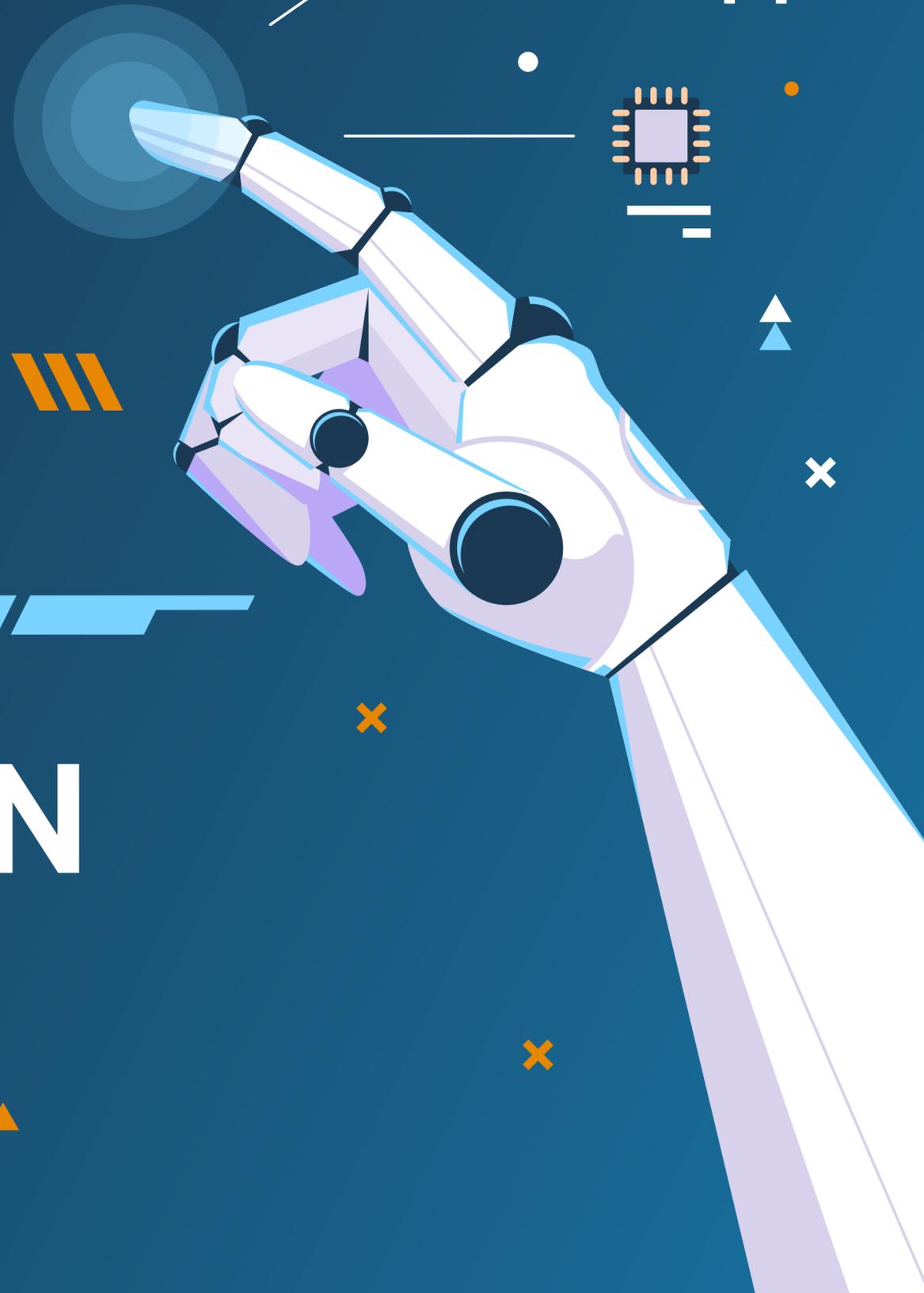
