

Adentrándonos en el mañana



GUÍA TENDENCIAS 2024
Visiones únicas sobre tendencias
que darán forma a este año.



La Autora

LAURA VAQUERO

CEO GAEAPEOPLE | LAURA@GAEAPEOPLE.COM

Desde que abrí las puertas al mundo digital como *Project Manager* en la industria farmacéutica en 1994, he estado inmersa en la vertiginosa ola de las nuevas tecnologías e Internet. Este punto de inflexión en mi carrera me llevó a emprender una nueva aventura en 2002, y ahora ya con más de 20 años de experiencia como Dir. de Proyectos, en el ámbito tecnológico e internet, he liderado la planificación, ejecución exitosa de una amplia gama de iniciativas innovadoras.

Mi curiosidad insaciable me ha llevado a explorar cada rincón del universo digital, para descubrir las mejores aplicaciones para los profesionales del marketing. Investigar, analizar, compartir: estos son los pilares sobre los que se erige mi pasión y así, mis días se tejen con contenidos hilados de código y algoritmos. Mi compromiso es desentrañar el potencial que las herramientas digitales tienen para cambiar la forma en que vivimos y hacemos negocios.

Me he puesto como misión guiarte y mostrarte cómo puedes incorporar estas tecnologías en tu propia empresa. Cómo puedes convertir la transformación digital y ahora la Inteligencia Artificial en tu aliada.

Te invito a un encuentro donde nuestras palabras se conviertan en acción, donde las ideas encuentren su camino hacia la implementación y donde nuestro futuro, el tuyo y el mío, se unan con el presente.

¡Porque me encantaría que formaras parte de esta conversación!

MÁS EN
WWW.GAEAPEOPLE.COM

TABLA DE CONTENIDOS

00

PÁGINA 01 →

Bienvenida al mañana:
tendencias, innovación y
sostenibilidad en el
horizonte 2024

01

PÁGINA 5 →

Sostenibilidad en acción:
empresas que abrazan el
cambio

02

PÁGINA 8 →

Remoto, pero conectados:
navegando las aguas del
trabajo digital

03

PÁGINA 11 →

Revolución en carrito: el
impacto transformador de
las compras online

04

PÁGINA 13 →

Innovaciones digitales en el
radar: el año de la
transformación tecnológica

05

PÁGINA 18 →

ChatGPT-4 impulsa la nueva
era de la IA y la creatividad
digital

06

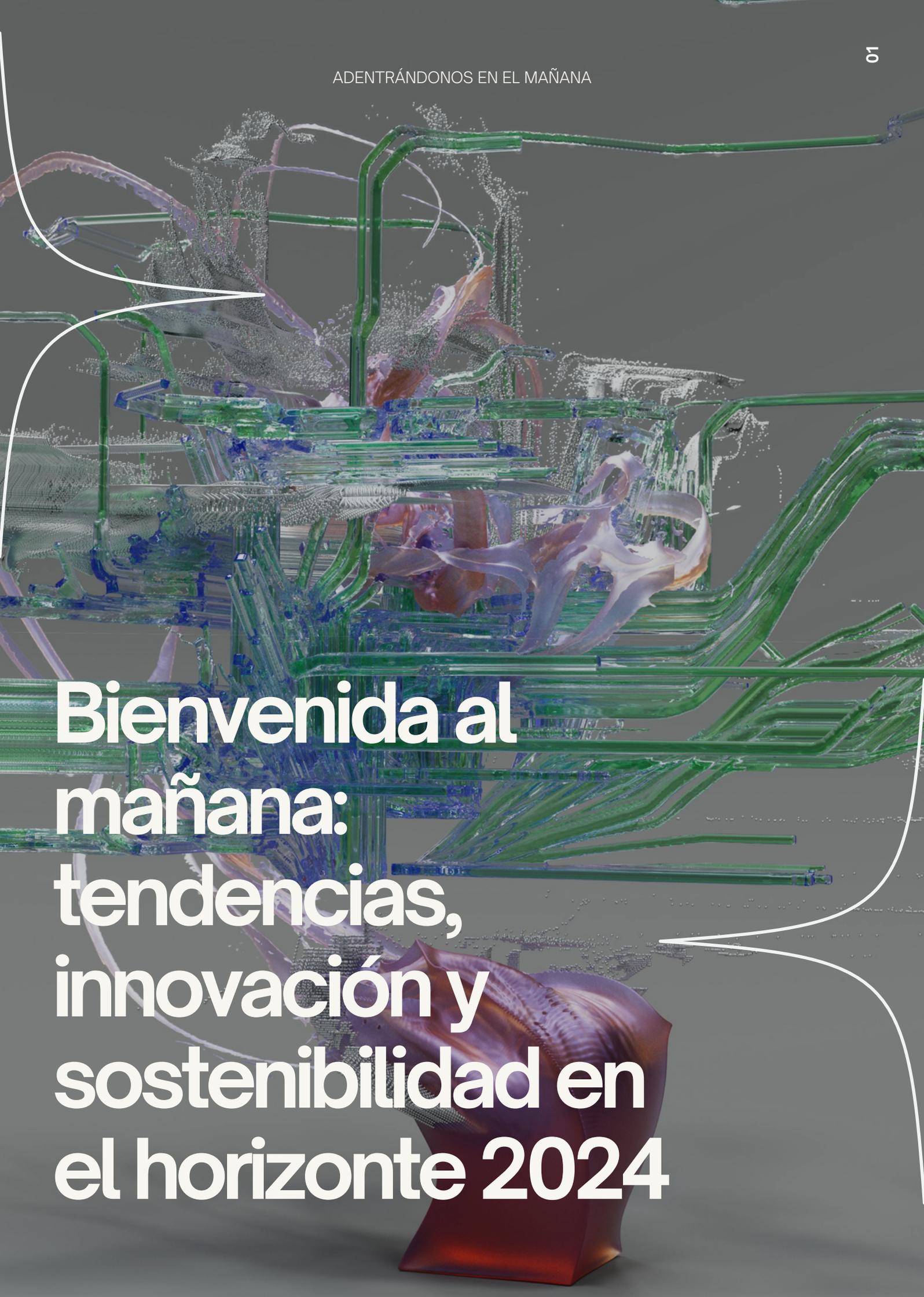
PÁGINA 22 →

Las principales tendencias
de marketing digital de
2024.

