

# Tu ventaja competitiva en la era de la IA



Todo lo que necesitas saber sobre

**Google  
Marketing  
Live**

2026



# Marketing a la velocidad de la IA

Prólogo de **Vidhya Srinivasan**,  
vicepresidenta y gerenta general  
de Anuncios y Comercio de Google

Estamos viviendo el cambio más profundo en la historia del marketing. A medida que los hábitos de los consumidores evolucionan, Gemini es el motor de IA que impulsa nuestra próxima generación de anuncios.



En Google Marketing Live, explicamos **cómo estamos abordando tus prioridades:**

## Querías saber hacia dónde se dirige el Buscador.

Estamos incorporando anuncios a las experiencias de búsqueda con IA para potenciar tu éxito en este nuevo escenario.

## Querías saber más sobre el comercio basado en agentes.

Estamos desarrollando una infraestructura que impulsará el futuro de las ventas en línea, en colaboración con la industria.

## Querías saber cómo mejorar el rendimiento en YouTube.

Estamos lanzando nuevas herramientas para generar demanda y conversiones medibles que tengan un impacto real en los resultados.

## Querías obtener ayuda para generar creatividades.

Estamos integrando herramientas de IA generativa en Google Ads para que todas las empresas puedan crear anuncios de alto rendimiento..

## Querías saber cómo usar los datos para tomar mejores decisiones sobre la inversión en medios.

Estamos sentando las bases para una medición sólida.

## Querías que simplificáramos las tareas de ejecución.

Estamos desarrollando agentes de IA con una gran capacidad para transformar la experiencia en nuestras plataformas de anuncios.

Nosotros tenemos el motor. Tú tienes la ambición. Pongámoslos a trabajar juntos. Sigue leyendo para conocer las conclusiones más importantes de Google Marketing Live y cómo aplicarlas a tu negocio.

*Vidhya Srinivasan*

# Conclusiones clave de Google Marketing Live

## Buscador

La IA es **lo mejor que le ha pasado al Buscador de Google.**

## Comercio basado en agentes

Es un cambio de paradigma que elimina la fricción, **transformando la curiosidad en conversión.**

## YouTube

¿Desarrollar tu **marca o impulsar el rendimiento?** En YouTube, **puedes hacer ambas cosas.**

## Creatividades

Desarrolla creatividades de alto rendimiento **a escala y en tiempo real.**

## Medición

La solidez de los datos y la medición son la **base del crecimiento.**



# La IA es lo mejor que le pasó al Buscador de Google

Hace tiempo que estamos trabajando para combinar lo mejor del motor de búsqueda con lo mejor de la IA.

Comenzamos esta enorme transformación cuando presentamos la **Visión general creada por IA**. Y hace solo un año, lanzamos el **Modo IA**, que permite tener una interacción fluida con el Buscador.

El Modo IA está cambiando por completo la forma en la que las personas buscan y descubren.

A medida que las personas descubren todo lo que el Buscador puede hacer, empiezan a hacer más preguntas. Tanto es así que, **el trimestre pasado, las búsquedas alcanzaron un máximo histórico**.<sup>1</sup>

1,000 M

El Modo IA ya superó los **1,000 millones** de usuarios mensuales<sup>2</sup>

3X

Las búsquedas en el Modo IA son **3 veces más largas** que las búsquedas tradicionales<sup>3</sup>



# Para ganar en la nueva era del Buscador impulsado por IA, necesitas **anuncios impulsados por IA**



Los consumidores ya no tienen que enfrentarse al histórico dilema entre una decisión inteligente o una decisión rápida.

Con el Buscador de Google, ahora es posible realizar búsquedas exhaustivas, bien pensadas y personalizadas a la velocidad de una compra por impulso.

**A medida que el Buscador se vuelve más inteligente, los anuncios también lo hacen.**

No solo estamos llevando anuncios a las experiencias de búsqueda con IA, sino que estamos reinventando lo que es un anuncio en ese contexto.

Las **Ofertas directas** ofrecen a tus clientes con mayor intención de compra algo exclusivo, justo en el momento exacto en el que están listos para comprar. Las estamos incorporando al Modo IA como una parte fluida e integrada de la conversación.

Los **anuncios de Shopping impulsados por IA** muestran a las personas una lista curada de productos basada en los criterios exactos que están buscando, sin importar qué tan larga o compleja sea la consulta.

Ahora incluso puedes **chatear con los anuncios**. Estos anuncios agénticos están desarrollados con Gemini para atraer prospectos más calificados a tu embudo de ventas.