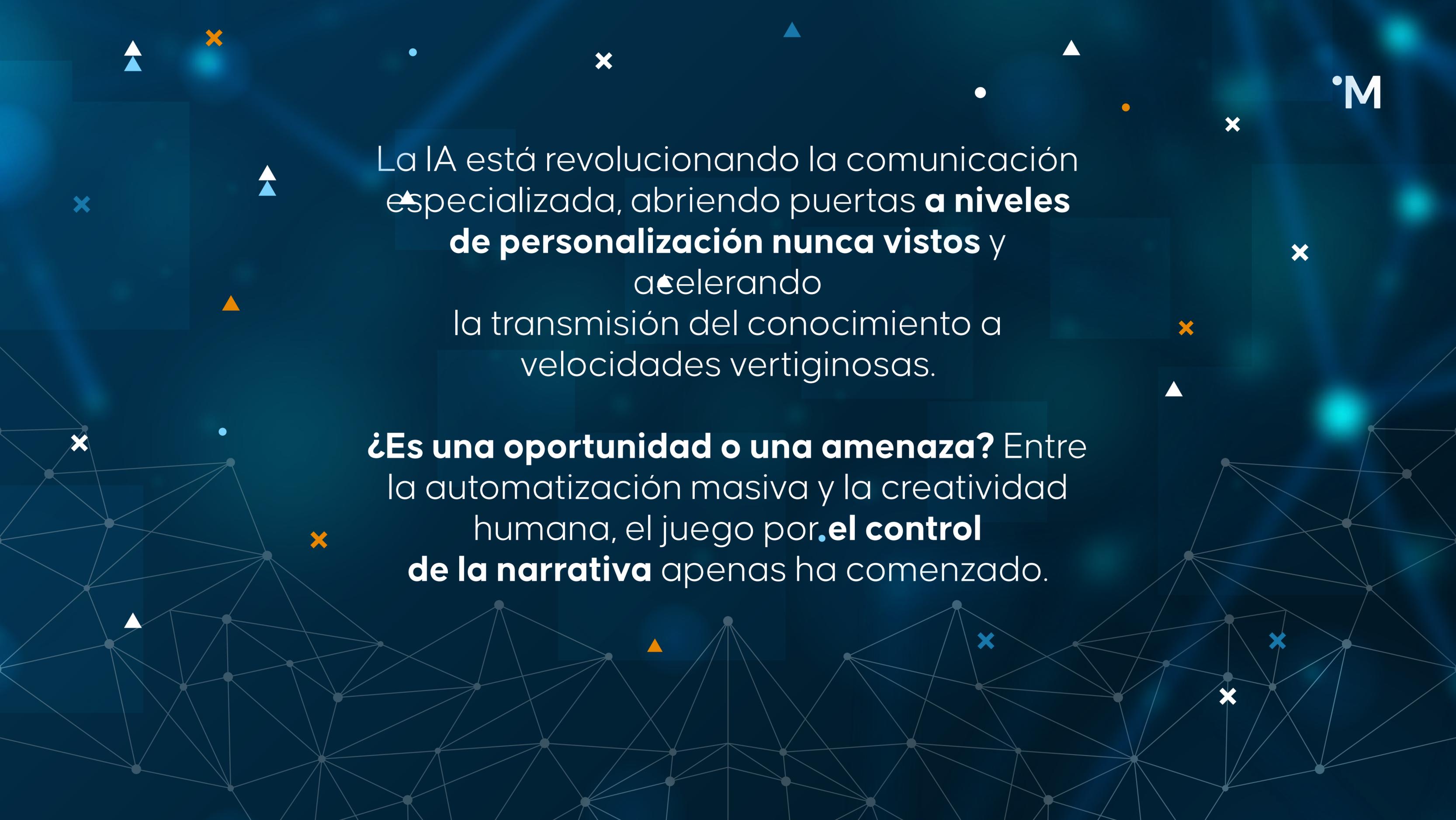