07

PÁGINA 25 →

Conclusión: Hacia un futuro
sostenible y próspero desde
mi perspectiva personal y
profesional

An abstract digital artwork featuring a complex network of glowing green and purple lines and structures. The lines are thick and have a slightly blurred, ethereal quality. Interspersed among these lines are clusters of small, white, particle-like dots that resemble a digital or molecular structure. The overall composition is dynamic and futuristic, set against a dark, almost black background. The text is overlaid on the lower half of the image, with a large, dark, translucent shape at the bottom center that partially obscures the text.

**Bienvenida al
mañana:
tendencias,
innovación y
sostenibilidad en
el horizonte 2024**

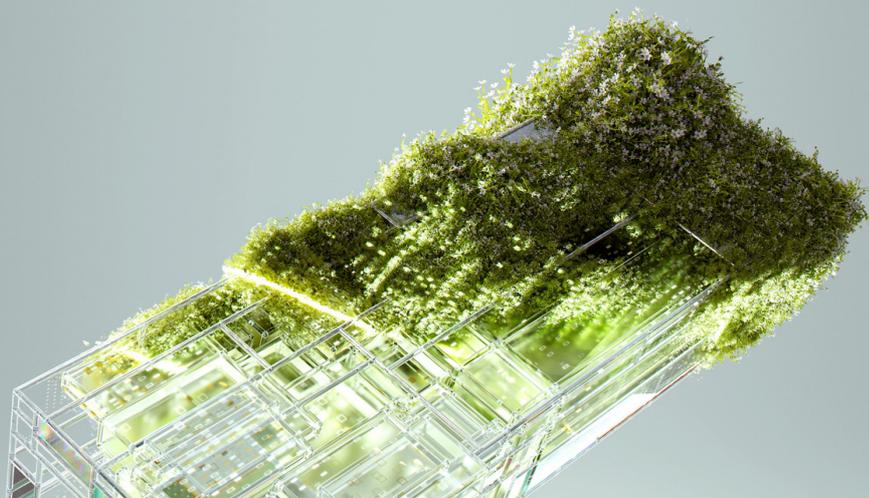
Bienvenida al mañana: Tendencias, innovación y sostenibilidad en el horizonte 2024

Parece que es lo que toca: hablar de tendencias, al menos para estar preparados para lo que venga. Así que me he puesto a mirar qué dicen otros, y me he quedado pasmada. Me lo voy a tomar con humor. Estaba a punto de dejar que la pereza se apoderara de mí cuando me topé con las opiniones de algunos colegas sobre las tendencias digitales. Y, amigos y amigas, déjenme decirles que fue como descubrir que el abuelo del vecino es un rapero en sus ratos libres. ¿Metaverso en 2024? ¡Alguien debe haberse tomado demasiado en serio el manual de viaje en el tiempo!

Ahora, hay un individuo por ahí que insiste en que el metaverso es una de las tendencias del año. Pero, sinceramente, ¿en qué dimensión paralela vive? Pero ojo, tengo sospechas de quién podría estar detrás de esta ceguera. ¿Chat GPT te suena? Sí, ese asistente virtual que algunos han convertido en su gurú personal para escribir blogs sin sudar una gota. ¡Ahí está el culpable de todo!

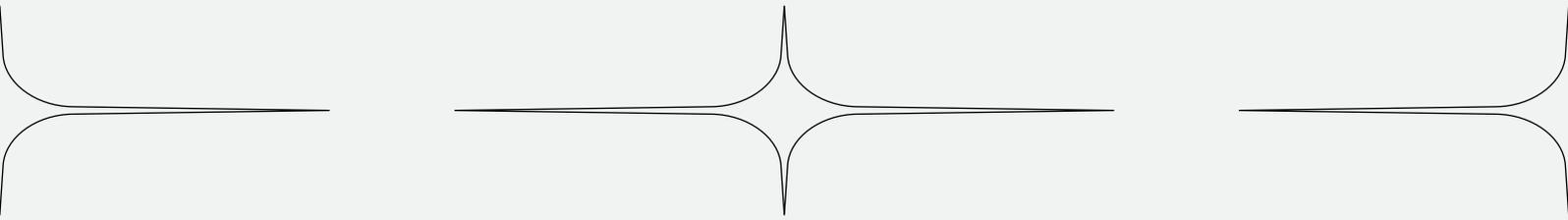
Imaginen a alguien sentado frente a su pantalla, preguntándole a ChatGPT: "Oye, ¿Cuáles son las tendencias para el próximo año?". ¡Bingo! Y claro, como el pobre ChatGPT tiene su última actualización en enero de 2022, ¡ni se entera de que Zuckerberg ha dejado el metaverso en el cajón de los recuerdos como una vieja reliquia!

