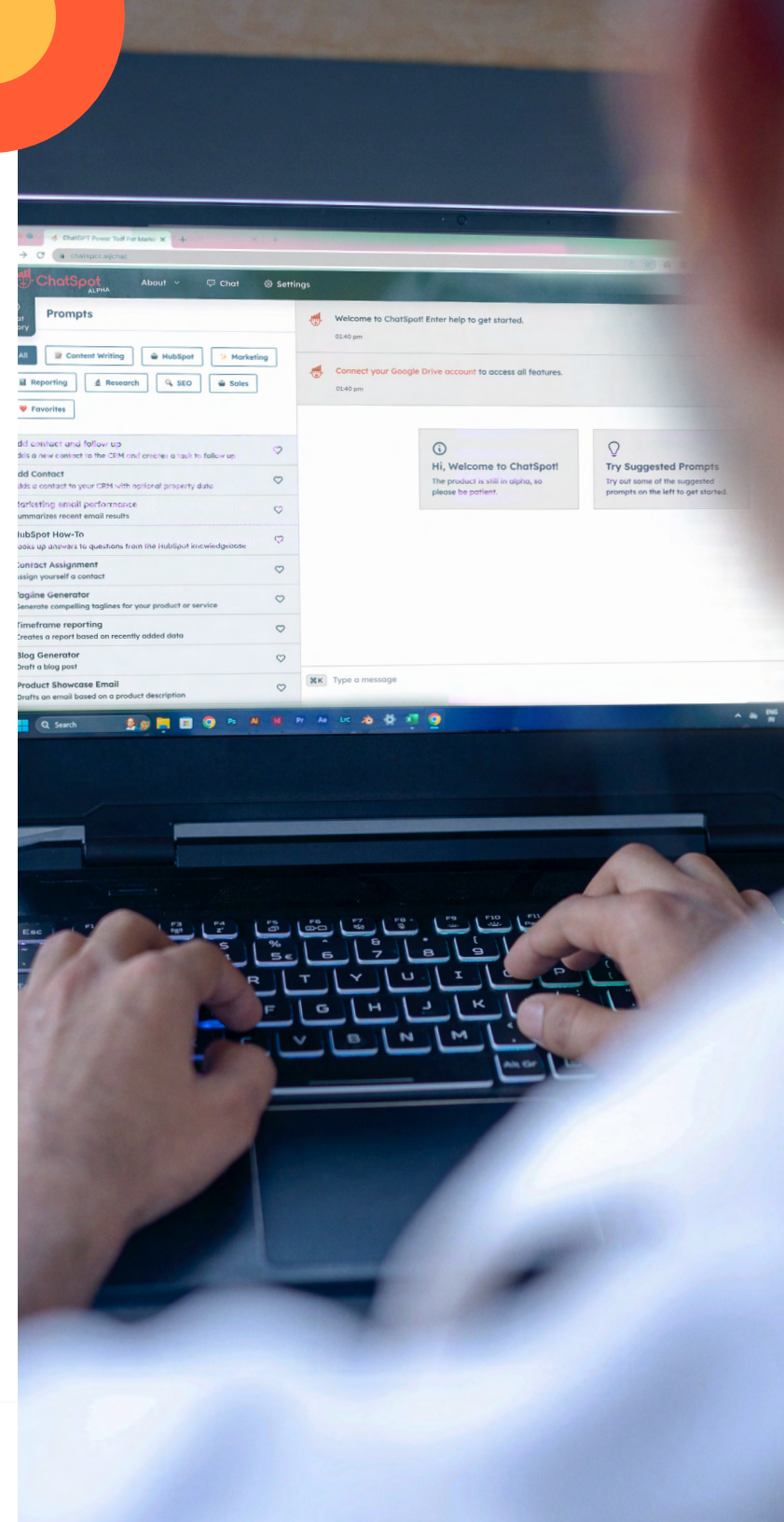


recuperar 12,5 horas a la semana



ganar 25 o 26 días laborales más en un año

La IA y la automatización pueden ahorrar casi un mes de trabajo adicional. Eso es mucho tiempo que los profesionales del marketing pueden dedicar a las tareas que necesitan implicación humana, como la estrategia y la planificación, el trabajo creativo y la gestión de personal.



# ¿Cuántos profesionales del marketing actualmente utilizan herramientas de IA y de qué tipo?

El 35% de los profesionales del marketing afirma utilizar la IA y la automatización en sus funciones, y esa cifra aumenta a un 54% en el caso de los bloggers y especialistas en SEO. No siempre está claro qué se considera IA o automatización, por lo que posiblemente, el uso sea mucho mayor. Por ejemplo, Grammarly es una herramienta de inteligencia artificial pero, probablemente, muchos usuarios todavía no la consideren como tal.

A continuación presentamos algunas de las principales herramientas de IA que utilizan los profesionales del marketing.

## ¿Qué tipos de aplicaciones de marketing con IA usan los profesionales del marketing?

Chatbots (por ejemplo, ChatGPT o ChatSpot)



Herramientas de generación de texto (por ejemplo, Jasper)



Herramientas visuales (por ejemplo, el generador de imágenes con IA de Canva)



Herramientas de generación de audio (por ejemplo, Speechify)



## ¿Qué aplicaciones de IA usan los profesionales del marketing?

La herramienta de IA más común para marketing es Compose AI (18%), seguida de cerca por Jasper (17%) y Copy.ai (16%).

Te contamos qué pueden hacer los profesionales del marketing con algunas de las herramientas de IA más famosas.

