HUMAN
CONNECTIONS
MEDIA

IA EN MARKETING

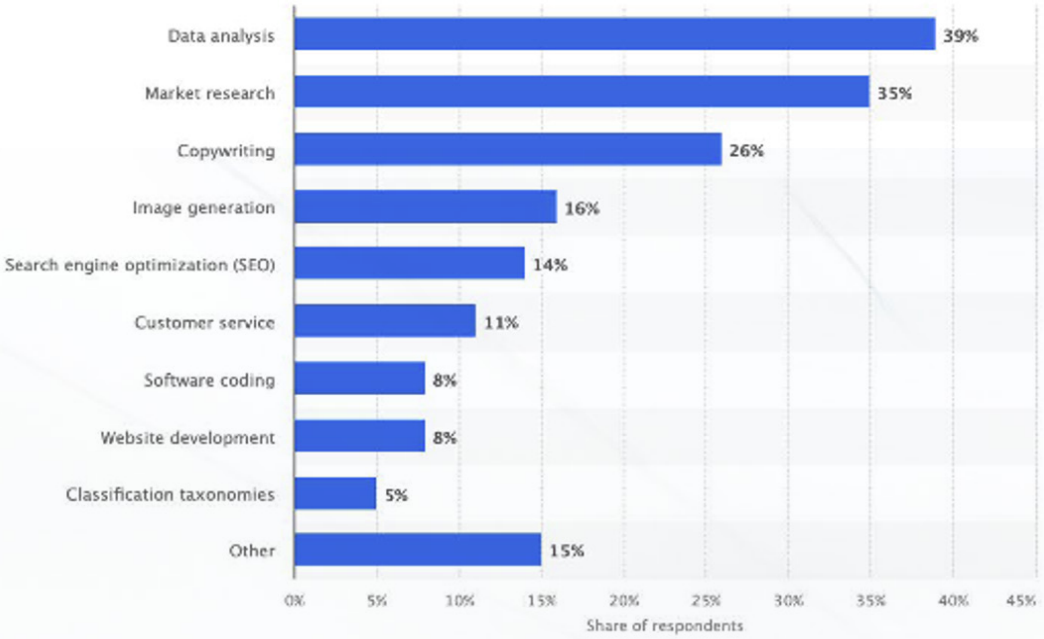
UN PRESENTE CONVULSIVO Y UN FUTURO PROBABLEMENTE FENOMENAL

Trends Connections
Mayo 2025

UN PRESENTE CONVULSIVO Y UN FUTURO PROBABLEMENTE FENOMENAL

La inteligencia artificial (IA) en Marketing ha revolucionado el panorama internacional, ofreciendo herramientas y capacidades que ni imaginábamos hace tan solo unos años. A medida que esta tecnología avanza, su impacto en el sector del marketing se vuelve más profundo y transformador. Su aplicación incluye una importante cantidad de áreas relacionadas con la implementación de estrategias de marketing como la automatización de procesos, la personalización avanzada, el análisis predictivo, la generación y optimización de contenidos y la mejora de la experiencia del cliente (CX), entre otras.

Marketing areas where generative artificial intelligence (AI) was used worldwide as of November 2023



