

Inteligencia artificial impulsará los negocios en el futuro

Las empresas hoy en día necesitan evolucionar hacia organizaciones ágiles con capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios y con la exigencia de innovar buscando elevar los niveles de servicios a sus clientes, señaló el líder del área TI y Comercio Electrónico de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Jaime Montenegro.

Además, hoy existe la imperiosa necesidad de evolucionar hacia una empresa inteligente que base sus decisiones en la data, indicó al recalcar que la inteligencia artificial está impactando en el mundo empresarial, permitiendo procesar y analizar grandes cantidades de datos.

«La Inteligencia Artificial (IA) así como el Internet de las cosas (IoT) y la computación en la nube impulsarán los negocios del futuro», sostuvo Montenegro durante el e-Summit Perú Ecommerce 2021, organizado por la CCL.

Soluciones para el comercio

Asimismo, afirmó que existen tres grandes áreas donde la Inteligencia artificial ofrece soluciones para el comercio: la experiencia de compras personalizadas, atención al cliente y asistencia en ventas, y la logística.

Explicó que es posible ofrecer experiencias personalizadas de compra venta gracias al análisis de patrones de consumo de clientes, la atención al cliente y asistencia en ventas está relacionada a tecnologías como los chatbots, que simulan conversaciones fluidas, mientras que con la logística, es posible hoy realizar análisis predictivos y diseñar estrategias de ventas adaptadas para la demanda de los consumidores y necesidades de los clientes.

Las aplicaciones de IoT, expusó, son variadas y están presentes en nuestro día a día, desde hogares inteligentes, automóviles autónomos, ciudades inteligentes, así como tener las cosas interconectadas permite recoger información de los clientes que podemos aprovechar para impactar en los negocios y aumentar ventas.

«Se puede elevar los niveles de experiencia del cliente, porque los resultados obtenidos mediante el análisis de la data permiten a los comercios ofrecer ofertas u opciones según preferencias de clientes y se pueden optimizar la gestión de inventarios», manifestó.

Cambio a lo digital

Montenegro refirió que uno de los cambios más importantes que ha tenido lugar desde que empezó la pandemia es el cambio hacia lo digital.

«La tecnología y digitalización es hoy en día el kit de supervivencia para los negocios en el mundo así como también representan la oportunidad de atenuar los efectos de la crisis pero también de crecer y mantenerse en niveles competitivos en el mercado», puntualizó.

Ciberresiliencia

Por su parte, Alberto Gómez, CoE líder de Ciberseguridad en CANVIA indicó que la ciberresiliencia es una estrategia que deben tener las organizaciones para que puedan continuar sus operaciones y sus negocios ante un ataque cibernético.

«La cyberesiliencia es la capacidad que tiene una organización o negocio de poder anticipar, resistir, recuperarse y evolucionar para mejorar sus capacidades frente a situaciones adversas, estrés o ataques a los recursos cibernéticos», acotó.

De este modo, la ciberresiliencia permite el crecimiento empresarial en tiempos adversos para promocionar una plataforma sólida y resistente para la transformación digital y el desarrollo del e-commerce, la modernización empresarial y la apertura de nuevos canales y oportunidades comerciales para los clientes.