### **ChatGPT**

Creado por Open.ai, es el chatbot con IA más famoso del mundo. En solo dos meses, [ChatGPT alcanzó los 100 millones de usuarios](#).

### **Google Bard**

Una herramienta de IA conversacional generativa basada en LaMDA de Google (el modelo de IA conversacional de Google) que puede resumir páginas web, explicar código y aumentar la productividad según el caso.

### **Kive.ai**

Kive.ai se centra sobre todo en los elementos visuales y ayuda a diseñadores, mángagers de marcas y directores artísticos a organizar bibliotecas visuales y a crear paneles de ideas basados en IA.

### **Jasper**

Chatbot con IA generativa centrado en la redacción de blogs.

### **ChatSpot**

Herramienta integral de IA de HubSpot para profesionales del marketing: aprovecha toda la información del CRM de HubSpot de un usuario y la combina con la potencia de ChatGPT, DALL-E 2, Stable Diffusion y la búsqueda de palabras clave.

### **Asistente de contenido con IA de HubSpot**

Entre las herramientas de contenido con IA de HubSpot se incluye un [redactor de blogs](#), [una herramienta para reescribir párrafos](#), [un redactor de correos electrónicos](#) y [un redactor de contenido](#). Te ayudará a crear un primer borrador cada vez que quieras crear contenido.

### **SEO.ai**

Esta herramienta está diseñada para acelerar la búsqueda de palabras clave y permitir a los profesionales del marketing que usan SEO producir más, más rápido y con más eficacia.



## SECCIÓN 02

# Cómo se usan las herramientas de IA para marketing en la actualidad

Los profesionales del marketing afirman que la IA generativa es más útil para crear publicaciones en redes sociales, crear descripciones de productos y responder correos electrónicos y es esto lo que intentan hacer en el ecosistema del marketing de contenidos, desde la planificación hasta los análisis.



# IA para investigación e inspiración en el marketing digital

La IA es la mejor manera de impulsar una lluvia de ideas. Quedarse viendo un cursor parpadear es cosa del pasado.

## Actualmente, ¿para qué usan la IA generativa los profesionales del marketing?

Para inspirarse con nuevas ideas



Para investigar



Para aprender a hacer cosas



Las herramientas como ChatGPT analizan rápidamente toda la información disponible en Internet y la presentan de forma conversacional, haciendo que sea muy fácil de entender.

En vez de hacer clic en varios resultados de Google y tener que ver anuncios y medios de comunicación hasta dar con lo que buscas, las herramientas de IA ayudan a los profesionales del marketing a encontrar la información más relevante, y la presentan de forma clara y concisa. Por supuesto, estas herramientas distan mucho de ser perfectas y a veces pueden proporcionar información incorrecta. Pero como punto de partida y como una manera de poner las ideas en marcha para adquirir conocimientos básicos sobre un tema nuevo, la IA resulta divertida y fácil de usar.

## Prompts de IA para la investigación de mercado

Las herramientas de IA convierten la redacción de prompts en un arte y una ciencia. Antes de recurrir a una nueva solución, prueba distintas opciones para redactar el prompt: a mayor precisión, mejores resultados.

Un prompt muy conocido para investigar y aprender es: "Explicame \_\_\_\_ como si tuviera cinco años". Es un punto de partida inmejorable para cualquier iniciativa nueva.



### EJEMPLO

Un nuevo profesional del marketing de una empresa que ofrece servicios de reparación de lavadoras a nivel local quiere sondear el panorama competitivo y averiguar si los competidores invierten en redes sociales. Este profesional puede simplemente pedirle a una herramienta de IA como ChatGPT: "muéstrame las opciones que más se usan en Nueva Jersey para la reparación de lavadoras, y crea una hoja de cálculo con enlaces a redes sociales, número de seguidores y puntuación promedio de revisiones de Google".

En un abrir y cerrar de ojos, la hoja de cálculo se rellenará y el profesional de marketing tendrá una idea del panorama competitivo de su sector local. Después puede seguir indagando para averiguar cómo mejorar el marketing de la empresa para que destaque y conseguir más clientes.

# IA para búsqueda de palabras clave y planificación de SEO

La búsqueda de palabras clave y planificación de SEO es una de las tareas que realizan los profesionales del marketing de contenido más repetitivas y que más tiempo consumen. [Las herramientas de búsqueda de palabras clave](#) como Ahrefs, Moz, el planificador de palabras clave de Google y Mangools son extremadamente potentes, pero se necesita tiempo para filtrar los resultados que se muestran, crear hojas de cálculo que busquen palabras clave para una campaña más amplia y realizar un seguimiento de cómo se clasifican las distintas páginas de un sitio web para varias palabras clave. La IA puede ayudar con esas tareas: el 82% de los profesionales del marketing afirma que la IA generativa ya repercute en cómo piensan crear contenido en 2023 y el 69% afirma que es importante para su estrategia general de contenido.



## El 37% de los profesionales del marketing

usa la IA para automatizar tareas de SEO que consumen mucho tiempo.

Entre las tareas de SEO que consumen mucho tiempo se incluyen la asignación de conjuntos de palabras clave más largos y descriptivos, la generación de enlaces internos y las comparaciones entre distintas páginas de resultados del motor de búsqueda, que el 35% de los profesionales del marketing utiliza para crear una estrategia de contenidos basada en SEO.

La IA generativa ayuda a los bloggers a optimizar su sitio web para el SEO y mejorar la experiencia del usuario, lo que permite que las publicaciones estén mejor posicionadas. La IA puede ayudar a los profesionales del marketing a crear toda una estrategia de contenidos basada en SEO. Pero si quieres empezar, comprueba cuánto tiempo ahorras automatizando algunas tareas manuales de búsqueda de palabras clave.



