

Minerva García Brand Manager en Idearium

“La diferencia ya no está en publicar más, sino en ser recordado”

Minerva García, Brand Manager de Idearium®, analiza cómo la inteligencia artificial está transformando la comunicación y definiendo el branding como principal elemento diferenciador.

Muchas empresas hablan de IA, pero pocas la están integrando de verdad en branding y comunicación. ¿Qué está haciendo mal el mercado?

Muchas empresas están utilizando la IA como antes utilizaron las redes sociales: por miedo a quedarse atrás. El problema es que están automatizando contenido sin haber definido antes qué hace realmente diferente a su marca. Y eso está generando un mercado lleno de mensajes técnicamente correctos, pero completamente intercambiables. La inteligencia artificial sabe generar contenido.

Lo que todavía no sabe es decidir qué lugar debe ocupar una marca en la mente de sus clientes.

La IA está democratizando el contenido y, precisamente por eso, el branding vuelve a convertirse en la principal ventaja competitiva. Cuando todos pueden comunicar más, la diferencia ya no está en publicar más, sino en ser recordado, generar confianza y construir una marca con personalidad donde la inteligencia artificial esté bien integrada.

En Idearium® trabajan con automatizaciones y avatares hiperrealistas con IA. ¿Estamos ante un cambio estructural en la forma en que las marcas se relacionan con sus clientes?

Sin duda. Las marcas ya no compiten solo por visibilidad. Compiten por atención, confianza y capacidad de respuesta. La IA permite automatizar procesos,

personalizar la comunicación y ofrecer experiencias mucho más consistentes, pero el verdadero cambio no está en la tecnología, sino en cómo mejora la relación entre una empresa y sus clientes. En realidad, consiste en rediseñar la forma en la que una empresa comunica, vende y se relaciona con las personas.

Creemos que la IA debe formar parte de la estrategia de marca y de negocio. En sectores como salud, wellness o industria, donde la confianza es un activo fundamental, la IA solo aporta valor cuando consigue que la experiencia sea más útil, más cercana y más coherente con la identidad de la marca.

En un momento en el que cualquiera puede generar contenido



Lucas Pimentel, Founder & CTO, y Minerva García, Founder & CEO de Idearium®.

con IA, ¿qué seguirá diferenciando a las agencias creativas con valor añadido?

La generación de contenido se está democratizando muy rápido. La IA puede generar miles de textos o imágenes en cuestión de segundos. Lo realmente difícil sigue

siendo conseguir que una empresa sea recordada por una sola idea, transmita confianza y ocupe un lugar diferencial en la mente de sus clientes. Por eso, las agencias que seguirán aportando valor serán las que combinen creatividad, estrategia de marca, visión de negocio y capacidad tecnológica. Durante años las empresas han competido por hacer más comunicación. En los próximos años competirán por construir marcas más sólidas y por integrar la inteligencia artificial con más criterio.

En Idearium® entendemos la IA como una herramienta al servicio del branding, no al revés. Primero definimos qué marca necesita construir

una empresa y qué quiere que sus clientes recuerden de ella. Después utilizamos la inteligencia artificial para potenciar esa estrategia, hacerla más eficiente y generar un mayor impacto en el negocio.