

Marketing digital: cómo la IA Generativa está transformando el sector y el mercado laboral

The Valley cuenta con el máster Digital Marketing & AI con el que los profesionales de marketing digital pueden convertirse en la pieza indispensable de su departamento

La IA y la IA generativa están modificando la metodología de trabajo del marketing digital, ya que tal y como señala una encuesta elaborada por The Conference Board, el 87% de los profesionales de esta área han hecho uso de esta tecnología en su trabajo.

Personalización poco efectiva, dificultad para la creación de contenido y para la medición de los resultados, son los principales desafíos a los que el sector puede hacer frente gracias al uso de la IA generativa.

Ante este contexto generado por las nuevas tecnologías, es fundamental que los trabajadores del sector inviertan en formación para adaptarse y adquirir las habilidades necesarias para hacer frente a los desafíos actuales y futuros.

La adopción de herramientas de inteligencia artificial e inteligencia artificial generativa (IAG), una rama de la IA enfocada en la creación de contenido original, en el entorno laboral están transformando el mercado del marketing digital, poniendo de manifiesto la necesidad de formación perfiles expertos en estas tecnologías.

La sociedad se encuentra ante un nuevo panorama protagonizado por el desarrollo de las nuevas tecnologías que están modificando todos los sectores económicos y que ayudan a abordar los desafíos latentes. Entre estas herramientas que permiten reducir costes y mejorar el rendimiento y los procesos, destaca la IA, una tecnología clave en la transformación digital del tejido empresarial, así como señala el Observatorio Nacional de Tecnologías y Sociedad (ONTSI). Además, en base a la Agenda España Digital 2026 se espera que esta tecnología la empleen el 25% de las empresas para 2025.

En este contexto, destaca el caso del sector del marketing digital, en el que el 87% de los profesionales de esta área han hecho uso de esta tecnología en su trabajo según una encuesta de The Conference Board. De hecho, el 68% recurre a ella diariamente haciendo especial uso de la IA generativa y espera que su productividad mejore gracias a ella.

Ante este panorama, es importante tener en cuenta cómo esta tecnología ayuda a evitar los problemas comunes en el marketing digital ofreciendo soluciones innovadoras y automatizadas. Por eso, [The Valley](#) explica cómo la IA generativa

puede abordar estos problemas y por qué los responsables de marketing deben formarse en esta tecnología:

- Personalización poco efectiva: Uno de los desafíos del marketing digital es proporcionar contenido personalizado a una audiencia diversa. La IA generativa puede analizar datos de usuarios y generar contenido altamente personalizado en tiempo real, mejorando la relevancia y el impacto de las campañas. Además, a través del análisis de datos, esta herramienta puede proporcionar pronósticos más precisos sobre las tendencias del mercado y el comportamiento del consumidor, ayudando a tomar decisiones más informadas y a ajustar estrategias de manera efectiva.
- Lenta o escasa creación de contenido: Generar contenido de calidad de manera constante puede tener un alto coste y consumir mucho tiempo. La IA generativa permite automatizar la creación de contenido, lo que ayuda a los responsables de marketing a producir más material en menos tiempo. A esta situación se suma que los profesionales de este sector pueden enfrentarse a desafíos para generar ideas creativas y frescas para sus campañas.
- Dificultad para medir y optimizar los resultados: Esta tecnología puede ayudar a rastrear y medir de manera más precisa el impacto real de las campañas de marketing en función de los datos generados. De esta forma, facilita a los responsables de marketing la evaluación de la efectividad de las estrategias y el cálculo del retorno de la inversión (ROI). Además, la IA generativa permite llevar a cabo pruebas A/B de manera automatizada y ajustar las campañas en función de los resultados en tiempo real, consiguiendo una optimización continua y una mayor eficacia en la toma de decisiones.

"A través de la IA generativa, los profesionales del marketing digital pueden acceder a grandes cantidades de contenido rápidamente, hacer un análisis exhaustivo de los datos y, de esta forma, adaptarse a los cambios digitales que estamos experimentando. Esta transformación también está afectando a los puestos de trabajo y las funciones realizadas, por eso es fundamental que los profesionales inviertan en formación y puedan hacer así frente a los desafíos que esta nueva metodología de trabajo presenta. Conscientes de las necesidades emergentes del sector, en The Valley ofrecemos el [máster Digital Marketing & AI](#), ya que a medida que la tecnología avanza, los responsables de marketing deben ir actualizando sus conocimientos", declara Ana Delgado, Chief Education Officer de The Valley.
