La inteligencia artificial y HubSpot son la clave para el marketing empresarial y la sostenibilidad

utpl
15/11/2024

Categorías:
Catedras, Inclusión, UTPL

Actualmente, **la inteligencia artificial (IA) está revolucionando la comunicación y el marketing en el ámbito empresarial,** ya que permite interacciones más personalizadas y efectivas con los clientes. Esta tecnología facilita el análisis de grandes volúmenes de datos para identificar patrones de comportamiento y preferencias, lo que ayuda a crear mensajes más relevantes y oportunos en busca de la sostenibilidad. En respuesta a esta realidad, **la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) ha impulsado eventos como el Congreso de Innovación y Estrategia en Comunicación (IECOM) y el V Congreso Internacional de Marketing**, con el objetivo de explorar y promover el impacto de la IA en las estrategias empresariales modernas.

Conferencia magistral

Lizet Quintero Trujillo, speaker del IECOM se refirió a la importancia del HubSpot, herramienta para el crecimiento de las empresas.

En el marco de estos congresos desarrollados en la UTPL, la reconocida experta **Lizet Quintero llegó desde Colombia para ofrecer una conferencia magistral titulada: “Conoce la plataforma y luego crea el contenido"**. Durante su presentación, Quintero abordó los profundos cambios que la IA está generando en el mundo del marketing y destacó la relevancia de herramientas como HubSpot para el crecimiento de las empresas en el entorno actual.

La ponente señaló que **la pandemia transformó la dinámica de las interacciones personales, lo cual trajo consigo el reto de conectarse con clientes y prospectos en un entorno más desafiante. Según datos compartidos en la conferencia, el 32% de las empresas encuestadas en América Latina ha restringido cualquier gasto no esencial, mientras que el 46% percibe que el contexto económico actual afecta negativamente su crecimiento**. En este sentido, herramientas como HubSpot resultan cruciales para adaptarse a las demandas del mercado y optimizar recursos, especialmente la capacidad de la IA, la cual permite unificar y simplificar procesos.

Del contenido a la conexión significativa

Uno de los puntos clave de la exposición fue el cambio de paradigma en la creación de contenido. Quintero explicó que, en el pasado, **la estrategia se centraba en generar grandes cantidades de contenido para atraer clientes potenciales. Hoy, en cambio, la saturación informativa ha impulsado una nueva tendencia: contenido de calidad, distribuido en múltiples canales y diseñado para optimizar el recorrido del cliente.**

> “Ahora, más que datos, necesitamos contexto; más que contenido, necesitamos conexión y más que contactos, necesitamos comunidad”, dijo Quintero y resaltó la necesidad de construir vínculos auténticos con los clientes.

La IA y la automatización

Del IECOM y el Congreso Internacional de Marketing participaron algunos ponentes de varios países, entre ellos Lizet Quintero Trujillo de Colombia.

La IA ha revolucionado la forma en que se generan contenidos y se gestionan las interacciones con los clientes. Actualmente, es posible crear vídeos, realizar entrevistas y hasta producir contenido mediante herramientas de inteligencia artificial, que permiten ahorrar tiempo y recursos sin sacrificar la calidad. Quintero explicó cómo **HubSpot facilita la integración de IA en marketing, ventas y servicio al cliente, lo que promueve la eficiencia y potencia el alcance de las empresas. Sin embargo, destacó que el 45% de los empleados aún no se siente preparado para adoptar estos cambios, lo cual representa un desafío para el avance de la transformación digital.**

Lizet Quintero cerró la conferencia con un mensaje contundente sobre el futuro del marketing en un mundo impulsado por la IA: **quienes logren adaptarse al cambio y utilicen herramientas de calidad como HubSpot tendrán mayores oportunidades de conectarse con sus clientes y hacer crecer sus negocios**. Quintero instó a los asistentes a abrazar la innovación y a ver a la IA como una aliada, no solo para optimizar procesos, sino para construir relaciones significativas y sostenibles con sus audiencias.

Así, **la UTPL a través del Congreso de Marketing 2024 no solo logró reunir a profesionales de alto nivel, sino que también abrieron un espacio de aprendizaje y reflexión** sobre cómo enfrentar los desafíos del mercado actual.

Desde la UTPL trabajamos en proyectos de vinculación que aportan al desarrollo sostenible.

Visita la UTPL

[1]

Source URL: https://noticias.utpl.edu.ec/la-inteligencia-artificial-y-hubspot-son-la-clave-para-el-marketing-empresarial-y-la-sostenibilidad

Links
[1] http://utpl.edu.ec