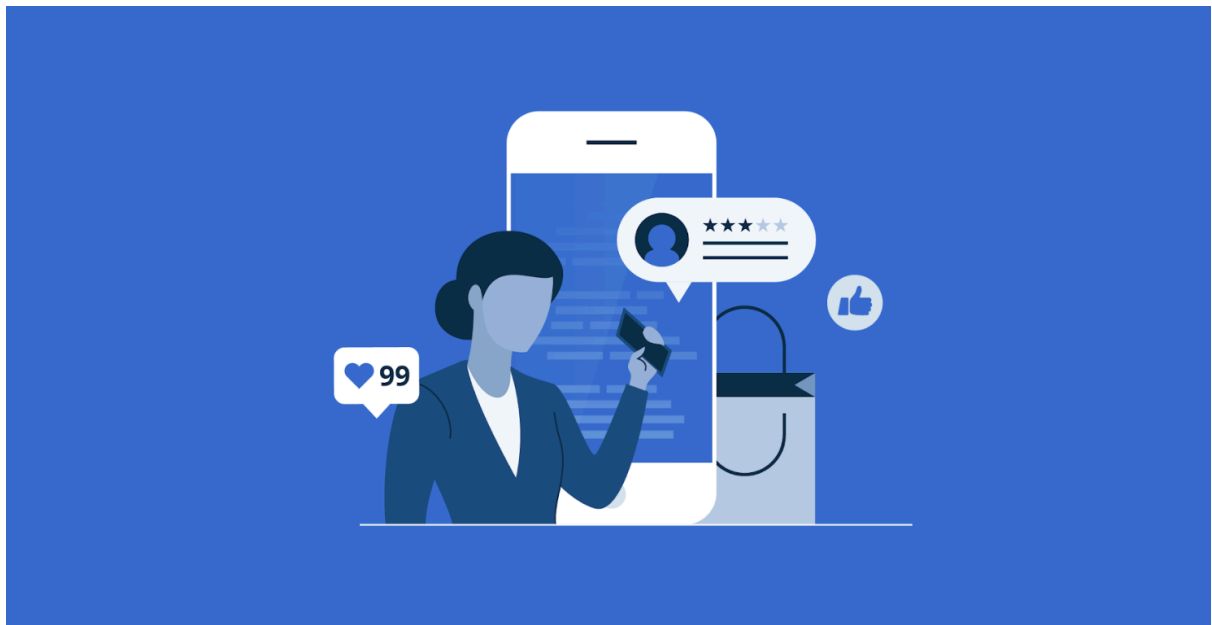


COMUNICADO DE PRENSA

CASI LA MITAD DEL CONTENIDO DE REDES SOCIALES PUBLICADO POR LAS EMPRESAS SERÁ GENERADO POR IA EN 2026

Capterra ha realizado una encuesta global a profesionales del marketing. Un 49 % cree que el contenido de redes sociales hecho por la inteligencia artificial funciona mejor que el que generan los humanos.



Barcelona, 3 de septiembre de 2024 — La inteligencia artificial (IA) ha llegado a nuestras pantallas para quedarse. Tanto es así, que los profesionales del marketing estiman que el 48 % del contenido de redes sociales creado por las empresas se generará con IA generativa de aquí a 2026. Así lo concluye [Capterra](#), la plataforma líder de descubrimiento y reseñas de software, a través de su último estudio con más de 1.600 empleados de marketing de todo el mundo que usan la IA generativa para crear contenido de redes sociales al menos una vez al mes.

En la actualidad, el 31 % de los encuestados afirma que más de la mitad del contenido de las redes sociales de su empresa se genera ya utilizando herramientas de IA generativa. ¿Qué tipo de contenidos? Sobre todo, creación de imágenes para redes sociales (63 %), redacción de contenidos (54 %), creación de vídeos (50 %), campañas (49 %) y creación de gráficos (48 %).

Para los especialistas en la materia, no hay discusión: la inteligencia artificial está cambiando las reglas de juego. Casi la mitad de los participantes encuestados cree que la IA funciona mejor a la hora de crear contenido para redes sociales que el que realizan los humanos. De hecho, el 40% ha empezado a usar IA generativa en su contenido para mejorar la productividad, pero el impacto de su uso ha ido más allá y se nota en el rendimiento del contenido en redes sociales, como las interacciones e impresiones, que han incrementado, según un 73 %.