IMÁGENES:
[GOOGLE](#)
[DEEPMIND](#)



Aunque, siguiendo con la indagación sobre el tema, me pica la curiosidad. Gloria Touchard, directora técnica corporativa de Nokia, mira un poco más hacia el futuro, a partir de 2027. Ella espera que dispositivos de realidad extendida (XR) ergonómicos y más asequibles impulsen la expansión del metaverso hacia el mercado masivo. (Leído en 20Bits)

Pero a Zuckerberg, ese chico tan listo que pasó años soñando con el metaverso y hasta cambió el nombre de su empresa por META, le ha golpeado la realidad más fuerte que un tsunami. OpenAI, con una determinación impresionante, ha eclipsado al Metaverso, como una apisonadora, dejándolo relegado al contenedor para reciclar, que no es lo mismo que tirar. Pero no pasa nada, hay que intentar cosas, y él tiene dinero suficiente para poner el proyecto en *standby*, por ahora.



Nuestro mundo es cada vez más complejo, a menudo caótico y siempre dinámico. Esto hace que pronosticar sea algo entre tremendamente difícil y realmente imposible, con un fuerte cambio hacia lo segundo a medida que los plazos se alargan.

ANDREW MCAFEE

PANTONE[®] of the YEAR

Olvidemos por un momento las locuras del metaverso y centrémonos en algo más comprensible, para empezar, en lo que dice PANTONE[®] para el “Pantone Color of the Year”, ellos, maestros del color, que llevan 25 años marcando la pauta, y eso merece un respeto, ¿no crees? Al igual que yo, que también acumulo dos décadas y media en el fascinante mundo del desarrollo de estrategias en Internet para las empresas. ¡El tiempo vuela, especialmente cuando te rodeas de códigos y memes!

Pero no nos quedemos solo en los colores de moda. Para entender las verdaderas tendencias, debemos observar cómo la gente se comporta en este mundo digital. ¿Cómo han cambiado nuestras costumbres desde la era pre-digital? Más que leer las líneas de la mano, es hora de analizar las líneas de código y descifrar las huellas digitales para orientarnos de lo que nos llega a continuación.

Así que adentrémonos en este electrizante Universo de las empresas, el Real y el Digital con sus desafíos y oportunidades. ¡Empecemos!

PEACH FUZZ
PANTONE 13-1023

CAPÍTULO N°1

Sostenibilidad en acción: empresas que abrazan el cambio



Ser sostenible hoy no es una opción, es una obligación. Los consumidores ya no se conforman con el producto sin más, sino que demandan experiencias y rasgos diferenciales. Por ello la gran importancia de contar con una sólida responsabilidad social corporativa.

Empresas que abrazan el cambio

El compromiso con la sostenibilidad se ha convertido en algo más que una simple tendencia; es un movimiento que ha llegado para quedarse. En respuesta a esta necesidad, muchas empresas han creado departamentos dedicados o han designado personas específicas para liderar iniciativas de sostenibilidad dentro de su estructura organizativa. La sostenibilidad ya no es solo un complemento a la filosofía interna; se ha convertido en una parte integral de cómo las marcas expresan sus valores.

Es interesante observar que algunas empresas están destacando en su camino hacia la sostenibilidad, al incorporar de manera enfática palabras como "sostenible", "upcycling" y "ética" en su narrativa. Estas empresas están priorizando temas que realmente les importan, moldeando su mensaje y orientándolo de manera auténtica. En este contexto, el éxito parece destinado a las empresas que no solo muestran coherencia en su mensaje, sino que también respaldan esas palabras con acciones concretas.

EL PAQUETE LEGISLATIVO «OBJETIVO 55», SITÚA A LA UE EN EL CAMINO CORRECTO PARA ALCANZAR, DE AQUÍ A 2030, SUS OBJETIVOS CLIMÁTICOS DE FORMA JUSTA, RENTABLE Y COMPETITIVA.

¿QUÉ SE AVECINA?

Lo que se avecina es la consolidación del enfoque sostenible como un tema transversal en las empresas. La sostenibilidad dejará de ser un simple componente adicional para convertirse en el hilo conductor que une a empleados y clientes en un compromiso compartido. **¡Vamos a explorar juntos cómo la sostenibilidad se convierte en la fuerza motriz de una transformación empresarial más profunda.**

(Convirtamos las Reflexiones del Congreso Mundial de Sostenibilidad 2023 en Acciones Concretas)

Tienes un montón de **riqueza interna** en tu propio equipo que desconoces.



HAZ
CLIC
AQUÍ

Para descubrir dónde está *el tesoro* debes mejorar los procesos de trabajo dentro de la empresa y dar herramientas y espacios donde la creatividad "no tema" expresarse.



Chasing Ideas

CAPÍTULO N°2

Remoto, pero **conectados:** navegando las aguas del trabajo digital.



Al sumergirnos en las aguas del trabajo digital, debemos recordar que la estrategia de comunicación online implica no solo comodidad, sino también la habilidad de utilizar nuevas herramientas con los clientes. Deberás aprender cómo hacer que tus presentaciones y argumentos de venta sean irresistibles.