## El 84% de los bloggers y especialistas en SEO

afirma que la IA y la automatización han influido en su estrategia de SEO en 2023.

### Los profesionales del marketing afirman que la IA y la automatización son muy eficaces para:

Alinear el contenido web con la intención de búsqueda



Mejorar la experiencia del usuario en su sitio



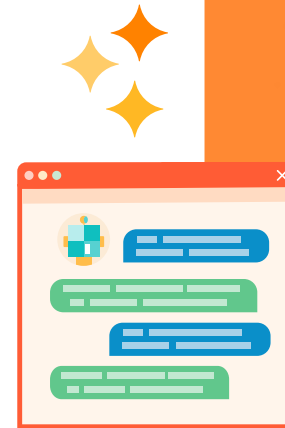
Mejorar la clasificación de las páginas de resultados del motor de búsqueda



En cuanto a percepción general se refiere, el 44% prevé un impacto positivo en su estrategia de SEO, el 51% no prevé ningún impacto y solo el 5% observa un impacto negativo.

## SEO y prácticas recomendadas de la IA generativa

- ✓ **Más información sobre la ingeniería de prompts.**  
Aprender a formular las preguntas adecuadas a la IA es un paso importante para que te muestre la información que necesitas sobre palabras clave de SEO.
- ✓ **Prueba a hacer varias preguntas.**  
Si te encuentras en un callejón sin salida o recibes una respuesta que no te parece adecuada, inténtalo de nuevo. Haz preguntas más específicas o más descriptivas.
- ✓ **Fija un objetivo, pero empieza poco a poco.**  
Puedes empezar preguntando por el volumen de palabras clave relacionadas con un tema sobre el que hayas pensado escribir. Cuando te hayas familiarizado con el sistema, puedes probar consultas más complejas como "elabora una estrategia de contenidos para una empresa que se dedica a \_\_\_\_\_".
- ✓ **Prepárate para comprobar tus resultados de SEO.**  
Por lo general, la IA no va a proporcionar una respuesta única y perfecta para cada prompt que le envíes. Por eso, es buena idea tener una ventana abierta con la herramienta de búsqueda de palabras clave que suelen utilizar para comprobar las palabras clave o clasificaciones que parezcan erróneas o inusuales.



# IA para creación de contenido y expansión

Crear contenido excepcional que permita la interacción, convenza, eduque y destaque en Internet es un proceso que lleva mucho tiempo. Pero el paso de bueno a genial lo marcan los detalles. Las herramientas de marketing de contenidos con IA pueden ayudarte a pasar de una página en blanco a un borrador con fundamento y después, a un artículo digno de publicarse. Luego, los profesionales del marketing y los redactores pueden hacer magia y convertir el borrador en contenido de marca valioso.

## Actualmente, ¿para qué usan la IA generativa los profesionales del marketing?

Para crear contenido



Para redactar textos



Para crear imágenes



Para crear esquemas



Los profesionales del marketing que utilizan la IA generativa para crear contenido ahorran un promedio superior a 3 horas por artículo.

Como todos sabemos, la IA generativa no puede sustituir las habilidades de un escritor profesional. Pero puede crear un punto de partida útil que ahorre horas de trabajo a los escritores, permitiéndoles crear más contenido más rápido.

## ¿Cómo usan los profesionales del marketing la IA para escribir?

Realizar pequeñas modificaciones en el texto generado antes de publicarlo



Realizar correcciones importantes



Cambiar el texto por completo



No hacer ningún cambio



## El 96% de las veces

el contenido de la IA no tiene todo lo necesario como para publicarlo tal y como se muestra.



HubSpot

# La IA ayuda a los equipos de contenido a expandirse

Aprende a usar la IA para impulsar el crecimiento de las operaciones de marketing de contenidos y así, generar más negocios.

Obtener la guía



Cuando se utiliza la IA generativa para redactar textos, **solo el 5% de los profesionales del marketing lo usa para que les redacte** contenidos completos. Alrededor de un tercio (35%) recurre a la IA generativa para inspirarse u obtener ideas, otro tercio la utiliza para hacer esquemas y un 25% para escribir algunos párrafos que luego amplía.

Los profesionales del marketing suelen escribir blogs y artículos con objetivos concretos en mente, ya sea atraer tráfico web, generar MQL o aumentar la lista de suscriptores. Y la IA puede ayudarte a crear contenido que mejore tu trabajo. El 63% de los profesionales del marketing que utilizan la IA generativa para crear contenido afirma que su rendimiento aumenta en comparación con el contenido creado sin ella. El 89% de los profesionales del marketing que utilizan la IA generativa para crear contenido afirma que mejora la calidad de su texto.

Una vez que se ha puesto en marcha un programa de contenido, expandirlo puede resultar complicado, sobre todo para los equipos que ya disponen de poco tiempo. Si los objetivos crecen de forma constante, pero el presupuesto del equipo no sigue el mismo ritmo, la IA permite crear más contenido con mayor rapidez y así, expandirlo.



**El 83% de los profesionales del marketing**

afirma que la IA les ayuda a crear mucho más contenido del que podrían crear sin ella.

HubSpot

Tendencias de la IA para los profesionales del marketing en 2023

La IA también es muy útil para el proceso de **personalización y localización**. Adaptar el mismo contenido a distintas audiencias o regiones lleva tiempo, pero la IA te ayuda a hacerlo. Cambia el estilo de escritura del español latino al de España o revisa documentos rápidamente y cambia la moneda local. Recuerda que la localización es mucho más que un simple cambio de ortografía y de referencias culturales.