Casi la mitad de los encuestados admite que el contenido que crea la IA para redes sociales funciona mejor que el que crean los humanos



Fuente: Encuesta sobre el uso de Inteligencia Artificial Generativa para Contenido en Redes Sociales de Capterra 2024.
Pregunta: En general, ¿en qué medida funciona bien en redes sociales el contenido creado con la asistencia de la GenAI (por ejemplo, interacciones, participación) con respecto al contenido que generan los seres humanos?
n: 1680 empleados con roles de marketing, relaciones públicas, ventas o servicio al cliente que trabajan en empresas que usan la inteligencia artificial generativa para su estrategia de marketing de redes sociales en Canadá (n:108), Australia (n:200), Estados Unidos (n:190), Brasil (n:179), Reino Unido (n:197), Italia (n:102), España (n:123), México (n:199), Francia (n:135), Alemania (n:90) y Japón (n:157).
Nota: Debido al redondeo, la suma de porcentajes puede ser inferior a 100.

IA generativa: ¿sustituta o aliada en los departamentos de marketing?

El estudio de Capterra también destaca cómo un 76% de los perfiles encuestados cree que la IA puede reemplazar a los humanos en tareas rutinarias de los departamentos de marketing, y un 67 % piensa que puede llegar a sustituirlos en tareas avanzadas.

*"Mantener un equilibrio entre empleados e inteligencia artificial es fundamental. Para ello, conviene identificar las tareas en las que los humanos son mejores que la IA y viceversa, así como crear flujos de trabajo que tengan en cuenta la aportación de ambas partes. El valor humano siempre es un aspecto indispensable", comenta **Alejandra Aranda, Content Analyst de Capterra España.***

En este aspecto, un 87 % cree que la inteligencia artificial generativa refuerza el proceso creativo de los profesionales de marketing. Por ejemplo, se puede utilizar para generar ideas y obtener una nueva perspectiva sobre un tema, así como para crear determinados contenidos.

La supervisión humana sigue siendo clave para trabajar con IA

A pesar de que muchos empleados piensen en la IA como un posible reemplazo, lo cierto es que la supervisión humana se antoja necesaria para evitar errores objetivos o sesgos. Un 67 % de los encuestados por Capterra se muestran muy o moderadamente preocupados por que el contenido generado con IA generativa divulgue información errónea que pueda dañar la imagen de la empresa.

Porque la IA no es una tecnología perfecta y sin fallos: un 30 % de los profesionales ha obtenido respuestas sin sentido o sin valor al usar una IA generativa, y un 28 % ha encontrado errores objetivos. Para minimizar los riesgos, la supervisión humana es necesaria: un 55 % de los encuestados realizan una verificación de la precisión de los resultados arrojados por la inteligencia artificial; un 54 % comprueba la ortografía y la gramática; un 47 % evalúa el atractivo visual del contenido; y un 40 % chequea que el tono de la marca esté presente.

*"Muchos profesionales están beneficiándose de una mejora de su rendimiento gracias a la IA, y todo apunta a una mayor inversión y un uso más extendido. No obstante, pese al innegable potencial que tiene la inteligencia artificial generativa en la generación de contenidos para redes sociales, la supervisión de los humanos continúa teniendo un valor diferencial. Precisamente, el balance entre ambos mundos parece ser la clave para alcanzar los mejores resultados", subraya **Aranda.***

Acerca de Capterra

Capterra ayuda a las empresas de todo el mundo a encontrar el software adecuado a sus necesidades. Fundada en 1999, la plataforma de opiniones de usuarios verificados, estudios independientes y herramientas de comparación adaptadas, ofrece cada mes a más de 5 millones de compradores de software una experiencia de descubrimiento que genera confianza. Para obtener más información, visita [capterra.es](https://www.capterra.es).

Además de su plataforma de comparación de software, Capterra también publica estudios independientes sobre diversos temas. Nuestros informes anteriores están disponibles aquí: <https://www.capterra.es/blog>

Contacto de prensa**Capterra**

pr@capterra.es

TEAM LEWIS

Noelia Iglesias / Clara Casanovas

T. + 34 935 228 600

capterra@teamlewis.com