

Globant ▶ Create®

Habilidades increíbles:
¿Cómo la IA

está cambiando el papel del especialista en marketing?



En 1999, Bill Gates dijo

“Internet
se está convirtiendo en la plaza pública
de la aldea global del mañana.”

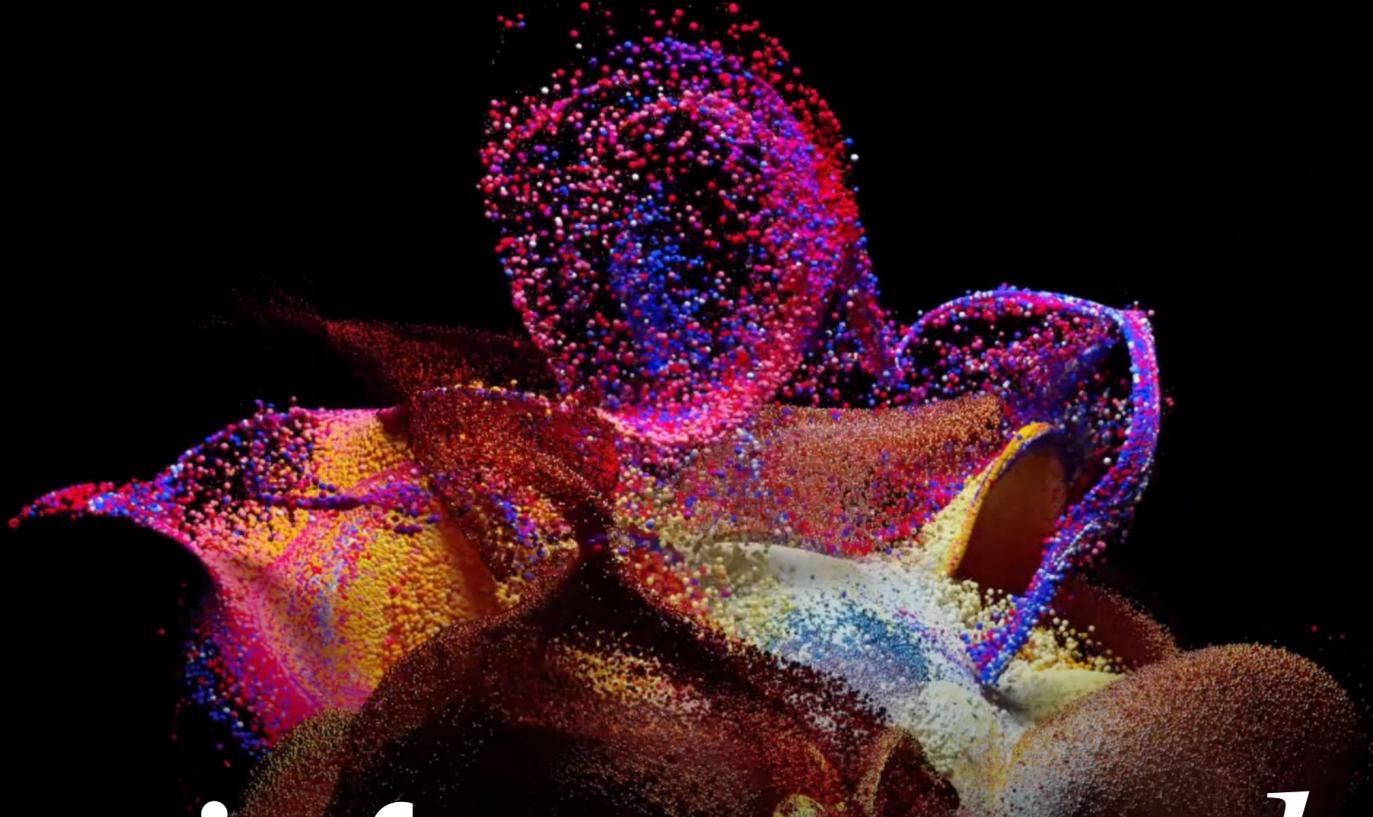
Más de dos décadas después, del mismo modo, la inteligencia artificial (IA) se está convirtiendo en el ayudante del superhéroe para cada individuo. Esto es particularmente cierto para los mercadólogos de todas las industrias, ya que aprovechan las herramientas de inteligencia artificial como una fuerza poderosa y transformadora para impulsar la interacción con los clientes, optimizar campañas y habilitar experiencias personalizadas como nunca antes.

Pronto, todos los mercadólogos modernos utilizarán la IA como su asistente del diario para tomar decisiones más informadas, mejorar la eficiencia y fomentar relaciones significativas con los clientes.

Introducción

El panorama del *marketing*

está cambiando rápidamente y la inteligencia artificial impulsa esta transformación. Los equipos de marketing, grandes y pequeños, están empezando a entender que aprovechar el poder de la IA ya no es opcional, es esencial para mantener ventajas competitivas.



En este informe, *exploramos*

las formas en que los mercadólogos pueden integrar la inteligencia artificial en su flujo de trabajo diario, desde la segmentación de clientes hasta la creación de contenido.

Leerás casos de éxito del mundo real de marcas líderes, puntos de vista de los expertos en marketing del Create Studio de Globant, y consejos de quienes han conseguido resultados significativos gracias a la IA.