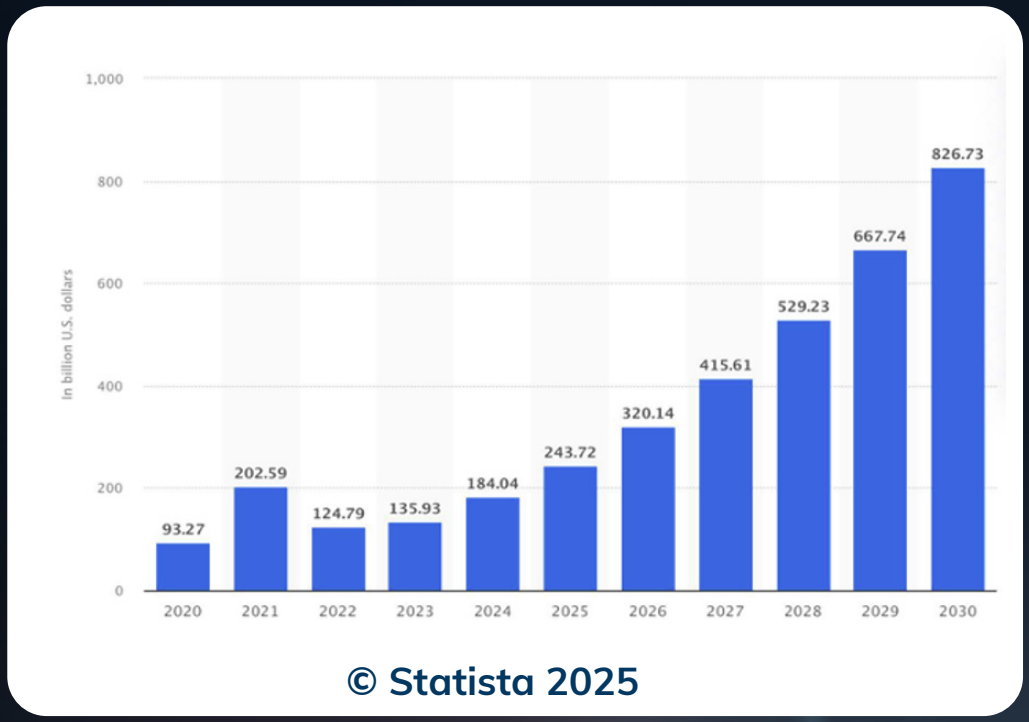
© Statista 2025

En 2025 ya se puede comprobar que el uso de la IA en Marketing enfrenta una transformación direccionada en gran medida por la expectativa de los consumidores. Aunque según los especialistas, el papel de la IA no se limita a la eficiencia operativa, este año será crucial para que las empresas usen estas herramientas en la solución de problemas concretos que afecten a sus clientes, mejorando su experiencia al simplificar, por ejemplo, procesos de compra complejos, y de esta manera aumentar las tasas de conversión y los ingresos.

No obstante, los consumidores que se acostumbraron a la eficiencia de los algoritmos están empezando a valorar cada vez más las conexiones humanas genuinas. Paradójicamente, a medida que la vida cotidiana está controlada por procesos automatizados, las marcas que logren ofrecer experiencias humanas y emocionales se destacarán sobre las que no lo hagan. Un insight crucial es que las personas no buscan solo funcionalidad en sus interacciones con las marcas, sino que también anhelan reconocimiento, empatía y un sentido de conexión auténtica.

Según STATISTA, el mercado de inteligencia artificial superó los 184 mil millones de dólares estadounidenses en 2024, un salto considerable de casi 50 mil millones en comparación con 2023. Se espera que este asombroso crecimiento continúe y que el mercado supere los 826 mil millones de dólares estadounidenses en 2030.

Artificial intelligence (AI) MARKET size worldwide from 2020 to 2030
(in billion U.S. dollars)



© Statista 2025

Además, el 70% de los marketeros con mejor desempeño tienen una robusta estrategia de IA.

El 61.4% de los marketeros de pequeñas empresas han usado IA para su trabajo.

Las compañías con mejor desempeño de negocios tienen dos veces más probabilidades de usar IA que las demás.

EL USO DE IA EN MÉXICO

En México, la adopción de estrategias de contenido impulsadas por IA muestra un excelente potencial en el mercado mexicano. Las organizaciones, PyMEs y profesionales visionarios ya están incorporando sistemas de IA en sus campañas de marketing.

