

Una nueva generación en el mercado laboral: La inteligencia artificial. Por iniciativa Empresarial

Este año las empresas tendrán que enfrentarse a muchos retos, pero también se podrán aprovechar las oportunidades creadas por los cambios provocados por la pandemia. Los expertos presentan 4 áreas a las que las empresas deben prestar especial atención

El año pasado terminó con la información positiva sobre la aprobación de la Comisión Europea de las vacunas para el COVID-19 y la autorización de su comercialización en todos los países de la UE. Esto ha permitido a los representantes de las empresas, que en muchos sectores registraron pérdidas el año pasado, mirar al futuro con optimismo.

Es cierto que la vuelta a la normalidad no se producirá rápidamente, y es posible que el interés por algunos servicios nunca vuelva a ser el de antes de la pandemia. Las iniciativas empresariales deben buscar formas de llegar a los clientes de forma más eficaz y mejorar los procesos internos, reduciendo los costes y el tiempo de ejecución de las tareas individuales.

Para lograr este objetivo, es necesario utilizar tecnologías modernas, que las empresas conocen bien. Según IDC en el estudio FutureScape: predicciones mundiales de transformación digital en 2021, a pesar de la pandemia, el crecimiento medio agregado de las inversiones en soluciones digitales alcanzará el 15,5% hasta 2023.

Los datos siguen siendo el recurso más importante

La Comisión Europea apoya a los Estados miembros en la lucha contra el impacto económico de la pandemia. Para ello se ha creado el programa "Next Generation EU", con el que se concederán subvenciones para las inversiones más urgentes en dos ámbitos principales: la ecología y la transformación digital.

Entre las prioridades de inversión señaladas por la UE están la inteligencia artificial, la nube, la conectividad y los proyectos 5G, la ciberseguridad y la construcción de una economía basada en los datos. El uso adecuado de los datos disponibles será un factor clave que determinará el impulso de las empresas este año, que sin duda traerá consigo muchos retos, pero también oportunidades.

Los expertos de identifican 4 áreas de crecimiento empresarial este año:

Primero: La tendencia a la urbanización inversa acelera el desarrollo de las ciudades inteligentes

La pandemia ha contribuido a un cambio masivo de los trabajadores de oficina al modo de trabajo a distancia. Esto ha hecho que el lugar donde se realizan las tareas deje de ser relevante. Los que tuvieron la opción se trasladaron de las viviendas de las grandes ciudades a casas fuera de ellas, donde era más fácil soportar las penurias del encierro. Este cambio ha hecho que en las ciudades más

pequeñas se desarrollen servicios que antes no estaban disponibles o lo estaban de forma limitada, por ejemplo, el reparto de comidas.

La afluencia de residentes no se ha traducido en una mejora inmediata de la situación de las ciudades pequeñas. Sin embargo, según los expertos, a largo plazo, la tendencia a la urbanización inversa puede aumentar la inversión en las ciudades más pequeñas, porque sus habitantes esperarán que el nivel y la comodidad de sus vidas no disminuyan tras abandonar las ciudades. Surgirá un mercado de servicios en lugares que antes no estaban en la lista de prioridades comerciales.

Segundo: El uso responsable de la inteligencia artificial es cada vez más importante para las empresas. La salud de las empresas en los difíciles tiempos actuales requiere el apoyo de la tecnología inteligente. La normativa anunciada y aplicada sobre el uso de la IA tiene como objetivo eliminar los riesgos asociados al uso de sistemas de "autoaprendizaje" en diversos campos y áreas de negocio, lo que debería traducirse en un aumento del número de proyectos e implantaciones de esta tecnología.

Hay varios proyectos de desarrollo de inteligencia artificial en España. Para el apoyo a las iniciativas de IA se van a crear condiciones legales y organizativas para probar herramientas basadas en esta tecnología, lo que facilitará el desarrollo empresarial de soluciones de IA. Según los expertos, es muy importante garantizar la transparencia y la fiabilidad de los algoritmos, asegurar que los proyectos de IA se lleven a cabo con ética y promover este enfoque entre los representantes de las empresas. Ser capaz de entender cómo los sistemas de IA toman decisiones proporcionará una base sólida para crear la confianza necesaria para popularizar estas soluciones.

Tercero: Los clientes están preparados para la aceleración tecnológica

La actual transformación digital de las empresas facilita aún más a los clientes la gestión de servicios, las compras y la comunicación con las empresas sin salir de casa.

Cada vez se pueden hacer más cosas desde un smartphone, y la competencia en el mercado online es mucho mayor que en el tradicional. Las expectativas de los clientes han aumentado, ya que no solo quieren métodos de pago rápidos y sencillos, entregas en el mismo día o devoluciones de productos cómodas y gratuitas, sino que también confirman su disposición a utilizar máquinas y soluciones inteligentes como: drones, asistentes de voz, tecnologías de RV (Realidad aumentada) y VR (Realidad virtual).

El regreso de los clientes a los puntos de servicio físicos, en la dimensión anterior a la pandemia, tras el levantamiento del cierre es poco probable.

La lucha por los compradores es aún mayor en el espacio virtual, donde los proveedores deben desarrollar sus servicios. Esta es una gran oportunidad para las empresas más pequeñas, ya que la inversión en tecnología necesaria para hacer negocios online suele requerir un menor desembolso financiero que la expansión de la red de sucursales de una empresa que cubra todo el país o incluso lugares seleccionados.

Cuarto: La generación de los "nativos de los datos" se incorpora al mercado laboral. Para la joven generación que se incorpora al mercado laboral, los datos no son "magia negra". Entienden que el número de suscripciones, likes o comentarios es una moneda moderna que se puede monetizar.

Las empresas se guían por estas métricas a la hora de decidir, por ejemplo, trabajar con un influencer o elegir un canal de promoción digital. La generación de los "nativos de los datos" es un importante grupo de consumidores ávidos de innovaciones tecnológicas y acostumbrados al acceso instantáneo a la información. Por ello, inician el proceso de compra consultando opiniones, comparando ofertas online y esperan que el proveedor del producto o servicio invierta continuamente en nuevas herramientas de contacto, venta y servicio.

Al invertir en soluciones digitales modernas, las empresas seguirán siendo competitivas y la marca será atractiva para una nueva generación de compradores.

También es muy importante hacer un seguimiento constante de las necesidades y expectativas de los clientes mediante herramientas de análisis.

Datos de contacto:

INICIATIVA EMPRESARIAL

Comunicado de prensa sobre la inteligencia artificial

916772505

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [E-Commerce](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>