En Globant Create, buscamos empoderarte a ti, al mercadólogo moderno, con el conocimiento y la confianza para aprovechar el potencial transformativo de la IA dentro de tu contexto de marketing único. Se trata de impulsar tu negocio hacia una nueva era de eficiencia, personalización y compromiso. Es hora de tomar la iniciativa dentro de esta revolución de marketing liderada por la IA.

El impacto de la

IA en los mercadólogos

La inteligencia artificial no solo está influyendo en el papel del mercadólogo; está revolucionando la forma de trabajar. El adoptar la IA significa avanzar hacia un futuro en donde los conocimientos basados en datos, el marketing personalizado y la eficiencia mejorada son la norma, no la excepción.

De acuerdo a un reporte de Gartner®, “para 2025, las organizaciones que utilizan IA en función de marketing cambiarán el

75%

de las operaciones de producción de su personal a actividades más estratégicas”.

Creemos que esto subraya el inmenso potencial de la IA y cómo está transformando el panorama del marketing. Una reciente encuesta e informe de Qualtrics, una empresa líder en encuestas de software, descubrió que el 90 % de los investigadores de mercado dicen que la IA tendrá un impacto significativo en su industria dentro de 5 años, pero solo el 30% dice saber cómo se verá eso.

La IA empodera a los líderes con *información basada en datos,*

lo que hace que las conexiones sean más rápidas y precisas que nunca, permitiendo un enfoque de campaña más centrada en los datos. Posibilita predecir el comportamiento del consumidor y personalizar los esfuerzos de marketing a escala. Los estrategias de marketing pueden profundizar en los datos de los clientes, descubriendo patrones y tendencias que conducen a una comprensión más matizada de su comportamiento, preferencias y necesidades.

La IA también automatiza tareas repetitivas, lo que libera un tiempo valioso para que los equipos de marketing se centren en iniciativas estratégicas y creativas. La automatización impulsada por IA puede **ahorrar un estimado de 3,5 horas a la semana**, permitiendo un mayor enfoque en tareas estratégicas.

Además, la IA está ayudando a medir y comprobar el Retorno de Inversión (ROI) de los esfuerzos de marketing. La analítica avanzada puede rastrear el desempeño de campañas en tiempo real, proporcionando información accionable para ajustar las estrategias y maximizar los resultados.



Casos de uso: **Mejorando el marketing con IA**

El poder de la IA ha sido evidente durante mucho tiempo y recientemente se reavivó con la adopción en conjunto de las capacidades de la IA generativa. Algunos casos de uso de IA entre marcas importantes ilustran el poder de la IA en el marketing, junto con data, ROI estimado y herramientas recomendadas.

1. La personalización a escala permite puntos de contacto con el consumidor nunca antes vistos

Ofrecer personalización a escala puede ser una panacea para los mercadólogos. La IA se enfoca en esa capacidad, haciendo posible que millones de usuarios tengan experiencias personalizadas sin intervención humana. Netflix es uno de los ejemplos más comunes de una empresa que aprovecha la personalización de forma experta. Cuando una persona inicia sesión en su cuenta de Netflix, la IA proporciona recomendaciones personalizadas de películas y programas basadas en diversos factores, incluyendo el contenido visto previamente, lo que aumentando la participación de los espectadores. Herramientas como Adobe Target y Optimizely pueden ayudar a brindar experiencias personalizadas.





2 Inteligencia aumentada usando análisis predictivo

La IA puede analizar el comportamiento pasado del consumidor para predecir acciones futuras. Distribuidores como Amazon utilizan análisis predictivos para recomendar productos basados en compras anteriores, aumentando las ventas. La oportunidad para optimización en esta área está respaldada por la encuesta de Forrester Q4 B2C Marketing CMO Pulse Survey 2022, donde solo 1 de cada 4 ejecutivos de marketing B2C indicó que usa datos y analytics para demostrar el valor incremental que el marketing tiene en los objetivos comerciales. Herramientas como Alteryx y RapidMiner son ampliamente conocidas por su capacidad para proporcionar análisis predictivo accionable.

3 La segmentación de clientes hace que el marketing de productos sea más efectivo

Agrupar clientes de manera eficiente y precisa ayuda a informar un enfoque de marketing de productos. Herramientas impulsadas por IA como Hubspot y Marketo permiten que los mercadólogos agrupen a clientes y a prospectos con base en características compartidas. Este ejemplo de segmentación se usa en Spotify, donde la IA segmenta a los escuchas por recomendaciones de listas de reproducción personalizadas.

4 Los chatbots y los asistentes virtuales construyen relaciones con los clientes

Los chatbots y los asistentes virtuales potenciados por la IA pueden brindar servicio al cliente, soporte de ventas y oportunidades para conectarse con posibles clientes las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Empresas como Zara usan chatbots para mejorar las experiencias de cliente, aumentando la lealtad y retención. Organizaciones B2B como Globant usan chatbots como Drift para iniciar conversaciones comerciales esenciales con prospectos, obteniendo información relevante para asegurar nuevas cuentas.