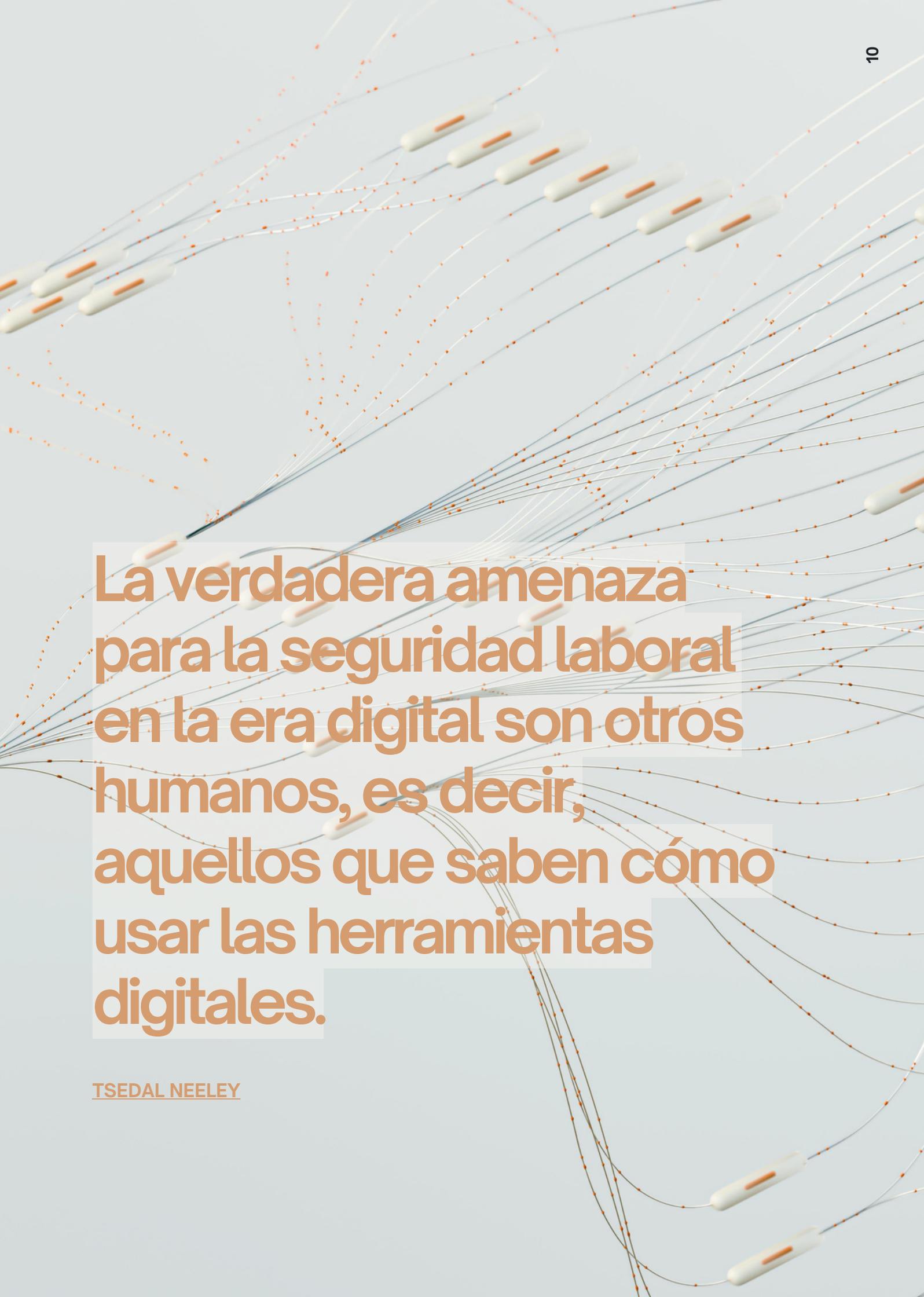
En remoto, pero conectados.

Si hay una tendencia que me tiene completamente conquistada, es la del trabajo en remoto. ¿A quién no le gusta la idea de evitar esos interminables viajes diarios? ¡Yo aplaudo con entusiasmo la posibilidad de quedarme en casa al menos uno o dos días a la semana! Claro, lo de "tranquila" es más una etiqueta que una realidad, ¡pero eso es harina de otro costal!



Esta tendencia es un regalo tanto para los trabajadores, que pueden disfrutar de la comodidad de su hogar, como para las reuniones entre clientes y proveedores. Antes de la pandemia, ¿quién habría imaginado que podríamos cerrar tratos importantes sin movernos de la silla? Ahorro de tiempo, reducción de gastos en desplazamientos, ¿qué más se podría pedir?

Las ferias presenciales siguen siendo preferibles a las virtuales. Sin embargo, las ferias virtuales son ideales para aquellos que no pueden desplazarse y quieren mantenerse actualizados con las novedades de su sector. Esto implica que, aunque ahorres tiempo en desplazamientos, también debes prepararte de manera diferente en el ámbito digital.

The background features a complex network of thin, white and light blue lines that curve and intersect across the page. Interspersed among these lines are several white, pill-shaped capsules with a horizontal orange stripe. The overall aesthetic is clean, modern, and digital, suggesting a network or data flow.

La verdadera amenaza para la seguridad laboral en la era digital son otros humanos, es decir, aquellos que saben cómo usar las herramientas digitales.

TSEDAL NEELEY

CAPÍTULO N°3

Revolución en el carrito: el **impacto** transformador de las compras online.



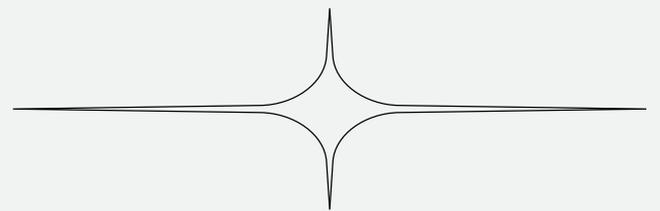
En este año, más eCommerce se enfocarán en la sostenibilidad del abastecimiento, el embalaje y la fabricación. Empresas comprometidas que no solo benefician al medioambiente, sino que se distinguen con un valor diferencial.

El impacto transformador de las compras online

Después del caótico 2020, la manera en que los consumidores adquieren productos ha experimentado una metamorfosis radical. Nunca antes se había invertido tanto tiempo y dinero en las compras virtuales. Esta revolución obliga a las empresas a reconsiderar sus activos físicos y a enfocarse en aspectos cruciales que marcan la diferencia justo antes de la concreción de la compra, conocidos como "expectativas líquidas".

La clave estuvo en inyectar agilidad a las cadenas de suministro para llegar directamente a los consumidores, posicionando a las empresas en la vanguardia de la experiencia de compra en línea.

En este nuevo paisaje, la clave para destacar reside en la integración de herramientas de Inteligencia Artificial en el proceso de compra. Este audaz paso permite ofrecer un servicio personalizado al cliente, elevando el concepto de atención al cliente a nuevas alturas. La incorporación de estas herramientas innovadoras no solo transforma el proceso de compra, sino que también brinda experiencias al consumidor antes impensables.



LOS ESTRATEGAS DE MARKETING SE ENFRENTARÁN A UN NUEVO TÉRMINO: ESTRATEGIA “ALLBOUND”. ESTA METODOLOGÍA DE VENTAS COMBINA TANTO EL ENFOQUE “INBOUND” COMO EL “OUTBOUND” CON UN OBJETIVO CLARO: CONSEGUIR LOS MEJORES RESULTADOS EN LA CAPTACIÓN DE CLIENTES.

CAPÍTULO N°4

Innovaciones digitales en el radar: el año de la **transformación** tecnológica.



En este nuevo año, las herramientas digitales están listas para deslumbrarnos con novedades muy interesantes.

El fin de las cookies 01

Google está haciendo los últimos preparativos para eliminar gradualmente las cookies de navegación en su navegador Chrome para finales de 2024, [informa The Wall Street Journal](#). A partir del 4 de enero, la compañía inició una prueba para restringir las cookies para el 1% de los usuarios de Chrome, como preludio a la eliminación total planificada para fin de año.

En el ámbito de la medición y los datos, se espera una evolución hacia modelos de contribución impulsados por **machine learning** e **inteligencia artificial**. Esto es una respuesta directa a los desafíos de la era post-cookies, donde el *customer journey* se vuelve cada vez más fragmentado y complejo. Además, prepárate para escuchar más sobre **Privacy-Centric Marketing**, donde la transparencia en la recopilación de datos se convertirá en un punto clave. La privacidad toma protagonismo, y las empresas deberán ajustar sus estrategias para adaptarse a esta nueva era.

WhatsApp 02

Más allá de los mensajes. ¡Nuevas funciones en el horizonte!

Y ahora, llegamos a la herramienta favorita de muchos para la comunicación con amigos, familia y, cada vez más, como una herramienta integral en el soporte y ayuda empresarial: ¡WhatsApp! Se rumorea que al menos siete nuevas funciones están por llegar a esta aplicación, ya esencial en nuestra vida diaria. Desde mejoras en la interfaz hasta funciones innovadoras, WhatsApp está decidido a mantenernos conectados de maneras que ni siquiera imaginábamos que necesitábamos. ¿Qué nos depara esta próxima ola de actualizaciones? Nos lo cuenta [WABetaInfo](#).

¡Nuestra era de la ansiedad es, en gran parte, el resultado de intentar hacer los trabajos de hoy con las herramientas de ayer!

MARSHALL MCLUHAN

Google, Gemini y Deepmind 03

Y no pierdas de vista que tendremos la IA de Google compitiendo con ChatGPT, si ya aparecieron Bard y Duet AI, integrada con el Workspace, que nos ayudaba a automatizar y ordenar la creación de contenidos. Ahora el nuevo lenguaje de Google, GEMINI recientemente lanzado, está llamado a ser el rival más próximo de ChatGPT.

Al igual que GPT-4, Gemini es multimodal, es decir, está entrenado para manejar muchos tipos de contenidos: texto, imágenes, o audio.

¿Qué es Google DeepMind?

Google DeepMind se dedica a la investigación en inteligencia artificial, con el objetivo de hacer descubrimientos significativos en este campo y aplicarlos para resolver problemas complejos en diversos ámbitos. Han sido particularmente reconocidos por su trabajo en sistemas de deeplearning (aprendizaje profundo), incluyendo redes neuronales artificiales y algoritmos de aprendizaje por refuerzo (RL).

Gemini es la mayor apuesta de Google DeepMind hasta la fecha. Es el fruto del trabajo colaborativo a gran escala de equipos en Google. Se creó desde cero para ser multimodal, lo que significa que puede generalizar y comprender, operar y combinar sin problemas diferentes tipos de información, incluyendo **texto, código, audio, imagen y vídeo**.

Sus capacidades de última generación mejorarán notablemente la forma en que desarrolladores y clientes empresariales crean y escalan con inteligencia artificial.

De hecho podremos encontrar tres diferentes versiones de una misma herramienta:

GEMINI ULTRA

Su modelo más grande y capaz, ideal para tareas altamente complejas.

GEMINI PRO

Su mejor modelo para escalar en una amplia gama de tareas.

GEMINI NANO

Su modelo más eficiente para tareas ejecutadas directamente en dispositivos.

Tradicionalmente, al desarrollar modelos multimodales, se entrenaban componentes separados para distintas modalidades y luego se combinaban de manera básica para imitar algunas de estas funcionalidades. Estos modelos a veces son eficaces en tareas específicas, como describir imágenes, pero encuentran dificultades en razonamientos más conceptuales y complejos.

