



Incorporar la IA de forma estratégica y estructural, el desafío pendiente del marketing

DES2025 destacará la revolución que ha supuesto la inteligencia artificial en la relación entre marcas y consumidores, en un momento en el que hasta el 80% de los departamentos de marketing reconoce usar esta herramienta

CMO de Kia, Grosso Napoletano, Unilever, Beko, Naturgy o DHL compartirán sus casos de éxito en adopción de la IA a la vez que directivos de TikTok o Podimo ahondarán en las nuevas tendencias en las plataformas de entretenimiento

Madrid, 20 de mayo de 2025. – La democratización de la inteligencia artificial ha redefinido el desarrollo de todas las industrias, sin ser el marketing una excepción. En este sentido, la herramienta está transformando las rutinas de los profesionales del sector siendo un asistente más contribuyendo a la creatividad, a la mejora de la toma de decisiones y al perfeccionamiento de la atención de los consumidores. De acuerdo con informes de mercado, entre el 70% y el 80% de los departamentos de marketing a nivel global ya han integrado soluciones de IA en algún aspecto de su operativa, sobre todo en automatización de campañas, análisis de datos y en la creación de contenido.

Si bien esta tendencia indica una fuerte confianza en la IA, los expertos apuntan que en el ámbito de la comunicación se está usando aún de forma aislada, sin una estructura sólida que permita escalar la tecnología. Un hecho al que se le suma que un 51% de las empresas no puede medir el ROI de sus inversiones en IA actualmente. Por este motivo, [DES – Digital Enterprise Show 2025](#), el evento de referencia en Europa sobre tecnologías exponenciales que tendrá lugar en **Málaga del 10 al 12 de junio**, dará a conocer en el foro **Digital Marketing Planet** las posibilidades que ofrecen las iniciativas de aprendizaje automático y generativas con el objetivo de incrementar el *engagement* y subir el nivel de ventas.

Directivos de la talla de **Florian Fellner**, Senior Communication Manager en Kia; **Beatriz Calzada**, Head of Performance Marketing de Nationale-Nederlanden; **Áurea Carrión**, CMO de Grosso Napoletano; **Ander Torinos**, CMO de Personal Care & Beauty en Unilever; **Laura Palomo**, Directora General de Scotta 1985; **Javier Camino**, Global Futures Planning Director en Diageo; o **Pedro Fernández**, Marketing and Product Manager en Clear Channel España, presentarán casos de éxito de cómo han incorporado la innovación digital para optimizar sus campañas y aumentar los resultados. Igualmente, representantes de **Navantia**, **Acciona** y **Seat**, entre otros, pondrán en común la gestión que están haciendo de la llegada de la IA generativa en sus equipos, mientras que responsables de **Girls in Quantum** y **t2ó ONE** mostrarán las oportunidades de la computación cuántica.

A su vez, los escenarios de DES2025 recibirán a **Charlie Panayi**, empresario británico y CEO de Red Squirrel Property Shop –empresa de ventas, alquileres e inversiones inmobiliarias galardonada en distintas ocasiones por su modelo de negocio– quien inspirará a los asistentes con su visión de crecimiento y liderazgo a fin de acelerar el éxito corporativo.

DES es un evento de:

NEBEX T
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS



¿Cómo aplicamos la IA?

La integración de la inteligencia artificial en la esfera del marketing está creando nuevos puentes entre el comercio minorista digital y el físico, erigiendo conceptos en los que se combinan ambos mundos. De ahí aparecen los planteamientos de omnicanalidad, que analizará **Mercedes López**, Head of Digital & IT Client en Repsol.

Así, el reto a día de hoy no se centra en la adopción de la herramienta sino en cómo incorporarla estratégicamente para mantener la competitividad en una era en la que la adaptabilidad es clave. Sobre ello indagará **Gerardo Casas**, consultor especializado en transformación digital y *ecommerce*, quien igualmente estuvo al frente de la expansión *online* de Toys “R” Us y Prénatal en España y Portugal. Paralelamente, **Toni Navas**, CIO y CDO de MotoGP; **Mireia Martínez**, Directora de Marketing de Naturgy; y **Nuno Martins**, Director de Marketing y Comunicación de DHL, descubrirán el potencial de la IA más allá de su perspectiva operativa dando un valor añadido a las empresas que la emplean.

En esta inclusión de la IA en el proceso de cambio de las compañías se deben de tener en cuenta aspectos relacionados con la protección del dato, su uso ético y transparente. En el evento, **Frank Moreno**, miembro delegado de la Oficina Europea de IA, pondrá el foco en la adaptación que deben de hacer las marcas para cumplir con el panorama regulatorio cambiante, a la vez que **Manuel Royo**, CMO de Beko en Europa, y **Lukas Schack**, Principal Machine Learning Engineer en TUI, compartirán los beneficios de la IA sin olvidar la preservación de la reputación corporativa.

El futuro del marketing

El mayor encuentro dedicado a las tecnologías exponenciales también dedicará tiempo a las inclinaciones del mercado y a las soluciones que definirán el futuro del marketing. Al respecto, **Oliver Blanchard**, Research Director de The Futurum Group, y **Christo Kaftandjiev**, profesor de Publicidad, Comunicación, Marketing y Semiótica en la Universidad de Sofía, serán los encargados de determinar la manera a partir de la que las tecnologías de vanguardia, los datos y el cambio de comportamiento de los consumidores están revolucionando las tácticas de venta.

Por su parte, **Manel Gomez**, experto dedicado en la gestión de campañas publicitarias en Meta Ads, que ha trabajado con más de 100 tiendas de *ecommerce*, explicará las claves para sacar rentabilidad de los anuncios en Facebook e Instagram. Gomez, del mismo modo, se anticipará en lo que sucederá en los próximos meses en cuanto a actualizaciones del algoritmo, y expondrá los errores que se cometen y cómo Meta está empezando a penalizarlos.

Siguiendo con esta cuestión, **Teba Lorenzo**, Sales Country Manager en TikTok España y Portugal, profundizará en las posibilidades que surgen de esta plataforma de entretenimiento para conectar con el público joven a partir de la creatividad y el contenido auténtico, una macrotendencia que está afianzándose en los últimos años. También, DES2025 destacará el auge de los podcast y sus capacidades para construir comunidad de la mano de directivos de **Podimo** y de la firma **Vocalis Group**.

DES es un evento de:

NEBEX T
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS



[Sobre DES | Digital Enterprise Show \(10-12 junio 2025, FYCMA, Málaga\)](#): DES – Digital Enterprise Show es un evento de Nebext – Next Business Exhibitions en colaboración con el Ayuntamiento de Málaga y la Junta de Andalucía. En siete ediciones, se ha convertido en el mayor evento profesional europeo sobre tecnologías exponenciales y uno de los referentes mundiales que ofrece a la alta dirección de las empresas las últimas soluciones y productos para acompañar a las grandes corporaciones, a Pymes y a las Administraciones Públicas europeas hacia la transformación digital. Durante 3 días, combinamos tecnología e innovación con liderazgo digital, soluciones tecnológicas para mejorar la experiencia de cliente y del empleado, optimización de los procesos operacionales y la identificación de nuevos modelos de negocio, servicios y productos de todas las industrias.

DES es un evento de:

NEBEXT
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS