



NML Nash Marketing Labs

INFORME · PRIMER SEMESTRE 2026

Novedades de IA en Paid Media

Lo que ha cambiado de verdad en Google y Meta este semestre —y cómo lo aprovechamos para que la IA trabaje a favor de tu negocio, no de tus métricas de vanidad.

// PERIODO

Ene – Jun 2026

// ALCANCE

Google Ads · Meta

// POR

Nash Marketing Labs

El cambio de fondo en 2026: la IA ha dejado de asistir para empezar a **ejecutar**. Google y Meta están automatizando targeting, creatividades y reparto de presupuesto de extremo a extremo. La ventaja ya no es "usar la IA" —la usa todo el mundo—, sino **tener el criterio, la medición y los datos de negocio** para dirigirla. Esto es lo más relevante del semestre.

G Google Ads

GOOGLE AI Max sale de beta y se generaliza

+7% conv.

AI Max para Search deja la beta con mejor calidad de targeting y creatividad y más controles. Desde septiembre, las campañas con Dynamic Search Ads, assets automáticos o broad match a nivel campaña se migran automáticamente. Además llega a Shopping y a formatos de travel.

→ **Nuestra lectura:** Migración inevitable: hay que entrar con los controles bien puestos (negativas, brand terms, exclusiones) para no perder el control del gasto.

GOOGLE AI Brief: diriges la IA con tus palabras

Gemini

Nuevo control sobre AI Max impulsado por Gemini: le das contexto de tu negocio, qué quieres que digan tus mensajes y a quién quieres llegar. Los **text disclaimers** garantizan que el texto obligatorio aparece siempre, incluso con expansión de URL final.

→ **Nuestra lectura:** El brief es donde metemos el criterio de negocio. Lo redactamos por cliente para que la IA optimice hacia tu cliente rentable, no hacia el clic barato.

GOOGLE Performance Max, más transparente

Llegan mejoras de reporting y control: **channel performance report** (beta) para ver por canal, listas de palabras clave negativas a nivel campaña y más límites de search themes.

→ **Nuestra lectura:** Por fin se puede auditar PMax canal por canal. Lo usamos para cortar el desperdicio que antes quedaba escondido en la caja negra.

GOOGLE Demand Gen potenciado con Gemini

Reparto de presupuesto más agresivo en tiempo real entre emplazamientos, nuevos controles de audience expansion y refinado de lookalikes. Suma alcance en Google Maps y herramientas para creators.

→ **Nuestra lectura:** Buen canal de captación alta del funnel para B2C e infoproducto. Lo medimos contra negocio, no contra impresiones.

GOOGLE

Un agente unificado con Gemini

Google introduce un agente único construido con Gemini que conecta Google Ads, Analytics, Merchant Center y Marketing Platform como un asistente estratégico siempre activo.

→ **Nuestra lectura:** Útil como copiloto, no como piloto. La estrategia y las decisiones de inversión siguen necesitando criterio humano sénior.

M

Meta

META

Advantage+ Creative generativo

El núcleo de las novedades de Meta. Subes tus assets base y la IA genera automáticamente variaciones de imagen y texto. Ya hay más de 4M de anunciantes usando sus herramientas generativas, con 15M+ de anuncios IA al mes.

→ **Nuestra lectura:** Multiplica el volumen de test. Lo gobernamos con naming y lectura de datos para escalar solo las variantes que de verdad venden.

META

Imagen a vídeo, sin productora

20 fotos

Nueva herramienta que convierte hasta 20 fotos de producto en vídeos multi-escena pulidos para Facebook e Instagram, incluida la generación automática de vídeo a partir de imágenes estáticas.

→ **Nuestra lectura:** Baja el coste marginal del vídeo a casi cero. Ideal para alimentar el Creative AI Lab y testear ángulos en vídeo cada semana.

META

Automatización más accesible

+22% ROAS

Advantage+ baja el umbral a 25 conversiones/semana —abriendo la IA a cuentas más pequeñas— y reporta de media un 22% más de ROAS frente a campañas gestionadas manualmente.

→ **Nuestra lectura:** La automatización es el suelo, no el techo. La diferencia la marca el setup: tracking, audiencias semilla y señales de conversión correctas.

META

Doblaje IA multi-idioma

El motor de doblaje de Meta replica voz, tono y ritmo del creador en varios idiomas, con lip-sync para traducciones naturales (inglés, español, portugués, hindi y más).

→ **Nuestra lectura:** Escala una buena creatividad a varios mercados sin re-grabar. Útil para clientes multi-país.

META

Hacia 'objetivo + presupuesto + 1 imagen'

Meta ha señalado que a finales de 2026 el anunciante podría solo aportar un objetivo, un presupuesto y una imagen de producto: la IA construye el resto de la campaña.

→ **Nuestra lectura:** El trabajo se desplaza del 'montar campañas' al 'dirigir el sistema': qué objetivo, con qué datos y con qué criterio de negocio.



Lo que significa para ti

NML

La IA ejecuta; el criterio decide

Cuando todos tienen la misma IA, la ventaja está en cómo la diriges: objetivos de negocio claros, no métricas de vanidad. Es el corazón de nuestra metodología Pure Performance™.

NML

Sin medición limpia, la IA optimiza hacia el ruido

Estos modelos aprenden de tus señales de conversión. Si el tracking está sucio (eventos duplicados, conversiones perdidas), la IA escala el error más rápido que nunca.

NML

Tu catálogo y tu estrategia siguen siendo tuyos

La IA no clasifica tus SKUs por margen real ni decide tu estrategia multicanal. Ahí seguimos poniendo criterio humano: qué escalar, qué pausar y dónde rinde cada euro.

¿Tu cuenta está lista para esta ola de IA?

La automatización solo rinde si la diriges bien: medición limpia, objetivos de negocio y un catálogo y una estrategia a la altura. Te lo revisamos en una auditoría gratuita y te decimos exactamente dónde estás dejando margen sobre la mesa.

Pide tu Auditoría Gratuita →

nashmarketinglabs.com