En la nueva era del Buscador, los mejores anuncios son simplemente respuestas. Sé la respuesta que los clientes están buscando con **AI Max para campañas de búsqueda y Performance Max**. [Más información](#) 

**¿Cómo aparecer en el Buscador impulsado por IA?** Destaca lo que hace única a tu marca, enfócate en el contenido útil y prepárate para los agentes. Consulta la [guía de SEO más recientes de Google](#) para saber más. 



# Google te ofrece un camino directo hacia el crecimiento en la era del comercio basado en agentes

Google sentó las bases para un comercio basado en agentes pensado para retailers y comercios.

Todo comienza con el **Gráfico de compras**. Con más de 60,000 millones de fichas<sup>4</sup> de producto, este conjunto de datos, potenciado por Gemini, el Buscador y YouTube, comprende la intención como nunca antes.

Hace poco, presentamos el **Protocolo de Comercio Universal** (UCP por sus siglas en inglés), un nuevo estándar de la industria desarrollado en conjunto con referentes como Shopify, Etsy, Wayfair, Target, Walmart, Amazon, Meta, Microsoft, Salesforce y Stripe. El **UCP** funciona como un lenguaje común que conecta a los agentes y los comercios sin esfuerzo y sin necesidad de códigos personalizados.

**UCP** permite que los datos en vivo —incluidos el inventario, los programas de fidelización y los beneficios de pago— lleguen directamente al cliente en tiempo real. Esto facilita el descubrimiento y reduce la fricción en momentos clave como el proceso de pago, al tiempo que garantiza que mantengas el control total de tus relaciones y tus datos.

Con **UCP**, estamos haciendo que todo el recorrido sea más sencillo, para que los clientes pasen del descubrimiento a la decisión de formas nunca antes posibles.



Asegúrate de contar con **feeds enriquecidos con todos los detalles de tus productos** en **Merchant Center**. Los feeds de alta calidad son la mejor manera de ser descubierto en el Buscador conversacional. Es la diferencia entre no aparecer y ser la respuesta exacta. [Más información](#) 

# ¿Desarrollar tu marca o impulsar el rendimiento?

## En YouTube, **puedes hacer ambas**

En Google Marketing Live, abordamos las principales preguntas de los profesionales de marketing sobre el rendimiento en YouTube.

**¿Por qué YouTube es actualmente la mejor plataforma para los profesionales de marketing que se dedican al rendimiento?**

**Todo se reduce a las audiencias y la atención.**

Para los usuarios encuestados en México, **YouTube es la plataforma #1 para ver contenido de creadores**, superando a todos los competidores incluidos Facebook, Instagram, TikTok, y X.<sup>5</sup> Nuestros espectadores están atentos, comprometidos y confían plenamente en los creadores de YouTube. Esa atención y confianza se traducen en decisiones de compra.

YouTube es la **plataforma de streaming #1** en México <sup>6</sup>

# 30%

Solo en el segundo semestre del año pasado, implementamos cientos de mejoras en las campañas de Demand Gen que impulsaron un **aumento promedio del 30% en las conversiones.**<sup>7</sup>

**¿Cómo puedo obtener el mejor rendimiento posible en YouTube?**

La respuesta es simple: Demand Gen. Agregar Demand Gen a **tus campañas de Búsqueda y de PMax, impulsa, en promedio, un ROAS un 10% mayor y una efectividad de ventas un 12% más alta**<sup>8</sup>. Con la tecnología de Gemini, las campañas de Demand Gen usan indicadores valiosos de YouTube y el Buscador de Google para captar miles de millones de momentos de intención, lo que permite predecir lo que tus clientes querrán a continuación y transformar el descubrimiento en demanda.

# Cambia el enfoque de la conversación con tu Director de Finanzas



¿Cómo sé si mis campañas de YouTube están dando buenos resultados?

Para medir el verdadero impacto de YouTube, enfócate en lo que cuenta como una vista real, cómo asignar el crédito entre los diferentes canales y el valor a largo plazo.

**No todas las vistas son iguales.** YouTube usa las **Conversiones de vista interesada**, el estándar de referencia, que garantizan que un usuario eligió mirar tu anuncio antes de comprar, en lugar de simplemente pasar de largo al explorar el feed.

La **Atribución por tipo de campaña** proporciona una comparación directa y equitativa destacando todas las conversiones a las que contribuye Demand Gen.

