



¿Qué MWC nos espera?

A medida que el Mobile World Congress evoluciona y pasa de ser un congreso específicamente centrado en dispositivos móviles a ser el escaparate mundial de los desarrollos digitales, es natural que el público y las compañías se planteen qué es lo que está por venir. Sin embargo, lo que esta edición debe garantizar es cómo las empresas, encargadas de desarrollar nuevas conexiones innovadoras, nueva inteligencia y nuevas experiencias, aplican de manera inmediata estas soluciones para mejorar la forma en la que las personas viven y trabajan.

De hecho, veremos cómo las empresas se benefician al poner mayor énfasis en la velocidad para testar las nuevas soluciones. Ya se trate de una nueva *app*, un piloto de Internet de las Cosas (IoT) o un experimento de Inteligencia Artificial (IA), la disponibilidad creciente de plataformas abiertas *'plug and play'* supondrá que se puedan diseñar, desarrollar y desplegar nuevas herramientas y soluciones en cuestión de días.

Al igual que la Realidad Virtual (RV) protagonizó la edición anterior, este año será la Inteligencia Artificial la tecnología que ocupe los principales titulares. Concretamente, la tecnología del *Machine Learning* (aprendizaje automático) será el pilar de muchos de los productos y soluciones que se presenten este año. Pero es importante diferenciar lo espectacular (el efecto *gau* que provocan estos avances) de la realidad, de lo contrario, nos arriesgamos a que el verdadero valor potencial de esta tecnología emergente sea subestimado, dando como resultado una ralentización de la inversión y la innovación.

Por otro lado, para aquellas organizaciones que están iniciando proyectos relacionados con el IoT, más allá de pruebas piloto a pequeña escala, este será el año en el que empezarán a definir su ventaja competitiva. De hecho, las conversaciones en torno a estos temas pasarán de ser discusiones sobre potenciales usos del IoT, a valoraciones sobre cómo implementar proyectos reales y de impacto. Por sectores, probablemente sea el hogar conectado donde se vea el progreso más obvio en la adopción del IoT por parte de los consumidores en 2017. Tendencia impulsada por los lanzamientos de asistentes virtuales y *home hubs* para ayudar a controlar los dispositivos en casa. Esto provocará que los *early-adopters* ya no sean los únicos con hogares llenos de dispositivos inteligentes, ya que el bajo coste de los sensores permitirá que todo el mundo tenga en su casa dispositivos conectados.

Para estos usuarios, cuyas casas pronto estarán repletas de dispositivos conectados, almacenar en cada dispositivo tarjetas de crédito tradicionales o detalles de pago puede no ser la forma más fácil –o segura– de comprar a través del IoT. Es por ello, que otra de las tecnologías que protagonizará los debates la próxima semana será el *blockchain*, no solo como una manera más para que los bancos realicen transferencias, sino también como una forma de facilitar nuevas transacciones y de contribuir a hacer más segura, eficiente y

“ La tecnología del *Machine Learning* será el pilar de muchos productos y soluciones de este año ”

fluida la relación. Y es que ya están emergiendo ejemplos de convergencia entre el IoT y el *blockchain*. En un país africano, los contadores eléctricos inteligentes han sido conectados a un *blockchain*, permitiendo recargar la cuenta prepago de electricidad usando Bitcoin. En Alemania, los cargadores de vehículos conectados están utilizando el *blockchain* y Bitcoin para facilitar el cobro de la electricidad utilizada en estos vehículos. Ejemplos adicionales vendrán de la mano del sector de la distribución, demostrando así el potencial que tiene para permitir y optimizar el comercio conectado.

“ Ya están emergiendo ejemplos de convergencia entre el IoT y el *blockchain* ”

Otro tema de relevancia que se abordará en el MWC será la Industria 4.0 y cómo se están desarrollando soluciones innovadoras para incrementar la productividad de los trabajadores y mejorar la satisfacción del consumidor. Un ejemplo podría ser cómo la realidad virtual permite formar a trabajadores para gestionar una emergencia, incrementando los resultados y la calidad de la experiencia. Otro podría ser dar a los dependientes la habilidad de “reconocer” a sus clientes, facilitándoles acceso inmediato al recorrido omnicanal completo de un consumidor. Esto les permitiría ofrecer un servicio completamente personalizado y específico, con grandes posibilidades de acabar en una compra.

El debate sobre la necesidad de racionalizar las *apps* empresariales se pondrá también encima de la mesa. Una plataforma multitarea bien diseñada podría ser mucho más valiosa que muchas *apps* móviles de una única función. Junto con ello, destacará el incremento del número de *chatbots*, muchos de ellos con aplicación de la IA, con mayor valor para las empresas y mejores experiencias de cara a los usuarios ■