En el caso de Gemini, el enfoque pretende ser revolucionario. Fue **diseñado para ser multimodal de manera nativa**, entrenado desde el principio en diversas modalidades. Esto permite que Gemini entienda e interprete todo tipo de entradas desde su base, superando ampliamente a los modelos multimodales existentes.

IMÁGENES CREADAS POR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE IA DESARROLLADAS POR [GOOGLE DEEPMIND](#).



CAPÍTULO N°5

ChatGPT-4 impulsa la nueva era de la IA y la creatividad digital.



Realmente ¿la Inteligencia Artificial es inteligente? la inteligencia artificial aprende y cambia su funcionamiento con la experiencia. También piensa porque procesa la información que recibe y actúa en consecuencia. (Te recomiendo [“La Expo Inteligencia Artificial”](#) en la CCCB de Barcelona)

IA & ChatGPT-4

En el ámbito de la inteligencia artificial generativa, el último año ha sido solo el comienzo. Pero este nuevo año verá la implementación definitiva, ya que la fuerza laboral, aunque las empresas no se pongan al día, estará avanzando desde casa sin restricciones. ¡Nadie se lo impedirá! Si quieres mantener un mínimo de control, céntrate en la seguridad y en establecer protocolos de comunicación efectivos.

La nueva versión, el ChatGPT-4, va mucho más allá de lo que conocíamos con la versión 3.5. Integra herramientas que facilitan la automatización de procesos internos. Desde la generación de contenido multimedia hasta respuestas personalizadas en la atención al cliente, las posibilidades son muchas y en constante crecimiento. Incluso la IA generativa se utilizará para crear anuncios en redes sociales, como Facebook, que ya ha anunciado entre sus funcionalidades la generación por IA de textos, fondos e imágenes adaptadas.

Es natural preguntarse si el avance de la inteligencia artificial podría experimentar una desaceleración, similar a lo que ocurrió con el proyecto Metaverso, que apenas llegó a ver la luz. Sin embargo, la realidad es que la IA está en constante evolución y es improbable que su desarrollo se detenga de manera significativa. Incluso si se enfrentara a obstáculos en la investigación, la innovación en el sector privado está demostrando ser imparabile, la vemos impulsando avances increíbles.

Así que no quieras compararlo con la innovación del Metaverso, pues lo más significativo de la Inteligencia Artificial es que ya es una realidad que todos experimentamos, especialmente a través de aplicaciones como ChatGPT.

No es simplemente una proyección futurista; la inteligencia artificial es una realidad tangible que ya forma parte de nuestras vidas cotidianas. Hay mucho en juego para la humanidad, ya que las innovaciones en IA tienen el potencial de transformar poderosamente diversos aspectos de nuestras empresas y de la sociedad en los próximos años. Por lo tanto, es esencial tomar en serio la IA y conocerla, aunque no se planee utilizarla de inmediato. Es un fenómeno imparable, a diferencia de proyectos que quedaron solo en el papel. Con ChatGPT y otras aplicaciones, la IA ya se ha integrado en nuestro día a día, y las posibilidades de avance son prometedoras, marcando un camino que la sociedad está explorando y del que se beneficia de manera tangible.

IMÁGENES:
[GOOGLE](#)
[DEEPMIND](#)



Explora el universo de la IA generativa para marketing.

ChatGPT 360



Desafíos del mañana, oportunidades de hoy que potenciarán tu marca y la agilidad de tu negocio.

CAPÍTULO N°6

Las principales **tendencias** de marketing digital de 2024.



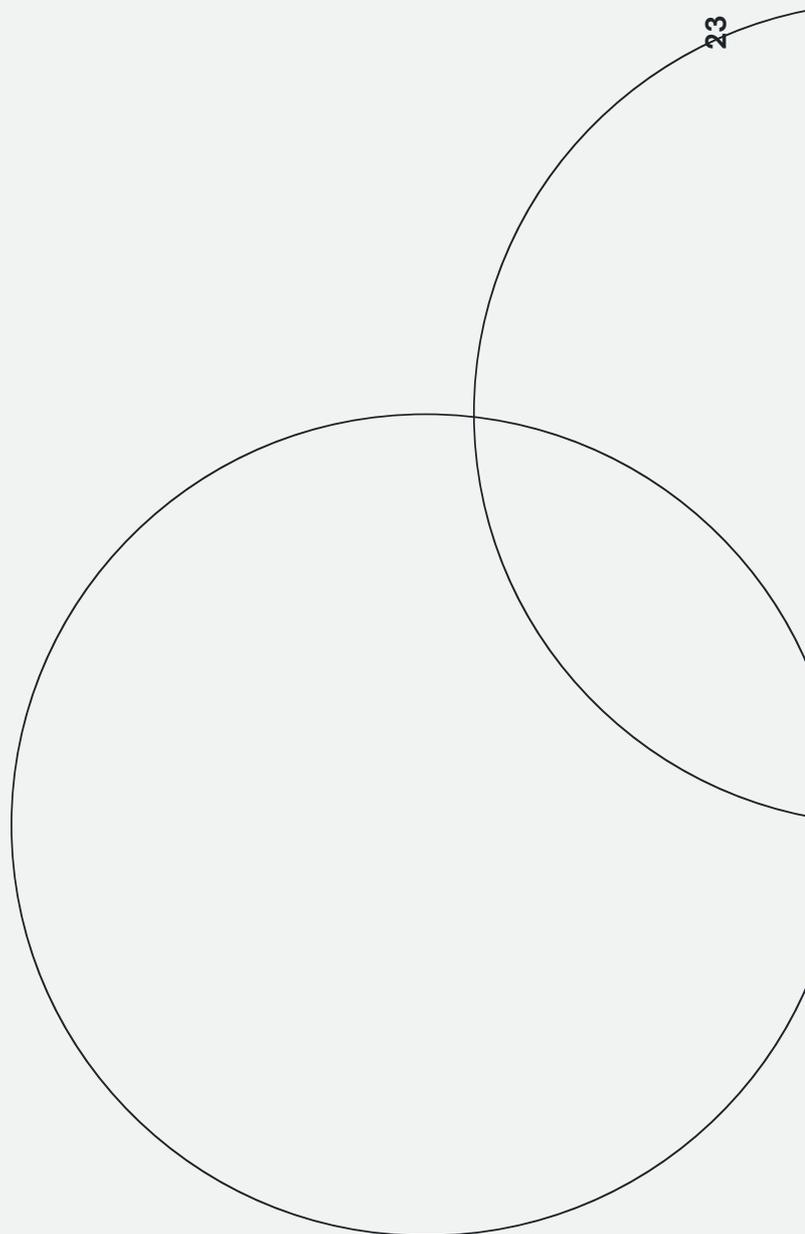
Gran parte de nuestro trabajo diario, sino todo, es el marketing, te comparto en un breve vistazo algo sobre nueva jerga, con la intención que descubras nuevas ideas para estrategias con tus clientes.