“Las herramientas de IA son una gran ayuda a la hora de posibilitar, facilitar y aumentar el trabajo humano. Pero es en la creatividad y el criterio donde el ser humano muestra sus grandes habilidades.

Hoy en día, los profesionales del marketing global se sienten en la obligación de crear los titulares publicitarios creativos en otro idioma. Pero contamos con herramientas de traducción automática para hacerlo, ¿no? En realidad, las herramientas de traducción automática son un producto básico en el ámbito de la traducción (desde hace muchas décadas), pero aún no han desplazado al traductor humano.

En mi opinión, lo mismo ocurrirá con todos los creadores de contenido humanos. Que el humano más creativo (y con ayuda de la tecnología) triunfe”.



**NATALY KELLY**

Experta en globalización

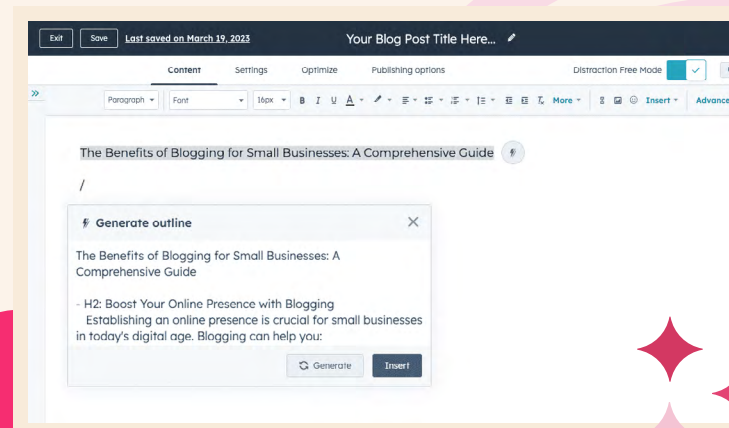
Por último, a muchos profesionales del marketing les gusta trabajar a la inversa y utilizar la IA como herramienta de edición. Pegar un fragmento de contenido en una herramienta de IA generativa y pedirle que compruebe si hay errores ortográficos o gramaticales es una prueba final útil si no hay nadie que pueda revisar el texto. Lo mismo ocurre para simplificar un texto o cambiarle el tono o el estilo: las herramientas de IA pueden hacerlo en cuestión de segundos.



# Una herramienta de IA para blogs diseñada para profesionales del marketing

El redactor de blogs con IA de HubSpot se creó específicamente para que los profesionales del marketing de contenido aumentaran el tráfico orgánico y expandieran los esfuerzos de generación de leads.

Probar ahora



# IA para reutilizar el contenido

Más de uno de cada cinco profesionales del marketing (21%) utiliza la IA para resumir el texto en puntos clave, lo que es importante para reutilizar el contenido en los distintos canales. Si tu equipo ha invertido semanas (o incluso meses) de trabajo en una nueva oferta de contenido, como un informe, un curso o un documento informativo, tiene muchísima más repercusión si se reutiliza y se distribuye a través de varios canales. Pero usar un fragmento largo de contenido, seleccionar las ideas clave y redactar los mensajes promocionales de acuerdo con las necesidades de cada canal lleva mucho tiempo. Los canales promocionales pueden incluir varias plataformas de redes sociales, correos electrónicos con distintas llamadas a la acción, webinars y presentaciones, y pueden hacer que el contenido alcance a una audiencia mucho mayor que la original.

Las herramientas de marketing de IA generativa son muy útiles. Solo tienes que pegar el contenido extenso (o un enlace a él) en la herramienta de IA que elijas, pedirle que genere unos cuantos correos electrónicos promocionales o publicaciones en las redes sociales para distintas plataformas en las que se destaquen los puntos principales, editar el estilo y publicar.

La IA también puede ayudarte a escribir distintas versiones de textos similares. [La herramienta para reescribir párrafos de HubSpot utiliza la IA para reformular el texto](#), por lo que no tendrás que copiar y pegar de una plataforma a otra. Podrás incluso seleccionar el tono que desees: amistoso, profesional o muchas otras opciones.



## Formas de usar la IA para reutilizar contenido

- 1 Convertir las entradas del blog en videos o podcasts y viceversa.
- 2 Transformar el contenido extenso en publicaciones educativas breves en las redes sociales.
- 3 Añadir elementos visuales a un artículo largo para compartirlo en las redes sociales.
- 4 Crear páginas de destino a partir de secuencias de correo electrónico o podcasts.
- 5 Localizar o editar el contenido para nuevas regiones o audiencias.
- 6 Convertir el contenido de los productos en material promocional de marketing.
- 7 Crear visualizaciones de datos e informes a partir de datos sin procesar.

# IA para redes sociales

Actualmente, el 31% de los profesionales del marketing utiliza la IA para crear contenido en las redes sociales. Mientras que cierto tipo de campañas y contenido de las redes sociales son esencialmente únicos y requieren creatividad humana, hay contenido de las redes sociales que está pensado para cumplir un objetivo sencillo, y para esto, las herramientas de IA resultan muy útiles.

Además, sabemos que [el contenido adaptado a cada una de las redes social funciona mejor](#) que publicar el mismo texto palabra por palabra en todas las plataformas. Reescribir cada publicación y encontrar nuevas formas de transmitir una idea similar para distintos tipos de audiencia lleva mucho tiempo, pero la IA agiliza este proceso.