# LA IA EN LA COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA

¿OPORTUNIDAD O AMENAZA?



The background is a dark blue gradient with various geometric shapes like triangles, circles, and crosses scattered across it. At the bottom, there is a complex network of white lines connecting small grey dots, resembling a neural network or data structure. The text is centered in white, with some words in bold.

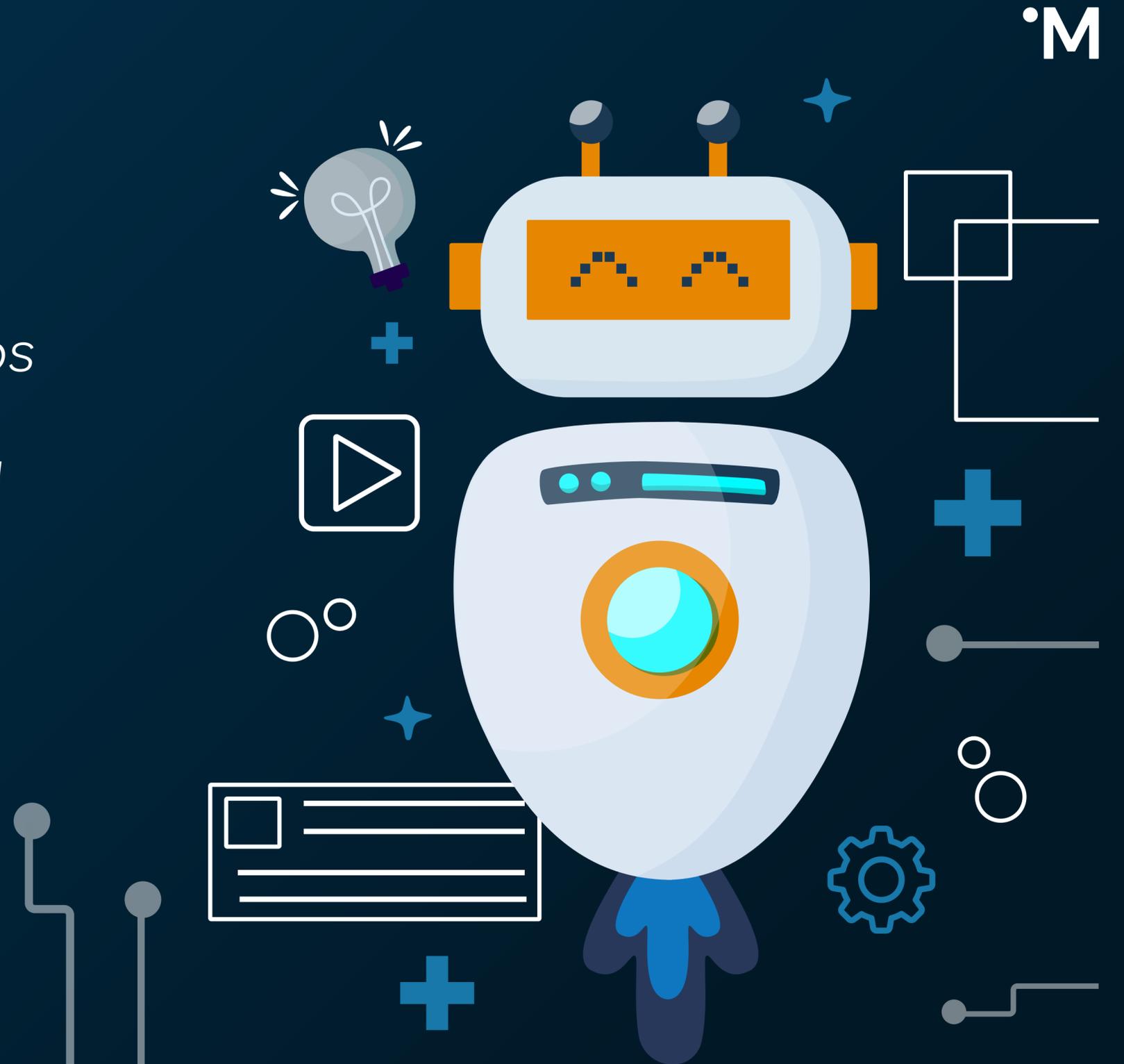
La IA está revolucionando la comunicación especializada, abriendo puertas **a niveles de personalización nunca vistos** y acelerando la transmisión del conocimiento a velocidades vertiginosas.