Si aún no estás al corriente, te tendrás que poner al día con la nueva jerga que escucharás de tu agencia. Hay muchas nuevas etiquetas digitales para los profesionales de marketing. Ya aprendiste a hacerlo; por ejemplo, hace unos años, hablar del ZMOT (Zero Moment of Truth) era como mencionar un secreto codificado del marketing digital. Pero, ¡cuidado!, porque en esta era digital, utilizar ese término puede hacer que te vean como si acabaras de desempacar un fósil. Bueno, no exageremos tanto, sería más como si estuvieras dando un paseo por una tienda vintage del marketing.

El término, de moda ahora, es llamarlo "Customer Journey". Y, en esta era es como si tuviéramos un mapa del tesoro para cada clic y desplazamiento. ¿La moraleja? En el vasto universo digital, el nombre puede cambiar, pero el juego sigue siendo el mismo: entender y guiar al cliente en su viaje hacia la decisión de compra. **¡Bienvenidos a la evolución de las etiquetas en el marketing digital! ;)**

A continuación, te presento otros términos destacables que son importantes tener en cuenta, ya de entrada, para este año nuevo y los siguientes, hasta que sean reemplazados por nuevas etiquetas.

- **PEOPLE-LED MARKETING (PLM)**
- **SEO / MARKETING DE CONTENIDOS Y GOOGLE ADS**
- **SMART DATA + ANÁLISIS PROSPECTIVO.**



PEOPLE-LED MARKETING (PLM)

Esto no es más de lo que ya sabías, ese concepto del puente de comunicación entre marcas y consumidores donde las personas están en el centro. “Customer Centricity” evoluciona ahora a “Value-Based Selling”, enfocándose en acciones que ofrecen valor durante todo el proceso de ventas. No es más que la confirmación de lo que la lógica sugería, pero ahora bajo un nuevo nombre o etiqueta. Tus activos digitales deberían expandirse para manejar todo esto, permitiéndote además automatizar y escalar tus acciones de marketing.

SEO/MKT DE CONTENIDOS Y GOOGLE ADS

Conjuntamente, seguirán siendo las 3 acciones de marketing que deberás seguir contemplando en cualquier estrategia de marketing digital, esto no ha pasado de tendencia. Son los canales con mejor retorno de la inversión (ROI). Y por supuesto, junto con el *newsletter*, que sigue siendo una herramienta digital que no decae.

SMART DATA + ANÁLISIS PROSPECTIVO

En el fascinante cruce entre mundos digitales y análisis de datos, emerge un poder transformador: el Smart Data Marketing y los análisis prospectivos. Este binomio dinámico no solo revela información, sino que también proyecta futuros, otorgando a las organizaciones el don de la anticipación. Te sumergirás en un viaje donde la información se fusiona con la visión, dando forma a un horizonte en el que los datos no solo cuentan historias, sino que también predicen narrativas aún por escribir. **Acompáñanos en este viaje al corazón de la innovación digital.**

CAPÍTULO N°7

Conclusión: hacia un
futuro sostenible y
próspero desde mi
perspectiva
personal y
profesional