La IA generativa y las redes sociales se pueden utilizar de muchas formas distintas. A continuación, se indican algunas de ellas.

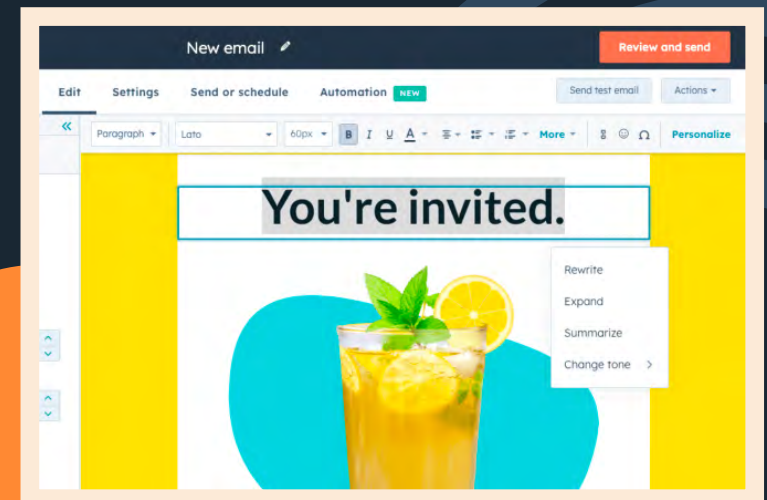
1. Compartir una foto en Instagram y pedirle a la IA que la transforme en una foto más profesional adecuada para LinkedIn.
2. Crear automáticamente anuncios en redes sociales según las especificaciones de cada plataforma.
3. Desarrollar ideas sobre qué publicar en las redes sociales en función de tu sector.
4. Generar ideas sobre cómo crear contenido en las redes sociales que consiga un objetivo específico (por ejemplo, crear publicaciones en LinkedIn para conseguir que la audiencia se suscriba a un boletín).
5. Crear publicaciones en las redes sociales que anuncien nuevos miembros del equipo, nuevos productos o cualquier otra actualización digna de mención.

# HubSpot

## Genera al instante publicaciones en las redes sociales para todas las plataformas y audiencias

El redactor de textos con IA de HubSpot te ayudará a generar publicaciones en redes sociales con el tono adecuado para cada plataforma y audiencia.

Probar ahora



# IA para la redacción de correos electrónicos de marketing



**El 28% de los profesionales del marketing**

utiliza la IA generativa para crear y responder correos electrónicos.

Esperamos que esa cifra crezca rápidamente. La automatización del marketing, en lo que respecta a flujo y campañas de correo electrónico, desencadenantes y listas inteligentes, se ha convertido en una costumbre para los profesionales del marketing en empresas de cualquier tamaño. Pero ahora, con las nuevas herramientas de automatización de marketing con IA como [ChatSpot](#), en solo unos minutos puedes crear listas basadas en criterios de comportamiento específicos.

Las herramientas de IA generativa permiten a los equipos crear correos electrónicos de marketing que promocionen ventas, nuevos productos, promociones y cupones, gracias a los datos de campañas anteriores exitosas. Los profesionales del marketing pueden centrarse en elaborar la estrategia de sus campañas de correo electrónico (entre otras cosas, a qué segmento de mercado se van a dirigir y cómo hacerlo), y en editar el texto y garantizar que se ajuste a los lineamientos de la marca en cuanto a tono y estilo. Con el tiempo ahorrado en la redacción de textos, los profesionales del marketing pueden crear campañas más elaboradas dirigidas a una gama más amplia de segmentos específicos de audiencia.

[Más información sobre cómo el redactor de correos electrónicos con IA de HubSpot puede ahorrarte horas de trabajo.](#)

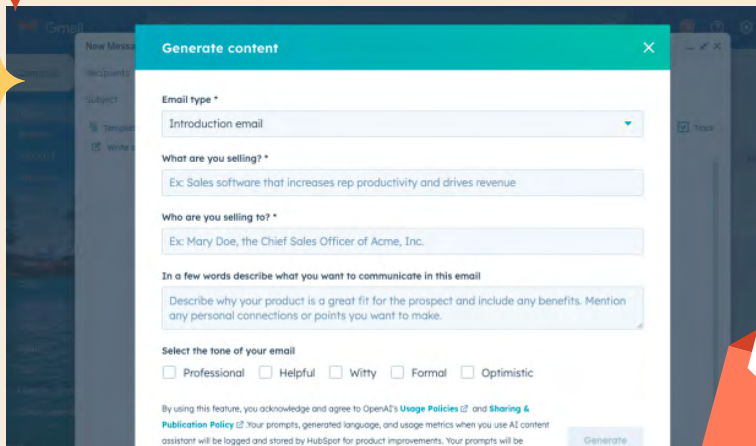




## Trabajar de forma más inteligente con la IA - Ejemplo de marketing por email

Una empresa de software B2B vende su plataforma de planificación de horarios para el personal de trabajo a varias empresas pequeñas. El equipo de marketing de la empresa podría dedicar horas a redactar tres versiones distintas de un correo electrónico promocional (una para restaurantes, otra para todos los salones de belleza y otra para todas las consultas médicas), o bien podría utilizar una herramienta basada en IA como [ChatSpot](#) para crear un borrador de 10 correos electrónicos específicamente orientados a estos segmentos en mucho menos tiempo.