**¿Es una oportunidad o una amenaza?** Entre la automatización masiva y la creatividad humana, el juego por **el control de la narrativa** apenas ha comenzado.

# DEFINICIÓN DE IA

*La inteligencia artificial es la capacidad de sistemas computacionales para imitar procesos cognitivos humanos como el aprendizaje, la toma de decisiones, el reconocimiento de patrones y el lenguaje natural.*

**A día de hoy, va más allá de ser solo una herramienta.**



Se trata de un **modelo de lenguaje avanzado** con el propósito de **entender, generar y enriquecer** conversaciones de manera natural y fluida.

La IA no es consciente ni tiene “emociones”, pero puede acceder a vastas cantidades de conocimiento y adaptarse a diferentes contextos y estilos comunicativos.

**OBJETIVO:** Potenciar ideas, resolver dudas y ofrecer inspiración, **siempre aprendiendo de la interacción** para mejorar y ser útil en cada momento.



# RETOS Y CONSIDERACIONES ÉTICAS

·M

- **Privacidad de datos**

(grandes volúmenes de información implican una grandísima responsabilidad).

- **¿Dependencia tecnológica?**

La verdadera creatividad y pensamiento crítico siguen siendo humanos.

- **Necesidad de capacitación en el uso de herramientas de IA** (riesgo de malinterpretar el funcionamiento y las limitaciones de la IA, mentalidad crítica).



# OPORTUNIDADES QUE NOS OFRECE LA IA

## Segmentación avanzada

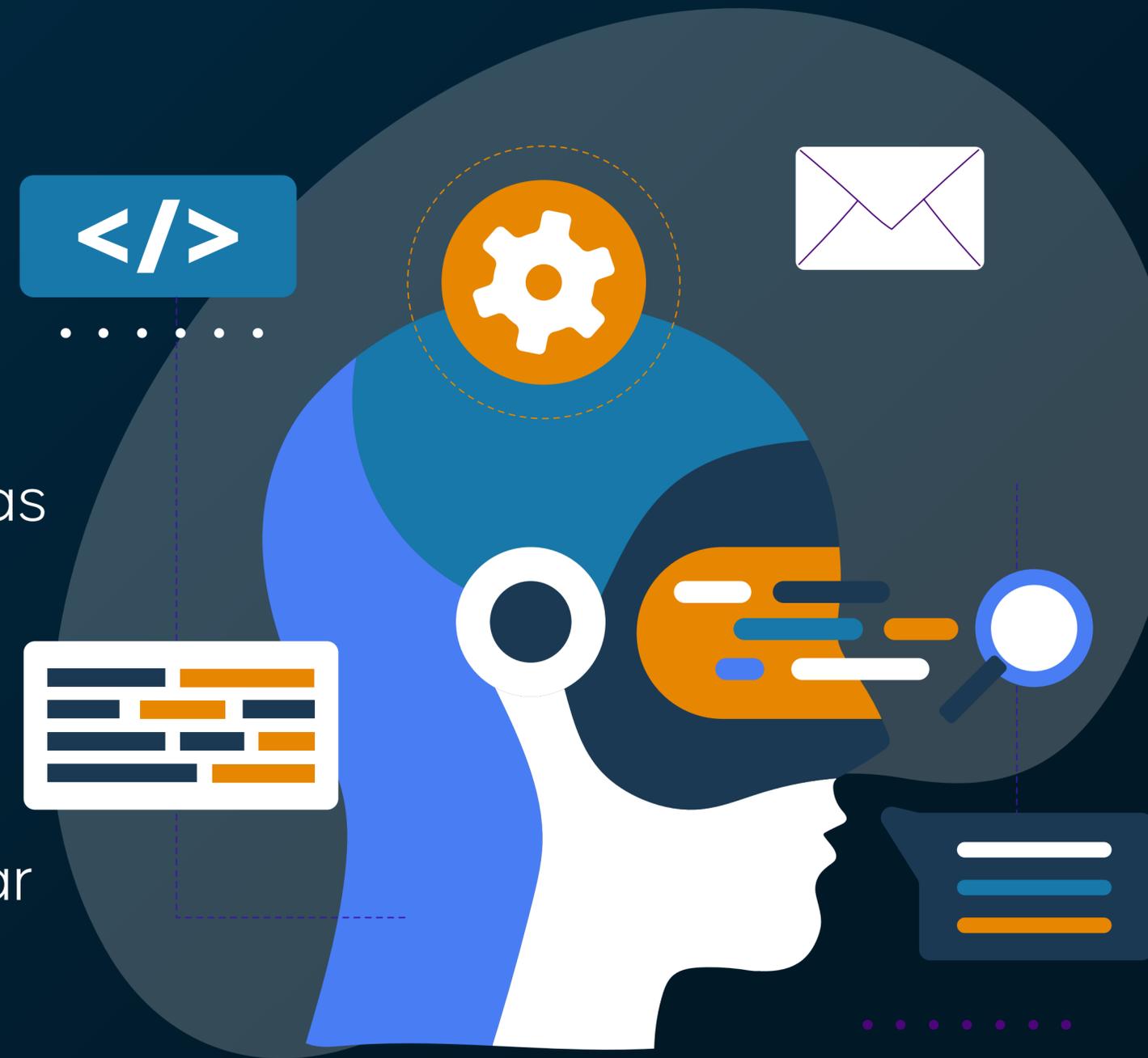
Analiza datos de mercado para personalizar mensaje según cultivos, temporadas o condiciones locales (INSIGHTS).