**No te quedes solo con los primeros 30 días.** Al contabilizar tanto las ventas inmediatas como el valor de la marca, **YouTube genera un ROAS incremental a largo plazo un 86% más alto que los anuncios en redes sociales.**<sup>9</sup>



Adopta **Demand Gen** para crear, captar y convertir la demanda. Las nuevas funciones anunciadas en GML, incluyen el inventario de Maps, los Feeds de productos expandidos y más formas de integrar los recursos de creadores en tus campañas. [Más información](#) 

# Crea anuncios efectivos a gran escala

**La creatividad es el factor determinante para la efectividad de los anuncios, ya que contribuye a casi la mitad de las ventas incrementales.**<sup>10</sup>

Sin embargo, estar a la altura de la demanda constante de contenido nuevo y de alta calidad siempre ha sido un gran obstáculo. Google está resolviendo esta fricción **para que puedas diseñar y escalar contenido creativo de alta calidad que genere resultados.**

Con la integración de nuestros modelos de IA más avanzados, incluidos Gemini y Veo, directamente en **Asset Studio**, ahora puedes crear, escalar y probar recursos de nivel profesional en cuestión de minutos.

Ya sea que extraigas recursos de herramientas como Product Studio o Pomelli (una nueva herramienta de Google Labs que ayuda a las pequeñas empresas a generar recursos creativos de alta calidad y alineados con la marca) o incluso de herramientas de terceros como Canva y Adobe, todo se integra a la perfección.

Esto te permite escalar narrativas de alto rendimiento a través de YouTube, el Buscador y Discovery, manteniendo el control total sobre los lineamientos de tu marca. Con las **pruebas A/B integradas de un solo clic**, puedes poner en marcha tus mejores ideas con total confianza y transformarlas en anuncios de alto rendimiento que alcanzarán una escala sin precedentes.

Centraliza tu producción en **Asset Studio** con tus herramientas de creatividad propias y de terceros para generar **creatividades de alta calidad** y convertirlas en **anuncios de alto rendimiento.**

[Más información](#) 



# La solidez de los datos y la medición son la base del crecimiento

La medición ya no es solo realizar un seguimiento: es el motor competitivo que alimenta tu IA. Para navegar por los recorridos actuales de los consumidores, los profesionales de marketing exitosos se apoyan en un [manual de medición moderno](#) basado en [tres pilares](#).

## Solidez de los datos

En un mercado que se mueve rápidamente, los beneficios de gestionar correctamente tus datos se multiplican con rapidez. Maximiza tus señales conectando tus fuentes en Data Manager y Google tag gateway.

## Causalidad

Para avanzar a la velocidad de la IA, necesitas señales oportunas y confiables. Hemos introducido las **Búsquedas de marca atribuidas (ABS, por su siglas en inglés)** para la intención a corto plazo y **Conversiones futuras calificadas (QFC, por su siglas en inglés)** para demostrar el impacto a largo plazo.

## Visión unificada

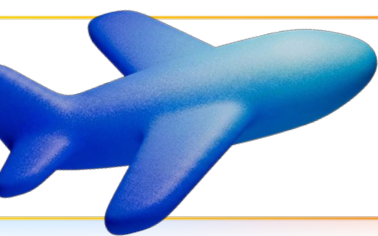
Meridian, nuestro MMM de código abierto de última generación, ofrece una vista completa del rendimiento. Ahora, al estar integrado en Google Analytics 360, funciona como tu centro de control de datos.

Implementa la **Google tag gateway** para fortalecer la solidez de tus datos y convertir la medición en el motor de tus decisiones y tu crecimiento. [Más información](#) 

# Marcas que triunfan en la era de la IA

IA Max  
**Lufthansa Group** lleva el rendimiento a nuevas alturas

Llegar a los viajeros de hoy en día, cuya intención cambia según el destino, las fechas y el tipo de viaje, puede requerir miles de variaciones de anuncios. Gracias a **IA Max**, Lufthansa Group logró mostrar anuncios relevantes que coincidían con búsquedas más largas.



**El resultado:** Lufthansa Group conectó con los clientes en sus momentos exactos de inspiración, **lo que aumentó la tasa de conversión en un 16% y el ROAS en un 24%.**

GENERACIÓN DE DEMANDA

**General Motors** impulsa el tráfico online y a las concesionarios

Un auto no es una compra impulsiva, por lo que General Motors (GM) necesita encontrar a los consumidores en las primeras etapas de su fase de investigación y acompañarlos hasta que se concrete la venta. Combinar posiciones premium de YouTube con campañas de Demand Gen logró conectar la narrativa de la marca con las ventas locales. Este enfoque captó el interés de los compradores desde la investigación inicial hasta la visita al concesionario en todas las marcas de GM.

**El resultado:** La estrategia de GM en el recorrido completo del consumidor en todo su portfolio generó un **retorno de la inversión 3 veces mayor para la marca** en YouTube.



