**Tendencias en negocios y tecnología para el 2018**

*Por Martín Frascaroli, CEO y Fundador de Aivo*

Durante 2017 las tendencias de la industria tecnológica oscilaron entre las innovaciones en el sector de la Inteligencia Artificial, la Realidad Aumentada y la Movilidad, todas ellas relacionadas con la mejora de la experiencia de los usuarios en su relación de consumo con las empresas de todos los sectores.

Estas innovaciones tecnológicas promovieron un avance sustancial del cual, por fortuna, no hay vuelta atrás. Así, las personas que décadas antes tenían un acceso limitado a la información, ahora pueden navegar –desde casi cualquier parte del mundo– en un mar de posibilidades, siempre y cuando se encuentren conectadas al mundo digital.

En México existen más de 70 millones de internautas, de los cuales el 81% se conecta a la red a través de un smartphone (de acuerdo a datos del [Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos de marzo de 2017, realizado por el IAB México](http://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2017/03/ECMYD_2016_Version_Prensa.pdf)). Este uso predominante de los dispositivos móviles ha revolucionado la rutina de los consumidores, los cuales se encuentran en constante movimiento cada vez que navegan en sus teléfonos.

En 2018 los consumidores se seguirán conectando y comunicando de forma incesante, siempre en busca de la mejor experiencia por su dinero. Por esta razón, resulta indispensable conocer y seguir de cerca las tendencias en negocios y tecnología que dominarán el mercado en 2018.

**1.- Inteligencia Artificial**

Las empresas deben abandonar la idea que sitúa a la inteligencia artificial como un juego o una película de ciencia ficción. La IA es una tendencia que lleva años permeando las empresas más vanguardistas del mundo y creando relaciones mucho más rápidas y fuertes con sus clientes debido a la rapidez y eficacia con la que las empresas se comunican con sus usuarios creando interacciones inteligentes de forma inmediata.

En el 2018 diversas plataformas digitales y *apps* aplicarán el *machine learning* o aprendizaje automático en sus procesos, lo que les permitirá aprender, adaptarse y actuar de manera autónoma. ¿Cómo beneficiará a las empresas? En la toma de decisiones, reinventando modelos de negocio y creando lazos más fuertes con sus clientes. Empresas como Facebook o incluso, oficinas de gobierno han comenzado a utilizar este tipo de tecnología.

**2.- WhatsApp Business**

WhatsApp recientemente decidió lanzar la fase piloto de WhatsApp Business, producto pensado con la finalidad que las empresas puedan interactuar con sus clientes de una forma más simple, automática y manteniendo una comunicación permanente. Esta plataformales dará la oportunidad de operar un negocio interactuando con los clientes a través del canal de mensajería más utilizado por ellos –en México el 93% de los internautas utilizan Whatsapp, de acuerdo al [13 Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017](https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/13-Estudio-sobre-los-Habitos-de-los-Usuarios-de-Internet-en-Mexico-2017/lang%2Ces-es/?Itemid=), de la Asociación de Internet.mx–.

La apertura de este nuevo canal también puede venir acompañado de una automatización de la atención: simplificando la autogestión del cliente, obteniendo una ilimitada capacidad de atención, reduciendo costos operativos y aumentando satisfacción y ventas. Un canal nuevo pero muy familiar para las empresas.

**3.- Omnicanalidad**

En 2018 habrá más personas conectadas a la red, las cuales demandarán cada vez más servicios a través de sus canales preferidos. Este año el reto de las empresas es ser omnicanales, es decir, crear las condiciones y caminos para que los clientes inicien una comunicación por una vía de interacción y puedan continuarla por otra.

En México, algunas empresas ya han iniciado este cambio catalogando y canalizando las inquietudes de los usuarios, filtrando sólo los casos que requieren atención personalizada y resolviendo sus problemáticas en los canales preferidos de los usuarios. Este tipo de incorporaciones son de gran ayuda en sus finanzas ya que reducen drásticamente los tiempos de atención.

**4.- Cadena de bloques**

¿Has oído hablar del Bitcoin? Si tu respuesta es no, es importante que sepas que es una criptomoneda creada en el año 2009 que no está respaldada por algún gobierno o banco. Por esta razón, las transacciones que se realicen con esta moneda digital no necesitan de intermediarios.

Las cadenas de bloques o *blockchains* son mecanismos para la creación de monedas como el Bitcoin, las cuales permiten realizar transacciones cibernéticas y libres de algún control local. El furor actual por el Bitcoin hará que en 2018, se hable mucho más de estas transacciones, alimentando aún más la polémica por su uso y regulación.

**5.- El Internet de las Cosas**

Cada vez cobra más fuerza en el argot digital y se trata de conectar objetos electrónicos cotidianos como refrigeradores, puertas, lámparas, botiquines, partes de automóviles, etcétera, para que éstos se comuniquen entre sí. Gracias a esto se podrá, entre otras cosas, interactuar de manera más natural con el entorno. Cambiará la relación entre ser humano-máquina y aparecerán negocios basados en otras tecnologías como el uso de drones o autos autónomos –los cuales incluso ya se encuentran a la venta en varios países incluyendo México–.

Las empresas podrán vender artículos que se conectan a la red y que dan respuestas sobre su desempeño. Sabrás lo que le ocurre a tus productos si es que presentan alguna falla y podrás ser aún más eficiente con tu servicio al cliente. Es un mundo nuevo abierto a todas las posibilidades.

Éstas sólo son algunas de las tendencias que marcarán el 2018 para las empresas y la tecnología. Sin embargo, es notoria la tendencia en los esfuerzos para mejorar la atención al cliente. ¿Y tú cuál consideras que será la más relevante?

# # #

**Acerca de AIVO**

**AIVO** es una compañía fundada en 2012 que se encarga de desarrollar *software* de servicio al cliente con base en la Inteligencia Artificial para transformar la forma en que las compañías interactúan con sus clientes.

Su producto estrella es **AgentBot**, plataforma omnicanal automatizada de servicio al cliente que utiliza elementos de Inteligencia Artificial para interactuar con los consumidores a través de distintos canales. Asimismo, ayuda a las empresas a mejorar la experiencia de los clientes al aprender de los mismos usuarios.

**AgentBot** de **AIVO** tiene una amplia base de clientes que incluye empresas mundiales como Sony, AIG, Visa, AT&T, GM, Telefónica, Mastercard, BBVA, entre otros.

**CONTACTO**

Another Company

Lorena Márquez

lorena@anothercompany.com.mx

55 1014 0564

Mario García

mario@anothercompany.com.mx

55 3930 2474