5 Optimizando campañas usando analítica en tiempo real

La IA puede analizar el desempeño de la campaña de marketing en tiempo real. Las plataformas de redes sociales tienen inteligencia artificial incorporada para proporcionar análisis en tiempo real, ayudando a los mercadólogos a adaptar y optimizar sus campañas publicitarias. Además, empresas como Salesforce y Hubspot han duplicado sus capacidades de inteligencia artificial al lanzar EinsteinGPT y **Chatspot**, respectivamente. Estas herramientas se basan en la solidez de herramientas existentes como GPT-4 superponiéndolas en la herramienta a través de una interfaz de programación de aplicaciones (API).

Estos casos de uso ilustran el poder de transformación de la IA en el marketing. Como mercadólogo, aprovechar estas capacidades de la IA puede mejorar tus resultados de marketing, impulsar crecimiento y darle a tu marca una ventaja competitiva. Con Globant como tu socio tecnológico, puedes aprovechar el poder de la IA al máximo.

¿Cómo se ve hoy el impacto que la *inteligencia artificial* tiene en marketing?



El poder transformador de la IA en el marketing no es solo teórico; está respaldado por datos convincentes y se proyecta que tenga un impacto aún más significativo a medida que continúa el desarrollo.

1 | Los primeros usuarios y los equipos de alto rendimiento

Los equipos de marketing de alto rendimiento tienen el doble de probabilidades de usar IA en sus campañas, según Adobe. Esto comprueba que la IA no es solo una herramienta para las empresas más innovadoras; se está convirtiendo en una pieza estándar del conjunto de herramientas de marketing. A medida que las herramientas maduren, más organizaciones de marketing implementarán o ampliarán la IA y el machine learning. Esta adopción generalizada subraya el rápido éxito de la IA en el panorama de marketing actual y su aceptación como un componente crítico en las estrategias de marketing efectivas.



Pepe Chamorro

Global Head of Globant Create

Herramientas basadas en IA

“con herramientas basadas en IA podremos analizar grandes cantidades de datos para obtener información valiosa sobre el comportamiento, las preferencias y las tendencias de los clientes. Esto nos permitirá generar contenido, recomendaciones y ofertas muy dirigidas y relevantes para cada cliente, mejorando la satisfacción del cliente y, muy probable, los índices de éxito”.

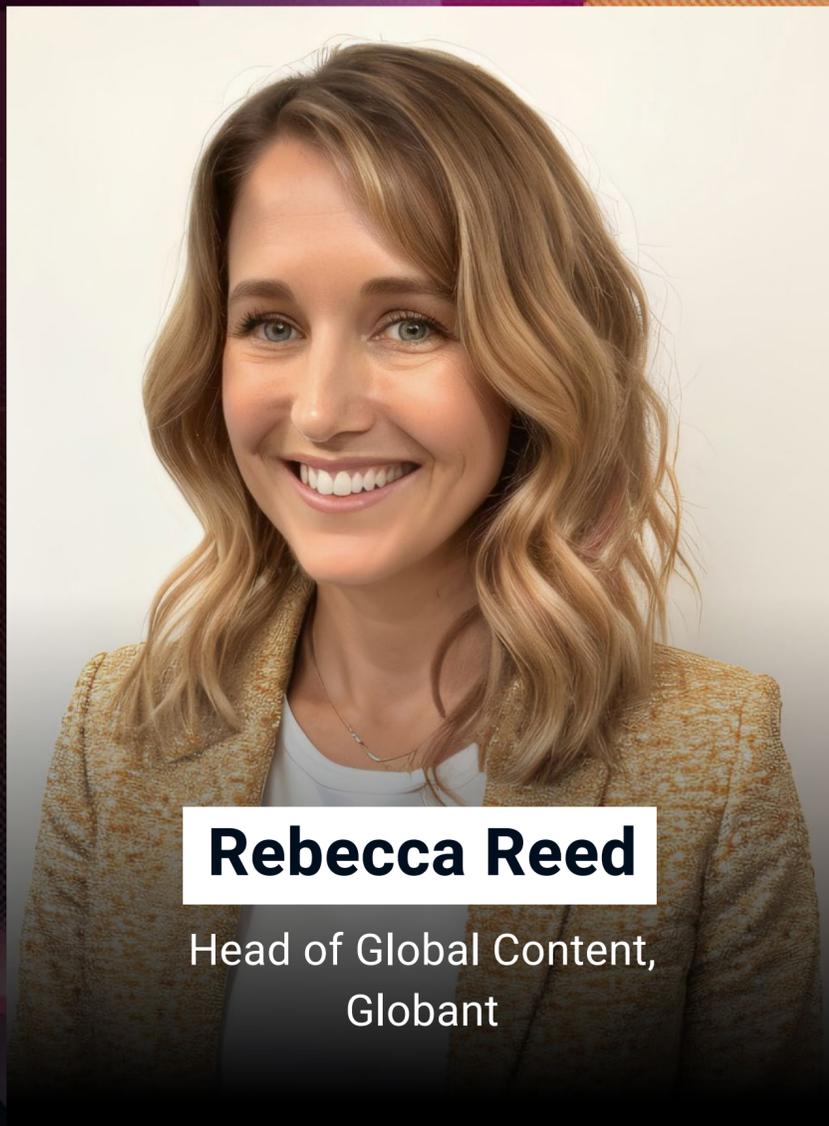
2 | Personalización y experiencias del cliente

Un factor clave del impacto que tiene la IA, es su capacidad para personalizar a escala las experiencias del cliente. La efectividad está respaldada por Hubspot, uno de los principales sistemas de CRM, en su informe anual de **Estado de la comercialización**, que establece que el principal reto para los mercadólogos ABM es su habilidad de personalización. Al permitir que los especialistas en marketing entiendan y respondan a las necesidades individuales de los clientes, la IA está ayudando a impulsar la satisfacción y la lealtad del cliente, llevando a un aumento de los ingresos.