1. Restaurantes que ya tienen una herramienta de horarios
2. Restaurantes que aún no tienen una herramienta de horarios
3. Salones de manicura que ya tienen una herramienta de horarios
4. Salones de manicura que aún no tienen una herramienta de horarios
5. Peluquerías que ya tienen una herramienta de horarios
6. Peluquerías que aún no tienen una herramienta de horarios
7. Consultorios de atención primaria que ya tienen una herramienta de horario
8. Consultorios de atención primaria que aún no tienen una herramienta de horario
9. Consultorios odontológicos que ya tienen una herramienta de horario
10. Consultorios odontológicos que aún no tienen una herramienta de horario



Luego, el profesional del marketing solo tiene que editar el texto, añadir enlaces y seleccionar la audiencia a través de su CRM y plataforma de correo electrónico. Los correos electrónicos serán más específicos y eficaces y se habrán creado en mucho menos tiempo.

## IA para descripciones de productos

El 25% de los profesionales del marketing utiliza la IA para crear descripciones de productos. Aunque los equipos de marketing de productos suelen llevar a cabo una investigación profunda del usuario para encontrar las mejores formas de describir sus productos, el contenido podría ser monótono si se usara la misma frase una y otra vez.

Las herramientas para reescribir con IA permiten a los equipos encontrar nuevas formas de transmitir las características más importantes de sus productos. Podrías encontrar una mejor manera de describir una característica.



## IA para optimizar el rendimiento del contenido

Los profesionales del marketing de contenido suelen dedicar mucho tiempo a la creación de más y más contenido, pero es igualmente importante optimizar el contenido que ya existe en tu sitio web porque tiende a volverse obsoleto y desactualizarse con el paso del tiempo y, por lo tanto, pierde utilidad. Si no lo mantienes actualizado, su clasificación en las páginas de resultados del motor de búsqueda caerá.



**El 37% de los profesionales del marketing**

ya utilizan la IA cuando analizan blogs para proporcionar información práctica.

Gracias a la IA, los equipos podrán analizar y optimizar sus bibliotecas de contenido, sobre todo si la herramienta de IA está vinculada a el CRM.

Puedes pedirle a la IA que muestre una lista de artículos de bajo rendimiento, o artículos que se publicaron hace más de un año y no se han actualizado. Puedes darle un enlace y pedirle que te muestre para qué palabras clave está posicionado y cuáles necesitan un impulso. Toda esta información puede compartirse en cuestión de segundos y los profesionales del marketing pueden centrarse en que el contenido se actualice y hacer que sus esfuerzos lleguen más lejos.

# IA para análisis de datos



**El 45% de los profesionales del marketing**

utiliza la IA para analizar datos e incluirlos en informes.

Antes, la creación de informes trimestrales sobre el rendimiento de diversos tipos de contenidos, campañas e iniciativas llevaba horas o incluso días. Los equipos de inteligencia empresarial (BI) o los analistas de datos tenían que extraer y analizar los datos de varias plataformas, y los propietarios de los canales de marketing se encargaban de transformar las principales conclusiones en presentaciones impecables. Era un proceso que implicaba muchas habilidades y distintas herramientas.

Ahora, las herramientas de IA permiten a los equipos extraer y analizar rápidamente los datos de sus canales, y [ChatSpot](#) puede incluso crear informes de progreso directamente en HubSpot. De este modo, los equipos de inteligencia empresarial (BI) pueden estar disponibles para abordar datos realmente complejos que están capacitados para gestionar, y no tienen que dedicar tiempo ayudando a otros equipos con tareas muy básicas.

[Puedes incluso configurar el sistema para que te envíe automáticamente informes trimestrales directamente a tu bandeja de entrada.](#)

Además, cualquier información generada por las herramientas de IA puede mostrarse en forma de hoja de cálculo, gráfico de barras o prácticamente cualquier otro formato estándar: solo hay que pedirlo.

The screenshot shows the ChatSpot interface within a HubSpot environment. On the left, there's a 'Prompts' sidebar with categories like Content Writing, HubSpot, Marketing, Reporting, Research, SEO, Sales, and Favorites. The main chat window displays a 'Welcome to ChatSpot!' message and a 'Connect your Google Drive account' prompt. Below these, there are two cards: 'Hi, Welcome to ChatSpot!' and 'Try Suggested Prompts'. A chat message from the user asks to 'add column for country population'. The AI response shows a table with the following data:

COUNTRY/REGION	COUNT OF COMPANIES	COUNTRY POPULATION
Ecuador	29	17,643,054
Peru	28	32,971,854
Uruguay	23	3,456,205
Argentina	22	45,195,774
Chile	21	19,116,201
Colombia	15	50,882,491
Brazil	12	212,559,717

## SECCIÓN 03

# Dudas en torno a la IA para marketing

Dado que la tecnología basada en IA se ha desarrollado con tanta rapidez, es comprensible que incluso los profesionales del marketing más ágiles e innovadores tengan algunas dudas a la hora de empezar a usarla.





## Información poco precisa

El principal desafío que manifiestan los profesionales del marketing es que las herramientas de IA a veces generan información poco precisa. Casi la mitad de los profesionales del marketing que utilizan la IA generativa afirman que han recibido información que reconocen como incorrecta y, lo que es quizás más preocupante, solo el 27% piensa con seguridad que podría detectar si la información fuera inexacta.

### Cómo resolverlo:

Comprueba la información de las herramientas de IA y cita todas las fuentes de información en tu contenido.

### Sesgos de la IA

También es importante tener en cuenta el sesgo: [se sabe que las herramientas de IA a veces ofrecen información sesgada](#). Si los equipos que crean los modelos de IA no cuentan con experiencias de vida lo suficientemente variadas, la información que reciba la IA tendrá un sesgo inherente.