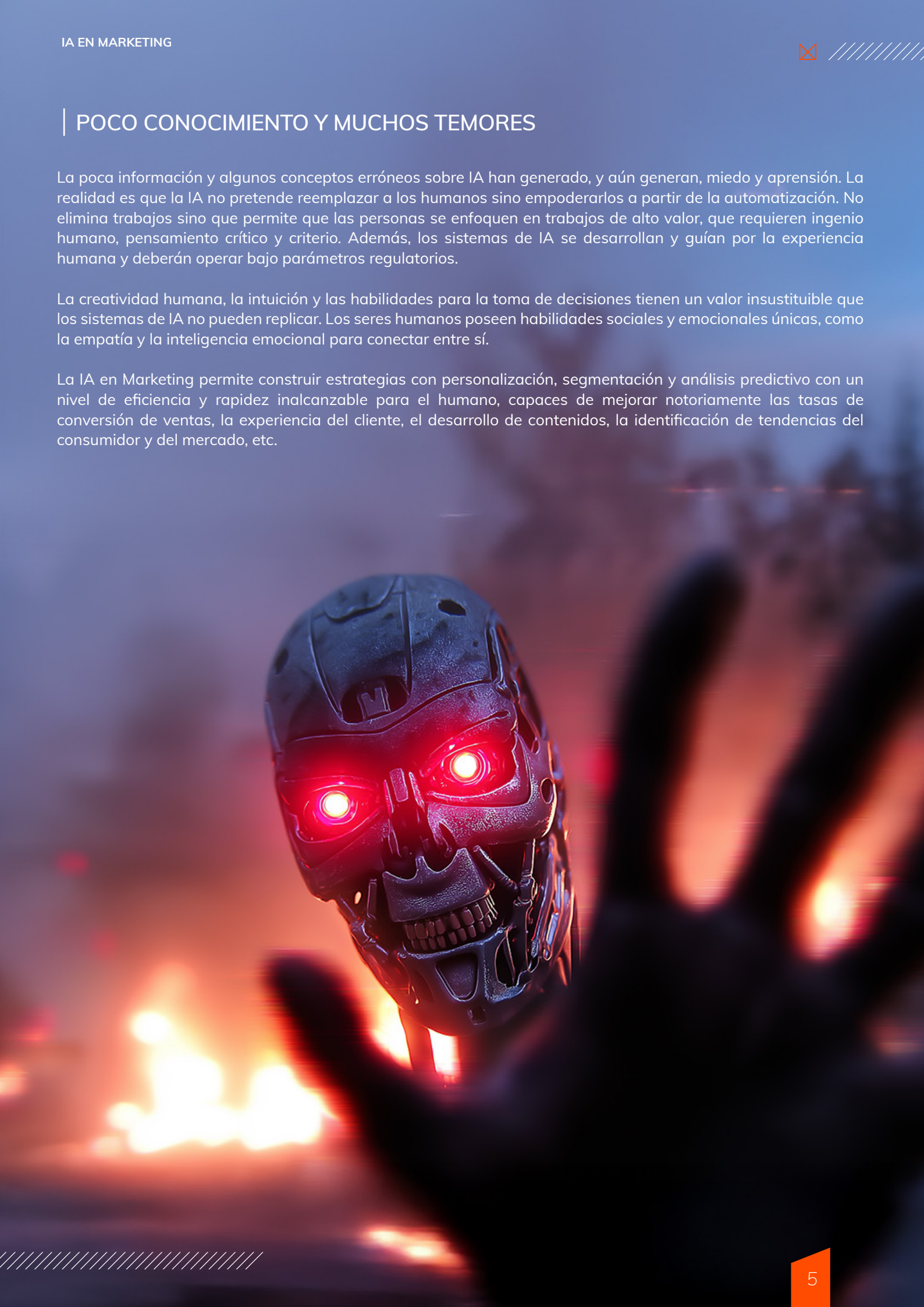
De acuerdo con un estudio publicado en 2025 por GWI (Global Web Index), las personas entusiasmadas con la IA son mayoritariamente hombres (56%) y tienden a concentrarse en los segmentos económicos más altos. Este grupo se muestra muy inclinado a la adopción temprana de tecnología, convencidos de que ella mejorará muchos aspectos de su vida. Es un grupo que a la vez está activamente involucrado en actividades digitales como videojuegos y e-sports. El índice de afinidad con estas actividades es de 115.2 y 128.8 respectivamente. También se caracterizan por una mayor sensibilidad a la publicidad digital exhibiendo alta afinidad con anuncios publicados en sitios web o redes sociales (115.5 y 109.3 respectivamente). En suma, este 56% de personas son tecnológicamente informados y activos, abierto a innovaciones tecnológicas y fuertemente conectados con tendencias emergentes, lo que representa oportunidades claras para empresas e iniciativas tecnológicas orientadas al futuro.

POCO CONOCIMIENTO Y MUCHOS TEMORES

La poca información y algunos conceptos erróneos sobre IA han generado, y aún generan, miedo y aprensión. La realidad es que la IA no pretende reemplazar a los humanos sino empoderarlos a partir de la automatización. No elimina trabajos sino que permite que las personas se enfoquen en trabajos de alto valor, que requieren ingenio humano, pensamiento crítico y criterio. Además, los sistemas de IA se desarrollan y guían por la experiencia humana y deberán operar bajo parámetros regulatorios.

La creatividad humana, la intuición y las habilidades para la toma de decisiones tienen un valor insustituible que los sistemas de IA no pueden replicar. Los seres humanos poseen habilidades sociales y emocionales únicas, como la empatía y la inteligencia emocional para conectar entre sí.

La IA en Marketing permite construir estrategias con personalización, segmentación y análisis predictivo con un nivel de eficiencia y rapidez inalcanzable para el humano, capaces de mejorar notoriamente las tasas de conversión de ventas, la experiencia del cliente, el desarrollo de contenidos, la identificación de tendencias del consumidor y del mercado, etc.



CONCLUSIONES

AI disipar los conceptos erróneos, más gente seguramente adoptará la IA como una herramienta poderosa que colabora con nosotros, aprovechando nuestras cualidades humanas únicas. Este proceso se está dando con características exponenciales.

La inteligencia artificial está transformando nuestro mundo y es responsabilidad de todos asegurarnos de que funcione bien. A su vez, dado que esta tecnología está transformando nuestras vidas, estar informados y comprometidos no solo es una responsabilidad, sino una necesidad para nuestros intereses.

Por último, en un mundo tan incierto y vertiginoso, el contacto humano viene siendo cada vez más relevante para los consumidores, especialmente para la Gen Z, que es el grupo de consumidores más numeroso y con mejor poder adquisitivo. Por ahora, está claro que la IA puede hacer cosas hasta inimaginables, menos reemplazar el “factor humano”.
Mirando hacia adelante, es fácil ver cómo la tecnología de IA se volverá más interactiva, con una colaboración cada vez más profunda entre la creatividad humana y la innovación técnica.

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

Associate Content Developer

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, Peru, Ecuador, Paraguay 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@hcm-global.com

www.hcm-global.com

@humanconnectionsmedia

HUMAN CONNECTIONS MEDIA