3 | Desafíos de adopción de la IA

A pesar de los beneficios, existen desafíos para la adopción de la IA. Una **encuesta de Gartner de 2022** afirma que, “En promedio, el 54 % de los proyectos de IA logran pasar de piloto a producción”. De acuerdo a esta estadística, es importante tener un socio tecnológico adecuado que sirve como guía dentro del viaje hacia la IA. Con una lista global de expertos en IA, ayudamos a los clientes a superar el desafío de identificar, implementar e incorporar nuevas herramientas, lo que les permite aprovechar de manera óptima el poder de las herramientas.

Era necesario superar las barreras culturales e ideológicas para adoptar y madurar el **internet**. El viaje hacia la adopción masiva de IA generativa también exige esto. Por ejemplo, estas herramientas solo a veces pueden proporcionar la información más precisa o actual debido a su naturaleza predictiva. Este fenómeno requiere educar a los usuarios sobre los riesgos asociados a estas herramientas y cómo identificar imprecisiones.



Rebecca Reed

Head of Global Content,
Globant

Herramientas de IA

“Mi acercamiento a las herramientas de IA es con un optimismo cauteloso, pues no es una parte que pueda responsabilizarse y respaldar factores de reputación importantes como la investigación primaria o el storytelling. No puede darle a una organización un punto de vista o aprovechar la experiencia única de un líder de opinión. No mantiene la integridad ética que posee una empresa y sus empleados”.

El futuro de la IA y el marketing

La evolución continua de la IA promete traer cambios aún más transformadores al panorama del marketing. Las tendencias en aumento, como la búsqueda por voz impulsada por IA, el reconocimiento de imágenes y la publicidad predictiva cambiarán la forma en que los mercadólogos interactúan con los clientes. Si te mantienes a la vanguardia de estas tendencias y aprovechas el poder de la IA, puedes mantener tu marca a la vanguardia de la innovación en marketing. **Gartner 2023 Hype Cycle™ for Artificial Intelligence** indica “La IA Generativa está dominando las discusiones sobre la IA, ya que ha aumentado la productividad de los desarrolladores y los trabajadores del conocimiento de forma muy real. Esto ha ocasionado que las organizaciones y las

industrias se replanteen sus procesos de negocio y el valor de los recursos humanos, empujando a la IA Generativa a la cima de las expectativas infladas en el ciclo del bombo publicitario.”

Los datos muestran claramente que la IA no es solo una tendencia pasajera, sino una herramienta poderosa que remodela el panorama del marketing. Se ha utilizado durante años, ¡incluso sin que la mayoría de la gente lo sepa! Como mercadólogo adoptar la IA puede darle a tu marca una ventaja competitiva, hoy y en el futuro.

En el futuro, el papel de la IA en el marketing está en la mira de una expansión aún mayor. **Expertos** anticipan que el mercado de la IA en marketing aumentará de \$ 6,5 mil millones en 2019 a \$ 29,79 mil millones para 2025, apuntando a una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del

30%

durante el período de pronóstico. Factores como la creciente demanda de marketing personalizado, las capacidades predictivas de la IA y la creciente disponibilidad de herramientas y plataformas de IA impulsan este crecimiento.

Casos de éxito:

IA en *Marketing*

El poder transformador de la IA en el marketing no es solo teórico; ya se ha demostrado en escenarios del mundo real. Aquí, profundizamos en algunas historias de éxito que destacan los notables resultados logrados a través de la implementación exitosa de la IA en marketing, centrándonos específicamente en casos que interesan a los mercadólogos.



1.

American Express: Análisis predictivo para la retención de clientes

American Express utiliza IA y aprendizaje automático para analizar y predecir el comportamiento de los clientes, ayudándolos a identificar a los clientes que probablemente cierren sus cuentas. Esta capacidad les permite abordar las inquietudes de los clientes y mejorar la retención de manera proactiva. Al aprovechar la IA de esta manera, American Express ha reducido significativamente la tasa de cancelación de los clientes.

2.

Adidas: IA para mejorar la interacción con los clientes

Adidas utiliza **chatbots de IA** para mejorar la interacción con los clientes. Para el Maratón de Londres, su chatbot compartió con los participantes consejos personalizados de capacitación, lo que aumentó la interacción con clientes y la lealtad hacia la marca. Esto demuestra el potencial de los chatbots de IA para brindar consejos y apoyo personalizados, mejorando las relaciones con los clientes.

Casos de éxito:

IA en Marketing

3.

Harley-Davidson: IA para incrementar las ventas

Harley-Davidson utilizó la IA para aumentar las oportunidades de venta en Nueva York en un 2930%. Usaron una **plataforma de marketing impulsada por IA** para analizar los datos de los clientes e identificar estilos de vida y patrones de comportamiento. Luego, la IA usó estos datos para identificar y dirigirse a clientes potenciales con mensajes de marketing personalizados. Este desarrollo condujo a un aumento significativo en las oportunidades de ventas, lo que demuestra el poder de la IA para impulsar el crecimiento de las ventas.