### Cómo resolverlo:

[AI4ALL](#) es una iniciativa que suministra a la IA una amplia gama de contenidos para que aprenda a extraer datos de fuentes que reflejen la diversidad de nuestro mundo.

## Dependencia excesiva de la IA

Otro asunto común sobre la adopción de la IA y la automatización que crea dudas es que los profesionales del marketing no quieren depender demasiado de ellas. Todos hemos luchado mucho por aprender a ser los mejores profesionales del marketing por correo electrónico, redactores, analistas de datos, especialistas en SEO, profesionales del marketing de productos o diseñadores, y nadie quiere perder habilidades por no usarlas. Pero es importante recordar que la IA no puede reemplazar las tareas que nosotros hacemos: solo puede ayudarnos a avanzar un poco (en realidad, mucho) más rápido.

### Cómo resolverlo:

Una manera fácil de equilibrar el uso de herramientas de marketing de IA con las habilidades que nosotros hemos adquirido durante mucho tiempo es decidir qué tipo de tareas y proyectos deben realizarse con la ayuda de IA, y cuáles requieren un conjunto de habilidades humanas.





# Prácticas recomendadas para la comprobación de hechos y ética de la IA

## 1 **Decide cuándo debes usar la IA y cuándo no.**

No todas las tareas son adecuadas para una herramienta de IA. Todo lo que requiera creatividad, originalidad, una opinión o una perspectiva no dará buenos resultados. No utilices la IA con temas controvertidos o de política que puedan ofrecer resultados sesgados.

## 2 **Si un dato te parece incorrecto, compruébalo por tu cuenta.**

Haz una búsqueda en Google y busca una fuente confiable que respalde tus ideas. Cuanto más recientes sean los datos, mejor.

## 3 **No trabajes en solitario.**

Sobre todo si estás creando contenido que incluya un tema potencialmente polémico o con implicaciones serias, pide siempre a alguien que lea tu trabajo para darte una segunda opinión antes de publicarlo.

## 4 **Conoce los límites entre usar IA en marketing para impulsar tu creatividad y el plagio.**

Trabaja con tu equipo para determinar qué porcentaje de contenido debes cambiar antes de poder considerarlo tuyo.



# Prácticas recomendadas del equipo del blog de HubSpot para usar la IA



**MARTINA BRETOUS**

Editora del blog de marketing

Hoy en día hay muchas empresas que utilizan la IA para el marketing, y nosotros somos una de ellas.

A principios del año pasado empezamos a probar la IA generativa internamente para evaluar su potencial en la creación de contenido. Desde entonces, hemos aprendido mucho sobre la capacidad de herramientas conocidas como el asistente de contenido y Jasper.ai, y sobre cómo aprovecharlas mejor.

Actualmente, estamos evaluando el uso de la IA para lo que llamo producción previa (investigación, esquemas o resúmenes) y para el análisis de datos.

Sigue leyendo para descubrir algunas de nuestras conclusiones y consejos sobre la edición de contenido generado por IA.



## Prácticas recomendadas para editar contenido generado por IA

La clave para editar contenido generado por IA es centrarse en añadir riqueza y profundidad, concretamente a través de la voz, los ejemplos y los datos.

La IA puede utilizar un lenguaje natural que suene humano, pero lo que le falta es una voz clara y única. Ahí es donde entras en escena para transmitir personalidad y el distintivo de tu marca. Puede ser mediante anécdotas, expresiones coloquiales, referencias a la cultura popular, etc.

En segundo lugar, la IA no siempre usa bien los ejemplos. Pueden ser demasiado imprecisos para ilustrar tu punto de vista o demasiado antiguos para ser creíbles. Con esto en mente, deja que la IA se encargue de los aspectos más tediosos de la creación de contenido mientras tú te centras en buscar ejemplos.

A continuación, los datos. Nada mejora más un contenido que datos estadísticos de relevancia. Por desgracia, la IA aún no es capaz de obtener datos recientes y precisos, así que te toca a ti proporcionarlos.

Una última reflexión: debes ver el contenido generado por IA como una forma de acelerar los pasos en tu creación de contenido, no de eliminarlos. Si lo ves así, editar contenido será una experiencia más sencilla.

## Garantizar la precisión del contenido generado por IA

La IA es fantástica para muchas cosas, pero cuando se trata de producir información precisa, puede ser un acierto o un error. Esto se debe a varias razones: la principal es que los modelos que utilizan la mayoría de las herramientas de IA generativa, si no todas, solo pueden extraer contenido de al menos dos años de antigüedad. Por ejemplo, si hay actualizaciones recientes importantes sobre algún tema, como por ejemplo la inteligencia artificial, que ha experimentado un crecimiento increíble en solo unos meses, es posible que la IA no pueda producir información precisa.

Otra razón por la que la IA puede ser poco precisa es si se trata de un tema muy específico. Al fin y al cabo, la IA se alimenta de información. No piensa por sí sola. Por lo tanto, si hay poca documentación, es probable que la información que proporciona sea incorrecta.

Teniendo esto en cuenta, no se puede garantizar que el resultado sea exacto. Pero lo que puedes hacer es ser más selectivo a la hora de utilizar la IA generativa. Durante nuestras pruebas internas, la IA ha probado ser más precisa con temas de siempre y bien documentados que pueden verificarse fácilmente. Para contenidos que estén fuera de ese ámbito, procede con cautela y comprueba la información en Google.