SOLIDEZ DE LOS DATOS

**Dr. Martens** impulsa la solidez de sus datos hacia un crecimiento rentable

Para asegurar el crecimiento a largo plazo, Dr. Martens cambió su enfoque hacia sus productos de mayor margen. La marca integró sus datos de márgenes directamente en las campañas de PMax para optimizarlas en función de los mejores retornos financieros, no solo de las conversiones fáciles.

**El resultado:** Al fortalecer sus datos y optimizar las campañas en función de la rentabilidad real de los productos, Dr. Martens **logró un aumento del 16% en sus ingresos.**



# Haz que la ventaja de Gemini sea tu **ventaja** **de negocio**

Estamos poniendo la ventaja de Gemini directamente en tus manos con formatos de anuncios de mayor rendimiento, diseñados para la era de la IA, y una optimización de campañas que impulsa **resultados de negocio reales**.

Impulsa tu próxima campaña en  
[Accelerate with Google](#). 



1. Google I/O 2026.
2. Google I/O 2026.
3. Las búsquedas en el Modo IA son, en promedio, 3 veces más largas que las búsquedas tradicionales. Fuente: Datos internos de Google.
4. Hay más de 60.000 millones de listados en el Shopping Graph de Google. Fuente: Datos internos de Google, Global, Comercio, abril de 2026.
5. De acuerdo a una encuesta realizada por Kantar, los usuarios entrevistados en México califican a YouTube como la plataforma #1 para ver contenido de creadores, sobrepasando a todos los competidores incluidos Facebook, Instagram, TikTok, and X (Twitter). Fuente: Google/Kantar, Estudio Futuro del Video, n=1460 usuarios de videos producidos por creadores, n=2061 usuarios semanales de video de 18-64 años en México. Campo realizado del 31 de Marzo de 2025 al 24 de Abril de 2025. El set competitivo incluye 10 jugadores: TV de paga, TV abierta, Netflix, Disney +, Amazon Prime Video, Vix +, Facebook, Instagram, TikTok, X(Twitter).
6. De acuerdo al reporte The Gauge de Nielsen en México de Julio 2025, YouTube es la plataforma número 1 de transmisión de contenido de video en términos de tiempo de reproducción en las ciudades medidas (Por arriba de Netflix, Prime Video, Vix, Disney +, Hbo Max y otras plataformas de streaming).Fuente: Reporte Gauge de Nielsen, México, Julio 2025.
7. En la segunda mitad de 2025, introdujimos cientos de mejoras en las campañas de Demand Gen que, en promedio, están impulsando un aumento del 30% en las conversiones o en el valor de conversión para los anunciantes, según un experimento interno (Global, H2 2025). Fuente: Datos internos de Google, Global, resultados del experimento de Demand Gen, H2 2025.
8. Basado en un meta-análisis de MMM de Nielsen, agregar Demand Gen impulsado por la IA de Google a las campañas de búsqueda y Performance Max ofrece, en promedio, un ROAS un 10% mayor y una efectividad de ventas un 12% más alta que aquellas sin Demand Gen. Fuente: Meta-análisis de MMM de Nielsen encargado por Google en 2024 que midió los anuncios de búsqueda impulsados por IA de Google; la investigación abarcó 1.1 millones de campañas a lo largo de 104 semanas en los sectores de alimentos, bebidas, restaurantes; cuidado personal y del hogar; comercio minorista; ropa de marca y bienes duraderos; telecomunicaciones; y automotriz entre 2022 y 2024; el ROAS se define como ventas incrementales por dólar invertido; la efectividad de las ventas se define como ventas incrementales por cada 1.000 impresiones.
9. De acuerdo con un meta-análisis personalizado de MMM encargado por Google a Circana en los EE. UU., en promedio, YouTube impulsó un ROAS incremental a largo plazo un 86% más alto que las redes sociales pagadas. Fuente: Circana, LLC, meta-análisis de MMM encargados por Google en 2025 que midieron el impacto a largo plazo de los medios a través de los canales de valor de marca; la investigación incluyó 20 observaciones a nivel de marca derivadas de 40 modelos de MMM que abarcaron 104 semanas en 10 marcas de CPG de EE. UU. en los sectores de cuidado del hogar, cuidado personal, belleza, alimentos y bebidas (2023-2024); el ROAS se define como ventas incrementales por dólar invertido para el total de medios de Google.
10. El contenido creativo publicitario impulsa casi la mitad (49%) de las ventas incrementales y sigue siendo el factor más crítico para la efectividad de la publicidad por un amplio margen. Fuente: NCSolutions, 2023.

Google