4.

L’Oreal: IA para el desarrollo de productos

L’Oreal utiliza la **IA para analizar las tendencias de las redes sociales y las evaluaciones de los clientes** para el desarrollo de productos. Este programa les ha permitido mantenerse a la vanguardia de las tendencias de belleza y desarrollar productos que resuenan con sus clientes. La capacidad de analizar grandes cantidades de datos e información es posible con la IA, lo que la convierte en una herramienta que impulsa la innovación y ayuda a las marcas a satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.

Estas historias de éxito ilustran el poder transformador de la IA en el marketing. Aprovechar la IA puede generar resultados notables, impulsar el crecimiento, mejorar las experiencias del cliente y brindarle a tu marca ventajas competitivas. El **Create Studio** de Globant puede ayudarte a alcanzar la próxima era de crecimiento, elevando tus medios y creatividad a través del poder de la IA y la tecnología de marketing de vanguardia.

Cómo tener un impacto estratégico a través de la *adopción de la IA dentro de tu equipo de marketing*

Adoptar IA en tu estrategia de marketing puede parecer desalentador, pero no tiene por qué serlo. Nuestro equipo en Globant brinda los siguientes consejos para usar herramientas de IA en tu equipo de marketing.

Consejo 1: Comienza con un objetivo claro

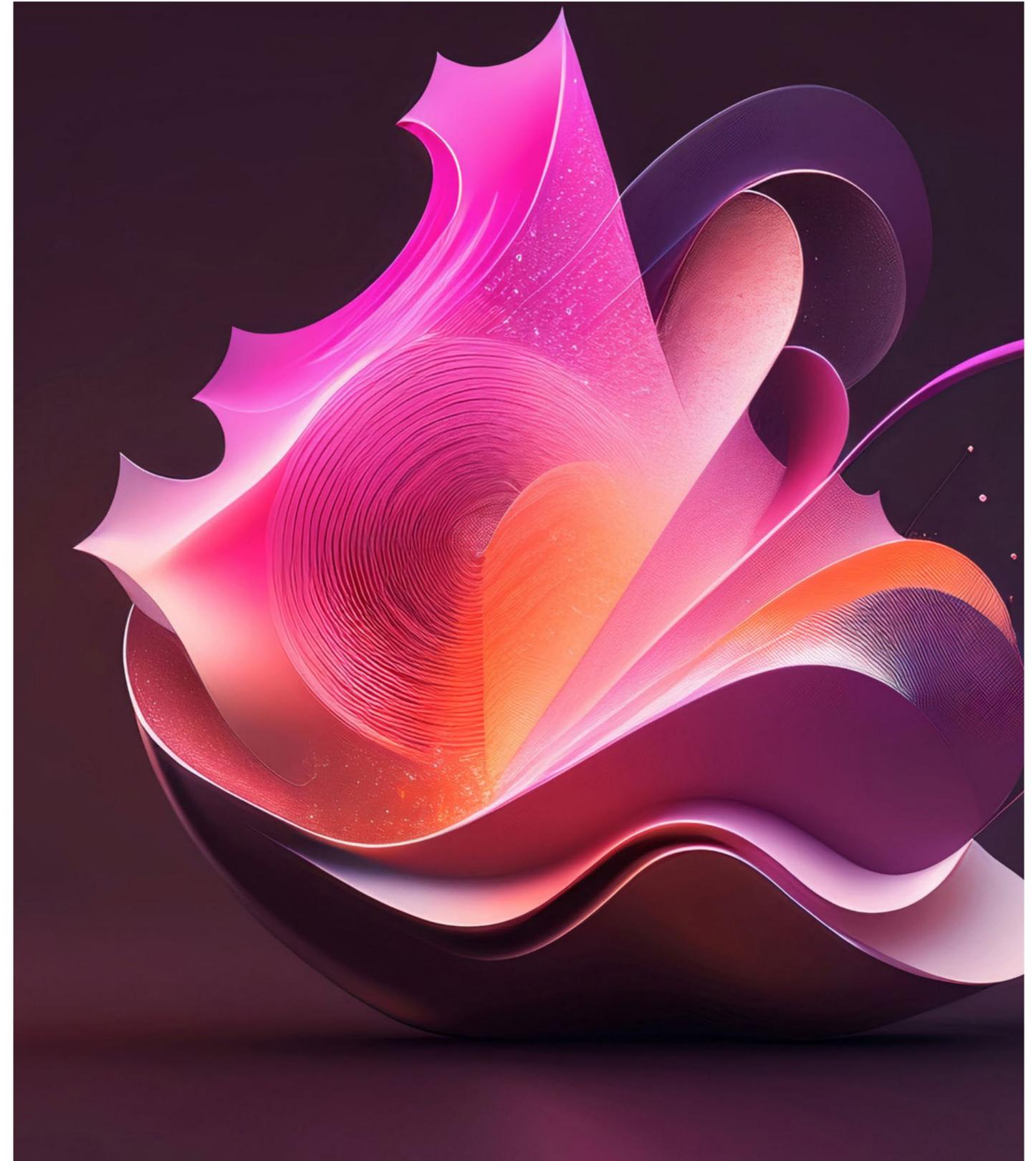
Antes de implementar la IA, es crucial comprender claramente lo que deseas lograr. Ya sea mejorando la segmentación de clientes, mejorando la personalización u optimizando campañas publicitarias, tener un objetivo claro guiará tu proceso de implementación de IA. La comprensión fundamental del objetivo ayuda con los pasos posteriores en el camino hacia la adopción de la IA.