## SECCIÓN 04

# Predicciones de marketing con IA del director de marketing de HubSpot



“La IA nunca sustituirá la creatividad y la conexión humanas. Las experiencias vividas y las opiniones nunca podrán ser generadas por una máquina, y la IA nunca podrá dirigir al personal.

El 65% de los profesionales del marketing no temen que la IA los sustituya.

La IA es una gran herramienta para los profesionales del marketing, pero sería inútil sin el conocimiento, la estrategia y la implementación del ser humano.

Pero cuando se trata de tareas tediosas que nos quitan demasiadas horas, dejemos que los robots las hagan.

La IA ya forma una parte importante de muchas herramientas de marketing muy valiosas y es probable que ya la estés utilizando de algún modo. Ya sea Grammarly o la escritura predictiva de Gmail, cada día son más los profesionales del marketing que prueban la IA.

Hace años, era impensable que los estudiantes utilizaran Wikipedia. Y los primeros días de la automatización del marketing por email tenían a los profesionales del marketing totalmente estresados debido a la difusión impersonal, genérica y llena de spam. Pero con el tiempo, estas herramientas han evolucionado y ahora son clave para nuestra forma de trabajar y de llegar a nuestra comunidad, y la IA va por el mismo camino.

La IA está a punto de ser tan conocida como Google. Probablemente no puedas imaginar tu vida o tu trabajo, sin Google, y creo que en pocos años pasará lo mismo con la IA”.



**KIPP BODNAR**

Director de marketing, HubSpot

## CONCLUSIÓN

# La IA y el marketing están más cerca que nunca

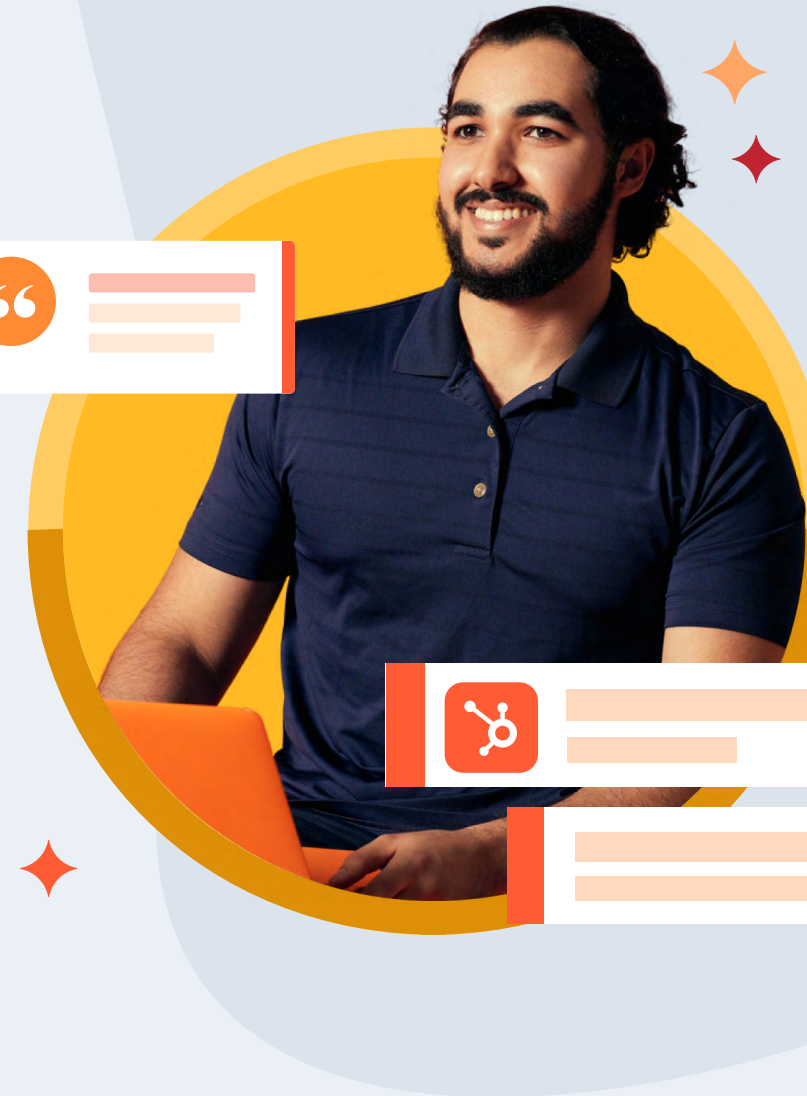
Ten esto en cuenta cuando incorpores la IA a tu vida laboral para aprovechar tu valioso tiempo al máximo.

Obtén más información sobre [ChatSpot](#) y [las herramientas de IA para contenido de HubSpot](#) si quieres saber cómo puedes mejorar tus iniciativas de marketing. Cuéntanos cómo utilizas las nuevas tecnologías de marketing con IA en las redes sociales.

---

### Metodología

HubSpot realizó una encuesta en marzo de 2023 a más de 1350 profesionales de marketing, ventas, servicios y SEO de todo el mundo y de todos los sectores, y se centró sobre todo en los profesionales del marketing para obtener estos datos.



Este informe se ha elaborado en colaboración con CXD Studio.

[www.cxd.studio](http://www.cxd.studio) • [hello@cxd.studio](mailto:hello@cxd.studio)



# Usa las nuevas herramientas con IA de HubSpot para impulsar tu crecimiento

La inteligencia artificial está revolucionando la forma de hacer negocios. Aprovecha el poder de la IA con el nuevo generador de contenido y el bot de CRM conversacional de HubSpot para agilizar tu trabajo y ayudar a tu empresa a crecer mejor.

Comenzar gratis ahora mismo

