



## De cómo la Inteligencia Artificial se alimenta y mejora con buenas preguntas

Marketing Hub 2023 de ESIC Sevilla ha congregado a especialistas y profesionales tanto del sector tecnológico como marketinianos

Escrito por [Javier Flores](#) el 16 junio, 2023 en la sección [Formación](#)



Una de las ponencias del evento Marketing Hub 2023 celebrado en las Setas de Sevilla

La segunda edición del evento [Marketing Hub Sevilla 2023](#) organizado por [ESIC Business & Marketing School](#) ha reunido en las Setas de la capital andaluza a profesionales del marketing, la comunicación para compartir conocimientos, aprendizajes y experiencias en las empresas sobre el uso de la inteligencia artificial.

Una sesión en la que ha participado un elenco de especialistas de gran trayectoria y conocimiento tanto en herramientas tecnológicas como en su impacto en el trabajo diario de las empresas. El primero de ellos ha sido **Alberto de Torres**, CEO de Nektu. En su charla ‘*Cómo maximizar el ROI mediante modelos avanzados de Marketing Mix*’ ha abordado entre otros puntos las variables controlables e incontrolables en un **modelo de marketing mix** destacando las inversiones en medios de comunicación, la distribución y la normativa gubernamental. Sin olvidar revelar datos importantes sobre el sesgo y hacer una reflexión: ‘El reto está en cómo yo modelizo los datos, cómo los pido y analizo evitando el sesgo que se traduce en error’.

En la intervención de **Álvaro Domínguez**, especialista en Marketing de Resultados en Prodigioso Volcán, ‘*IA aplicada al marketing: ¿evolución o revolución?*’, ha explicado que “**la IA generativa es una tecnología capaz de producir datos nuevos a raíz de datos existentes y no supone una revolución tecnológica si no una revolución social**”. Además de exponer que la inteligencia artificial hay que desmitificarla y explicar los tres grandes miedos a los que se enfrentan empresas y profesionales: miedo a la sustitución de las personas por las máquinas; miedo a perder las capacidades y destrezas individuales; y miedo a la dominación de los robots frente a la sociedad humana.

### Democratización y generación de contenidos

Ha recomendado que estos mitos hay que superarlos y derribarlos, puesto que la Inteligencia Artificial supone una democratización radical de acceso a tecnología compleja. Y en la que la generación de contenido y textos se convierte en la gran estrella para seguir mejorando y creciendo por parte de empresas y organizaciones.

La tercera sesión monográfica titulada ‘Inteligencia Artificial: la respuesta humana’ ha corrido a cargo de **Juan Luis Polo Hernanz**, CEO en Good Rebels. Comenzó argumentando que el primer ejemplo de procesamiento de datos en tiempo récord en el que se nos iba la vida fue la Covid 19 para continuar su ponencia aportando los cinco vectores donde la Inteligencia Artificial mejora e influye en las empresas: automatización de procesos, productividad, datos e inteligencia de negocio, experiencia de cliente y marketing. Considera que la IA hay que bajarla del Olimpo y ponerla al nivel de los mortales, al servicio de las empresas. E hizo una certera reflexión: **para lograr buenos resultados en el uso de la Inteligencia Artificial es clave realizar las preguntas adecuadas, enfocar bien qué buscamos y perseguimos con su uso**. Será la forma óptima de que la IA generativa mejore y se desarrolle.

Como cierre ha tenido lugar una mesa redonda, moderada por **Teresa Suárez**, profesora de ESIC y en la que han participado **Álvaro Martínez**, director de Tecnología de INNN, **Carmen Macedo Figueroa**, directora de Marketing de BusinessGo, y **Juan Ramas**, CEO de La Caseta, que aportaron consejos y casos de éxito desde su experiencia.

Carmen Macedo ha comentado que una cuestión fundamental para el uso de la IA es que los profesionales que la utilicen tengan un criterio para tener un sentido crítico. “Es crucial saber y conocer del tema que preguntamos y nos plantea la herramienta. Un perfil de marketing si no sabe programar no debería utilizar la inteligencia artificial para generar código de programación. Además, favorece mucho a las pequeñas y medianas empresas que grandes marcas como Microsoft, Adobe o Google ya propongan herramientas de IA en las que confiar”.

Juan Ramas ha destacado la importancia que tiene contar en una agencia de marketing con perfiles específicos que se encarguen de explorar nuevas herramientas de inteligencia artificial y que las traslade al equipo para aumentar la productividad. “Desde la gerencia se tiene que estar al día en estas tecnologías para poder ponerlas a disposición de los equipos de trabajo”, ha indicado.

Por su parte, Álvaro Martínez ha apuntado que “hemos implementado en INNN un asistente virtual que nos ayuda en el acompañamiento de generación de una nueva idea” y como el testeo de diferentes herramientas es fundamental para el departamento técnico para que puedan decidirse por la herramienta que mejor se adapte a la necesidad y al objetivo de la empresa.

A lo largo de la sesión ha suscitado mucho interés la integración de herramientas para resolver cuestiones de creatividad, texto, diseño como Flair. AI, Publer, SEOMATIC o Chat GPT en el uso diario del equipo y Toolify.ai como directorio de herramientas que va creciendo diariamente.

**Patricia Cuevas**, directora de ESIC Sevilla, ha sido la encargada de dar la bienvenida y abrir la sesión, recordando que la escuela de negocios realiza más de 90 actos y encuentros a lo largo del año.

De hecho, el próximo evento que va a celebrar la escuela es el ya consolidado ‘**Summer Night**’ que será el 29 de junio con ponentes como **Beatriz Romero**, Marketing Manager de Cervezas Gran Vía, **Juan Carlos Ramón Picchi**, CEO y fundador de Pepe Pinreles y Holycards, **Enrique Lefel**, Creative MKT Manager, y **Carmela Ferrero**, CM de Goiko.



### NOS GUSTA



Sevilla se convierte en el centro de atención de la actividad turística nacional  
12 junio, 2023



ESIC Sevilla celebra la graduación de sus promociones de máster y programas superiores  
5 junio, 2023



Caja Rural del Sur obtiene la certificación compliance penal de AENOR  
2 junio, 2023



Formación Universitaria y Fundación Ana Bella becan a 20 mujeres víctimas de violencia y maltrato  
29 mayo, 2023



¿Qué hacer ante un caso de acoso laboral por orientación sexual?  
24 mayo, 2023

Estas advertencias no van contigo.

Porque donde otros ven obstáculos, tú ves oportunidades de aprender y mejorar.

Como lo hacemos nosotros.

CTA

### ÚLTIMAS NOTICIAS



Midway Technologies prevé aumentar un 50% su facturación durante 2023



El consejero de Justicia de Andalucía asegura que la mediación puede “aliviar parte de los problemas más urgentes de la justicia” entre ellos los mercantiles



El sector aeroespacial andaluz inicia su recuperación en 2022 con un crecimiento del 17% en ventas