Consejo 2: Elige las herramientas adecuadas

Hay múltiples herramientas de IA disponibles, cada una tiene fortalezas y debilidades. Elige la herramienta adecuada que se alinee con tus objetivos de marketing y necesidades comerciales. La herramienta que elijas para construir tu cúmulo tecnológico habilitado por la IA debe construirse desde y contribuir a la meta de tu programa. Algunas herramientas que pueden ayudarte en tus esfuerzos de marketing son Adobe Sensei para personalización, Hootsuite para análisis de redes sociales y Drift para chatbots que pueden ser buenos puntos de partida.

Consejo 3: Mejora las habilidades de tu equipo

La IA es una herramienta completamente nueva en la mesa de trabajo de un mercadólogo y para usarse efectivamente depende de las habilidades adecuadas. Invierte en capacitar a tu equipo sobre los conceptos básicos de la IA, cómo usar las herramientas de IA que elegiste y los riesgos asociados con el uso de las herramientas; esto asegurará que tu equipo pueda aprovechar la IA de manera efectiva y solucionar cualquier problema. Las herramientas de IA ahora están haciendo trabajos que antes hacían los mercadólogos de nivel básico o junior, entonces, ¿cómo puede uno mantenerse a la vanguardia en este nuevo entorno? Resulta que en gran medida, a pesar de los avances tecnológicos, las reglas básicas siguen siendo las mismas.



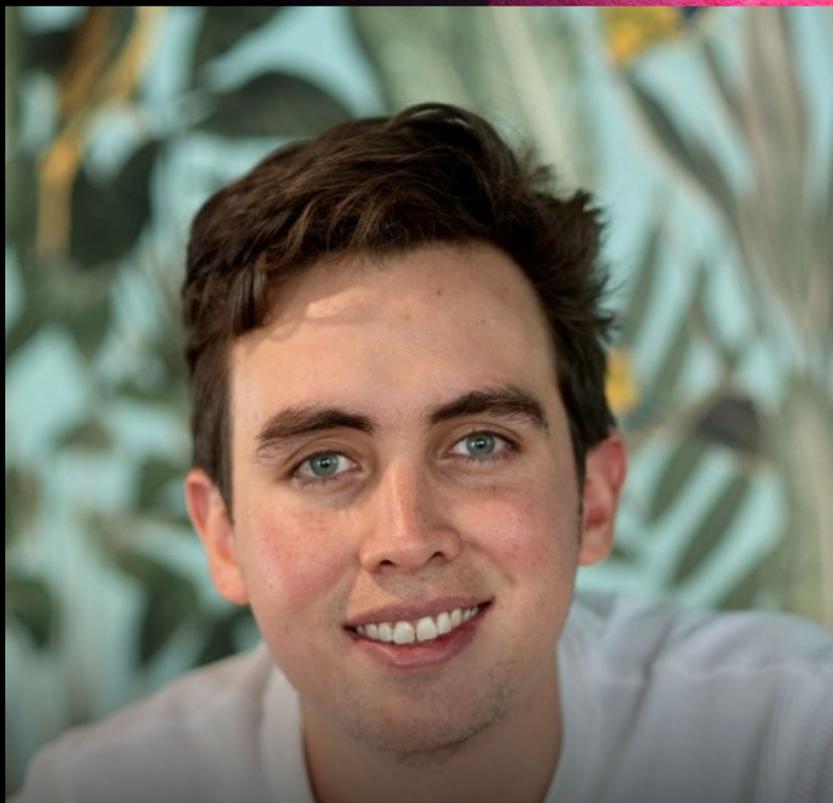


Dulce Contreras

Business Development,
Globant Create LATAM

“Como profesionales del marketing, siempre nos hemos concentrado en estrategias impulsadas por los intereses y experiencias de los usuarios.

La capacidad de la IA ha sido un aliado a la hora de identificar esas necesidades y nos ha permitido aprovechar nuestras capacidades de principio a fin para diseñar, implementar y escalar con procesos basados en tecnología en el día a día y de forma fluida.”



Jaime Lopez

Head of Digital Media,
Globant Create LATAM

“La IA nos permite comprender el comportamiento de los clientes de formas que nunca antes habíamos podido, lo que nos permite ofrecer experiencias personalizadas que aumentan la participación y la conversión. Estoy convencido de que la IA es la clave para conseguir una nueva eficiencia en el rendimiento del marketing, una mayor eficacia, desbloqueando la innovación.

**La IA es el futuro del marketing,
y quienes la adopten ahora
liderarán la revolución del
marketing del mañana.”**

Consejo **4 Prueba y aprende**

La IA es un campo en rápida evolución con nuevas funcionalidades de varias plataformas que salen online diario. Adoptar un enfoque de prueba y aprendizaje es crucial, donde comienzas poco a poco, mides los resultados, aprendes de los errores y escalas gradualmente tus esfuerzos. Este enfoque reduce el riesgo asociado con las herramientas y te permite optimizar tu estrategia de IA con el tiempo. Las herramientas de IA son imperfectas y requieren experiencia y cognición humana para garantizar la precisión. Recomendamos utilizar herramientas de IA generativa para la inspiración y la creatividad, pero no para tareas como la investigación.