## Asistentes virtuales

Chatbots inteligentes resuelven consultas técnicas en tiempo real, optimizando la atención al cliente (TIEMPO).

## Monitoreo de tendencias

Usa algoritmos de minería de datos para detectar patrones y cambios en las preferencias de consumo o normativas emergentes (INSIGHTS).



# OPORTUNIDADES QUE NOS OFRECE LA IA

M

## Automatización de contenidos

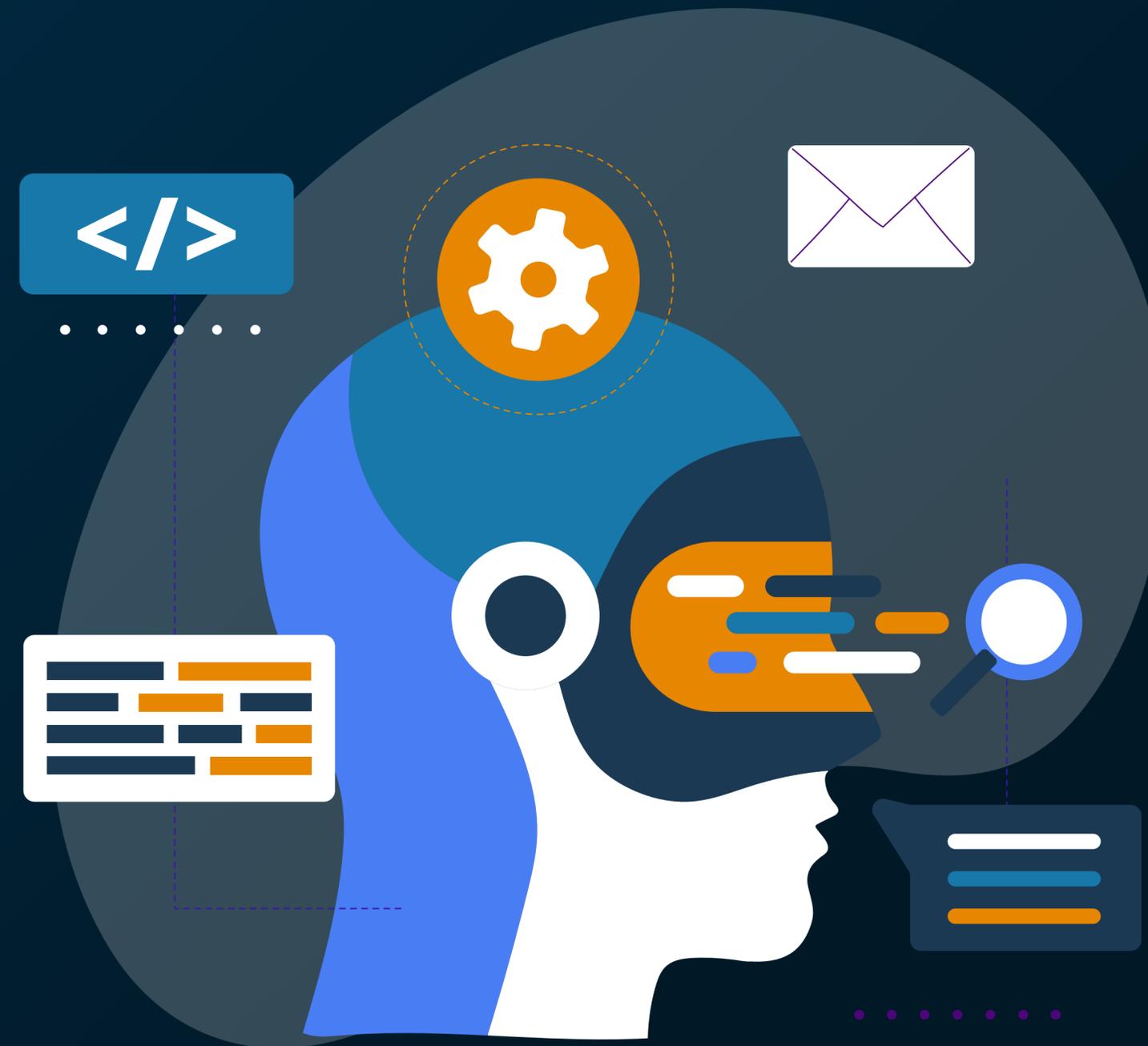
Genera informes, newsletters y posts en redes sociales de forma automática con datos actualizados (TIEMPO).

## Análisis predictivo

Puede llegar a anticipar riesgos como sequías o brotes de plagas y permite enviar alertas preventivas a los actores clave (INSIGHTS).

## Optimización de campañas

Ajusta anuncios en tiempo real según el comportamiento del público, maximizando la eficiencia del Paid Media (TIEMPO).