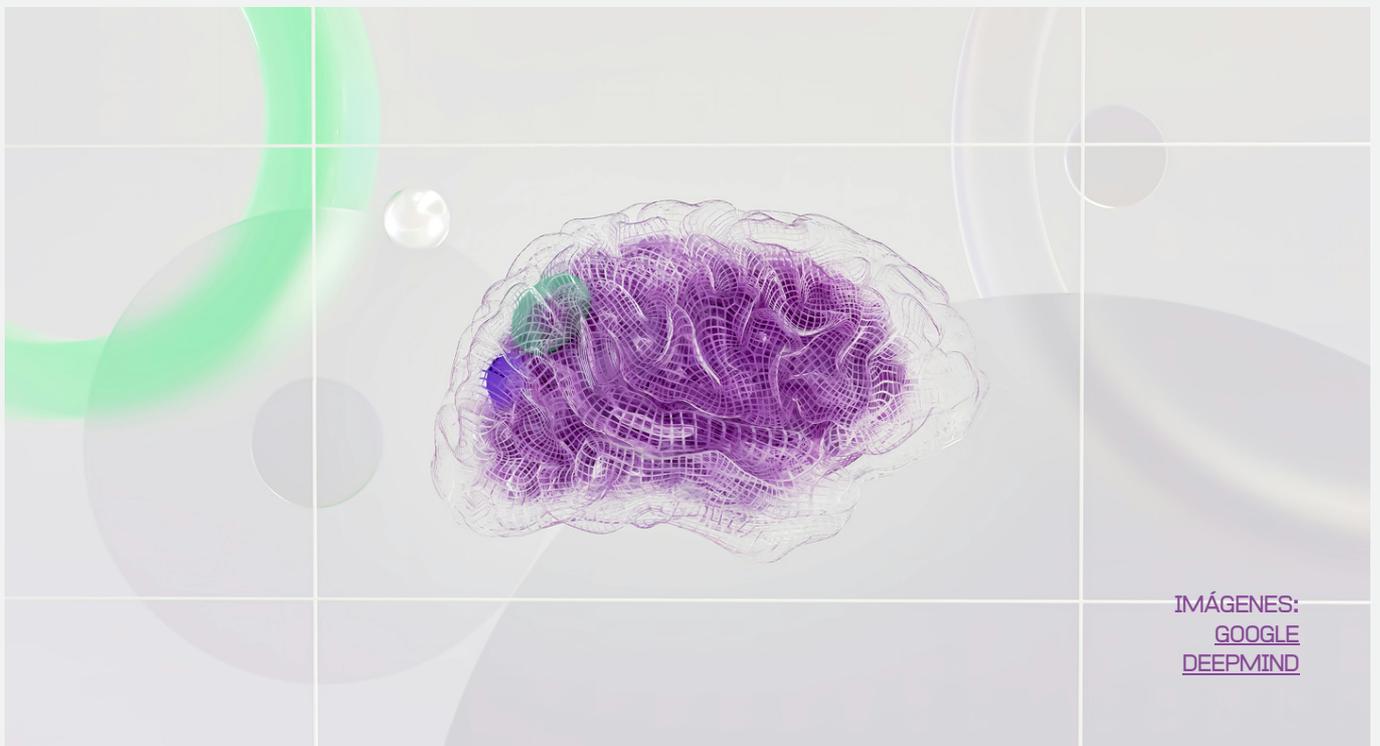


Bienvenida al mañana: tendencias, innovación y sostenibilidad en el horizonte 2024

En última instancia, más allá de las tendencias digitales, la inteligencia artificial y las innovaciones tecnológicas inimaginables, mi mayor anhelo para este nuevo año se centra en la paz y el bienestar global. Deseo fervientemente que no surjan nuevas zonas de guerra, que los desplazados puedan regresar a sus hogares y que el mundo empresarial prospere de manera saludable.

Como empresaria, comprendo que son los trabajadores en las empresas quienes realmente dan vida a estas tendencias. Aspiro a que estas no solo impulsen la productividad, sino que también contribuyan al bienestar general. Que las tendencias crezcan en armonía, fomentando un entorno propicio para el desarrollo humano y económico.

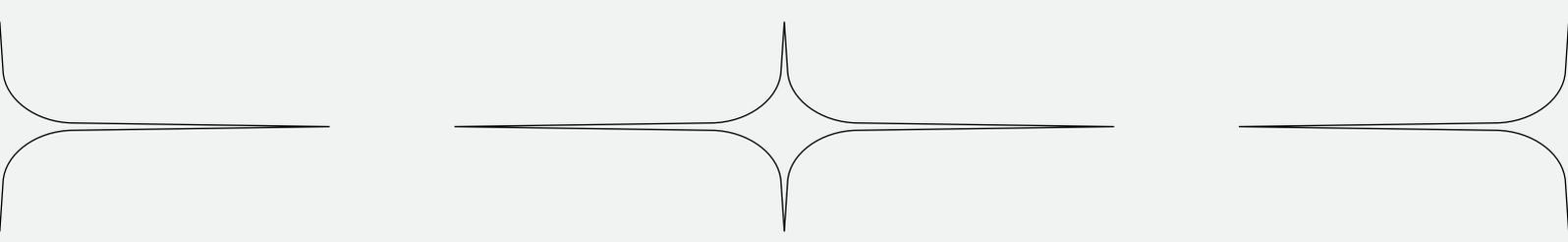
En este camino hacia un futuro sostenible y próspero, reconozco que la tecnología y las tendencias deben estar al servicio de la humanidad, generando mejoras reales en nuestras vidas, en lugar de añadir más estrés y caos. Sigamos trabajando juntos para construir un mundo donde las innovaciones se alineen con nuestros valores más fundamentales, promoviendo un crecimiento que beneficie a todos.



IMÁGENES:
GOOGLE
DEEPMIND

Aquí me encuentro, lista para enfrentar los desafíos y abrazar las oportunidades que este nuevo año tiene reservadas tanto para mi equipo como para mí. ¡Espero con entusiasmo un año de desarrollo, colaboración y éxito compartido!

Laura Vaquero



Que este nuevo año nos traiga no solo avances tecnológicos, sino que también nos ayude a superar cualquier temor asociado a ellos. Busco que estas innovaciones no solo beneficien a unos pocos, sino que impulsen un **crecimiento equitativo**, contribuyendo así al progreso del mundo que construimos día a día en nuestros negocios.



Descubre cómo podemos transformar tus datos en decisiones de marketing estratégicas y llevar tu negocio al siguiente nivel.

¿Tus datos actuales te cuentan cómo mejorar tus estrategias de marketing o solo te proporcionan números sin contexto?

¿Deseas tomar decisiones más estratégicas basadas en datos concretos?

¿Te gustaría tener un informe personalizado que simplifique tus datos y te muestre exactamente qué acciones tomar?

¿Estás aprovechando al máximo tus datos para superar a tu competencia?

Adentrándonos en el mañana