Consejo
5

Asociarse con expertos

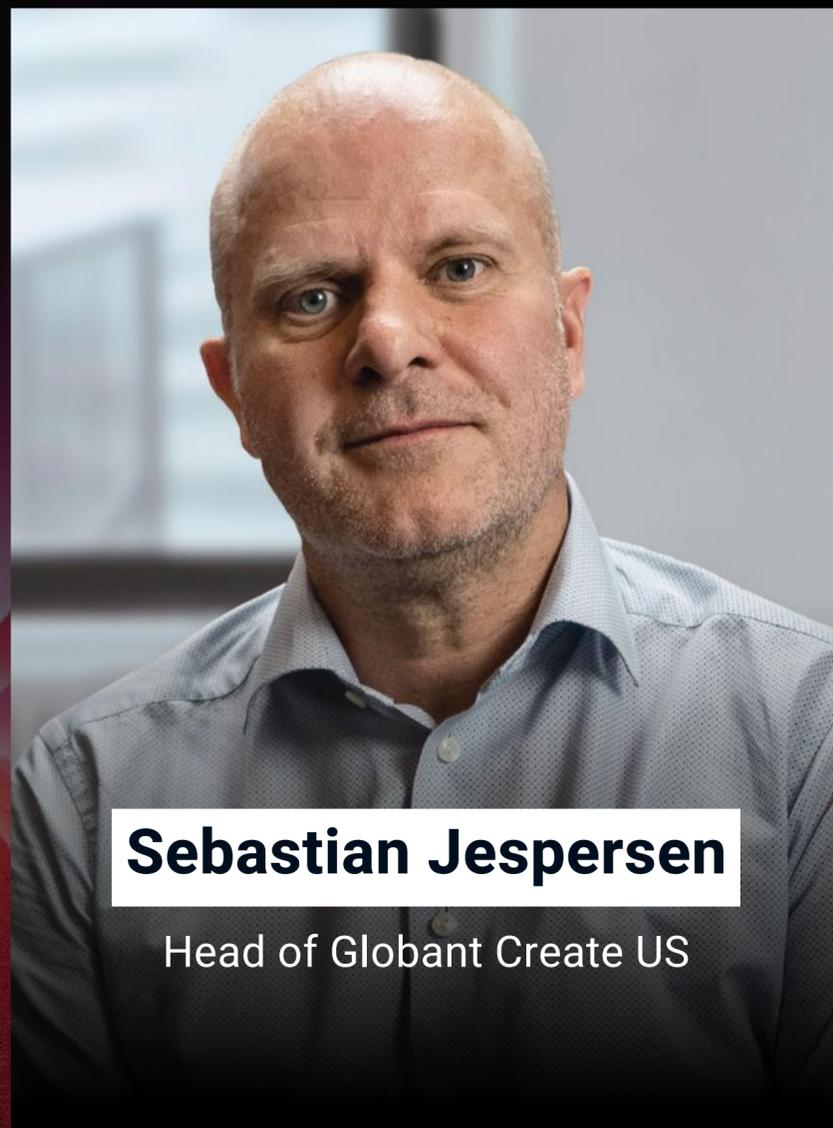
La implementación de IA puede ser compleja y tener el socio adecuado puede hacer la diferencia. Un socio de implementación y estrategia tecnológica como Globant puede proporcionar la experiencia y el apoyo que necesitas para navegar por el panorama tecnológico en constante evolución e implementar la mejor herramienta para tus necesidades comerciales y de marketing, lo que te permite dar lo mejor para alcanzar tus objetivos.

Consejo
6

Considerar al cliente

Si bien la IA puede proporcionar información y automatización poderosas, mantener al cliente en el centro de tus esfuerzos es esencial. Utiliza la IA para mejorar las experiencias del cliente, no para reemplazar el toque humano. Recuerda, la IA es una herramienta que te ayuda a brindar un mejor servicio a tus clientes. Una solución integral a un problema normalmente requiere del uso de varias tecnologías y un conjunto específico de habilidades humanas.

La adopción de IA en tu estrategia de marketing puede proporcionar una ventaja competitiva significativa. Al seguir estos consejos, puedes garantizar un proceso de adopción de IA exitoso y sin problemas, posicionando a tu marca en la vanguardia de la innovación de marketing.



Sebastian Jespersen

Head of Globant Create US

“Para las marcas con valores fundamentales fuertes e identidad, la IA presenta una poderosa fuerza para los profesionales del marketing,

permitiéndoles comprender las preferencias de los clientes, adoptar estrategias centradas en el ser humano y atender las relaciones transaccionales y ‘entrelazadas’. Aquí, en Globant Create, nos referimos al complejo entramado que las marcas representan en la vida de las personas como ‘Share of Life’ y la IA nos permite potenciarlo.”

Conclusión

La inteligencia artificial es una fuerza poderosa y transformadora en el panorama del marketing, capaz de impulsar la interacción con los clientes, optimizar campañas y permitir experiencias personalizadas como nunca antes. Al adoptar la IA, los mercadólogos pueden tomar decisiones más informadas, mejorar la eficiencia y fomentar relaciones significativas con los clientes. Globant, como líder en servicios de tecnología, tiene una posición única para guiar a las empresas en este camino, brindando soluciones de IA personalizadas que se alinean con tus necesidades y objetivos de marketing exclusivos.