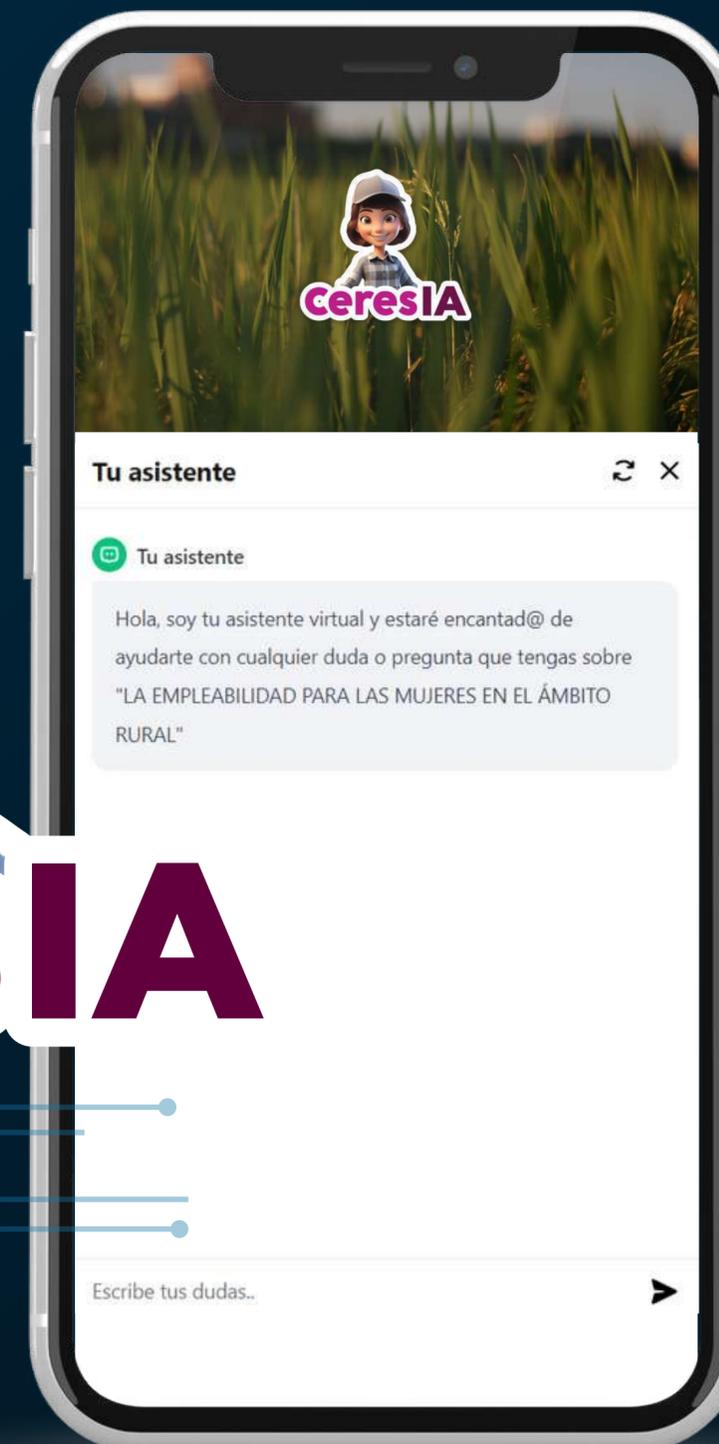


# OS PRESENTO A CERESIA

M

¡En **Integral Media** hemos diseñado la **primera IA** de España encargada de ayudar a las mujeres rurales!

Hemos ido un paso más allá integrando la **IA para ayudar a resolver cualquier duda** sobre empleabilidad en el **ámbito rural con CeresIA.**



# AMENAZAS POTENCIALES DE LA IA

M



**Establecer normas claras** puede ayudar a garantizar que la tecnología se utilice de manera **ética y más responsable.**

# EJEMPLOS IA · CASOS DE ÉXITO 1

·M

¿Sabíais que un sistema de **inteligencia artificial** fue el **primero en alertar del coronavirus de Wuhan**? El algoritmo pronosticó correctamente que el virus saltaría de la región china a Bangkok, Seúl, Taipei y Tokio en los días posteriores a su aparición.

La **OMS** utilizó **inteligencia artificial** durante la pandemia de COVID-19 para **analizar datos y combatir la desinformación**, lo que les permitió responder rápidamente a las preocupaciones del público y **difundir información precisa de manera efectiva**.