La IA ofrece oportunidades sin precedentes para mejorar los resultados de marketing, desde ofrecer experiencias

personalizadas a escala hasta predecir el comportamiento del consumidor, optimizar campañas de marketing e impulsar la innovación. Las historias de éxito que hemos compartido ilustran los notables resultados que se pueden lograr a través de la implementación exitosa de IA en marketing.

Sin embargo, aprovechar todo el potencial de la IA tiene sus desafíos. Requiere una comprensión clara de tus objetivos de marketing, las herramientas adecuadas, un equipo capacitado y un enfoque de prueba y aprendizaje.



Un socio tecnológico fuerte debe guiarte a través del viaje de la IA.

Aquí es donde entra **Globant ▶ Create**[®] *Studio*

Como socio líder en marketing, Globant Create Studio ayuda a las marcas a aprovechar lo mejor de la IA y la tecnología en creatividad y marketing. Nuestro equipo de expertos tiene la experiencia, las herramientas y el apoyo que se necesita para navegar por el panorama de la IA e implementarla con éxito en tus operaciones de marketing.

Entendemos los retos y oportunidades únicos a los que se enfrentan los especialistas en marketing, desde los asociados hasta el director, y estamos comprometidos en ayudar a aprovechar la IA para impulsar el crecimiento, mejorar las experiencias de los clientes y proporcionar a tu marca una ventaja competitiva.

La IA no sólo está remodelando el papel de los especialistas en marketing, sino que está redefiniendo el futuro de este. Al adoptar la IA y asociarte con Globant para tus proyectos de transformación digital, puedes posicionar tu marca a la vanguardia de esta revolución, convirtiendo los desafíos de hoy en las oportunidades de mañana. Coordina una sesión con nuestros expertos hoy mismo y da el primer paso para asegurar la ventaja competitiva de tu marca en un futuro potenciado por la IA. El futuro es tuyo; estamos aquí para ayudarte a darle forma.

Sobre **Globant**

Somos una compañía nativa digital que ayuda a las organizaciones a reinventarse y desatar todo su potencial. Combinamos la innovación, el diseño y la ingeniería a gran escala.

- Contamos con más de 27,000 empleados presentes en más de 25 países y en 5 continentes, desde donde trabajamos para empresas como Google, Electronic Arts, y Santander, entre otras.
- Fuimos nombrados Líder en el IDC MarketScape: Worldwide AI Services 2023 Vendor Assessment (doc #US49647023, May 2023) y Líder mundial en servicios de mejora de la experiencia del cliente 2020 Vendor Assessment (doc # US45658220 , September 2020).
- Hemos sido presentados como caso de estudio empresarial en Harvard, MIT y Stanford.
- Somos miembro de The Green Software Foundation (GSF) y Cybersecurity Tech Accord.

Para obtener más información, visita

www.globant.com



Descargo de responsabilidad

Este informe tiene únicamente fines informativos y está basado en información de dominio público. Si bien la información proporcionada ha sido obtenida de fuentes que se consideran confiables, ni Globant ni ninguno de sus afiliados, directores, funcionarios o agentes dan fe de su exactitud o integridad.

No se hace ninguna declaración ni garantía, ya sea expresa o tácita, con respecto a la integridad, precisión, oportunidad o idoneidad de ninguno de los datos o información contenidos en el informe. Globant no será responsable en ningún caso por ningún daño o pérdida directa o indirecta de ningún tipo (incluidos los daños incidentales, especiales, consecuentes o ejemplificadores, así como el lucro cesante, entre otros) que pueda surgir o derivarse directa o indirectamente del uso de la información contenida en este informe. Toda la información contenida en este informe está sujeta a modificaciones por parte de Globant sin previo aviso. Ninguna sección de este informe puede reimprimirse o reproducirse sin la autorización previa y por escrito de Globant. Todo el contenido, las imágenes, los datos, la información y otros materiales que se muestran, incluidas las marcas comerciales y los derechos de autor de Globant, son propiedad de Globant o del propietario designado, y están protegidos por la legislación aplicable.

GARTNER es una marca registrada y una marca de servicio de Gartner, Inc. y/o sus filiales en EE.UU. e internacionalmente, y HYPE CYCLE es una marca registrada de Gartner, Inc. y/o sus filiales y se utilizan aquí con permiso. Todos los derechos reservados.

Atribución

Comunicados de prensa de Gartner, “[Las predicciones de Gartner para los CMO muestran que la IA, la toxicidad social y la privacidad de los datos forjan el futuro del marketing]”, [13 de diciembre de 2022]. [<https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2022-12-13-gartner-predictions-for-cmos-show-ai-social-toxicity-and-data-privacy-forge-the-future-of-marketing>]

Gartner Press Releases, “[Gartner Survey Reveals 80% of Executives Think Automation Can Be Applied to Any Business Decision]”, [22 de agosto de 2022]. [<https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2022-08-22-gartner-survey-reveals-80-percent-of-executives-think-automation-can-be-applied-to-any-business-decision>]

Gartner, [Hype Cycle for Artificial Intelligence, 2023], [Afriz Jaffri], [19 de julio de 2023].



Globant ▶ Create[®]