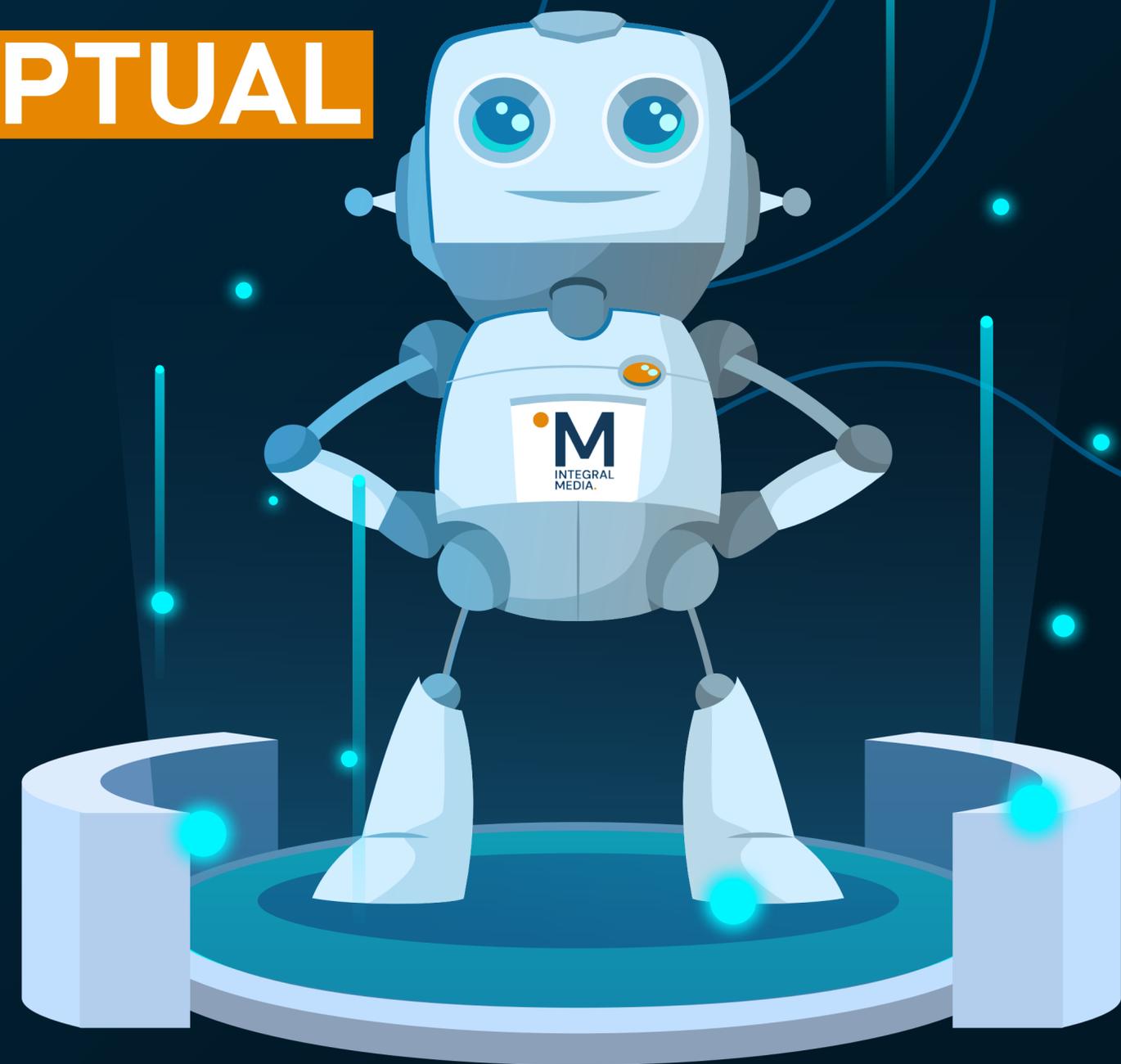
# EJEMPLOS IA · CASOS DE ÉXITO 2

Utilizar IA en aplicaciones móviles/web para ofrecer recomendaciones **personalizadas** a los clientes **según sus experiencias de uso e interacciones anteriores (cookies)**.

Esta estrategia **mejora la experiencia del usuario** y **fomenta su fidelización** al destacar contenidos relevantes según el momento y contexto de uso. **Amazon y Mercadona** ya la implementan para ofrecer recomendaciones personalizadas y generar precios dinámicos.



SOY MiA,  
LA IA DE INTEGRAL MEDIA  
Y SOY LA **AUTORA CONCEPTUAL**  
DE ESTA PRESENTACIÓN.



¿QUERÉIS ACCEDER AL VISUAL MAP  
QUE HA ESTADO ELABORADO NUESTRA  
COLABORADORA **MARINAMARISMA**?



Para ello, pasad en la **zona de cocktail** por nuestro stand, **escanear el QR** del **rollup** o este de **aquí en pantalla** y completando unos datos muy sencillos, la recibiréis **digitalizada en vuestro email** en unos días.

iM **iMUCHAS GRACIAS!** S!

***FEEL THE REAL ENGAGEMENT***

[www.integralmedia.es](http://www.integralmedia.es)