



ENERO 2023

# Enfoka-Trends

*IA generativa: la nueva forma de crear contenidos*

# IA generativa: la nueva forma de crear contenidos

ENFOKA-TRENDS ENERO 2023

La inteligencia artificial generativa (IA) describe algoritmos (como ChatGPT) que se pueden usar para crear contenido nuevo, incluidos audio, código, imágenes, texto, simulaciones y videos. Los nuevos avances recientes en el campo tienen el potencial de cambiar drásticamente la forma en que abordamos la creación de contenido.

En 2021, OpenAI abrió un mundo de combinaciones extrañas y maravillosas cuando lanzó Dall-e, un modelo de lenguaje que convertía texto en imagen. Puedes escribir una breve descripción de casi cualquier cosa y el programa genera una imagen de lo que has pedido en cuestión de segundos. Dall-e 2, presentado en abril de 2022, supuso un enorme salto hacia adelante. Google también lanzó su propia IA de creación de imágenes, llamada Imagen.

Aun así, la novedad más importante fue [Stable Diffusion](#), un modelo de conversión de texto en imagen de código abierto y gratuito, lanzado por la empresa británica Stability AI el pasado agosto. Stable Diffusion no solo puede producir algunas de las imágenes más asombrosas vistas hasta la fecha, sino que está diseñado para funcionar en un (buen) ordenador doméstico.

Esta tecnología se está incorporando ya a programas comerciales como Photoshop. También empresas como Google o Meta han publicado ya los primeros videoclips generados por Inteligencia Artificial que por el momento duran solo unos segundos, pero eso va a cambiar. Algún día, podrá crearse una película solo con introducir el guion en un ordenador.

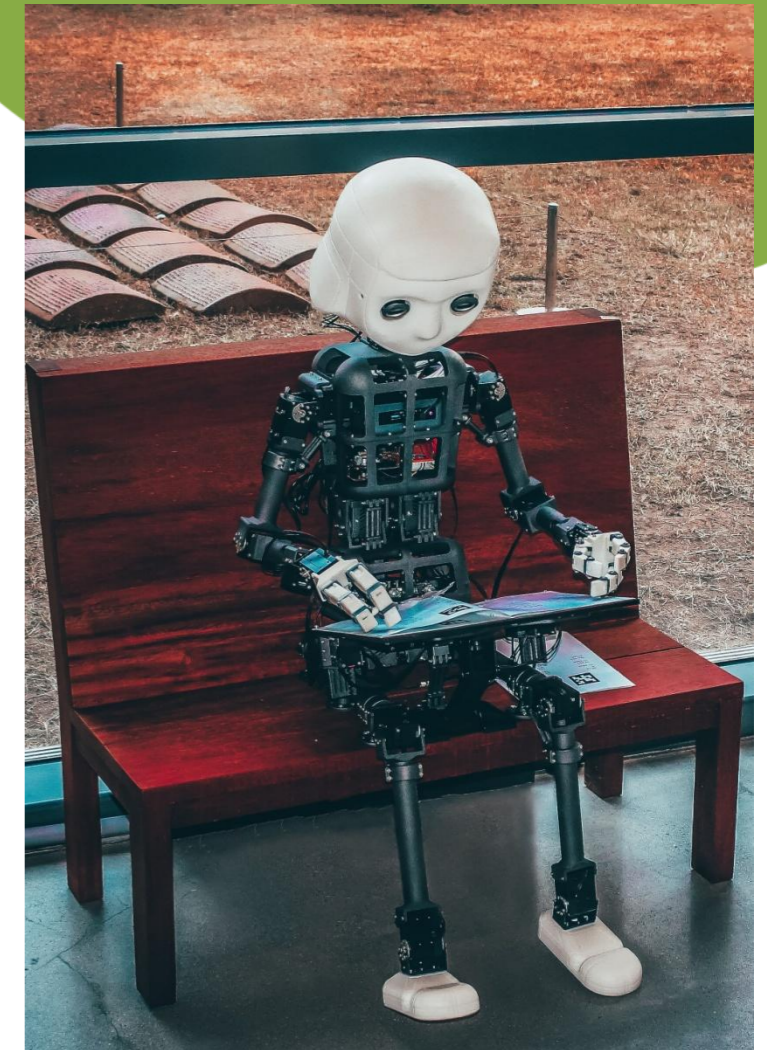


Imagen de [Andrea de Santis](#) en [Unsplash](#)

# IA generativa: la nueva forma de crear contenidos

ENFOKA-TRENDS ENERO 2023

La IA se está convirtiendo en un ámbito común en las principales industrias y el retail no es una excepción a esta norma. El sector de comercio minorista busca mantenerse al día para lo que muchas empresas han comenzado a implementar tecnologías de Inteligencia Artificial en todo el ciclo de productos y servicios, desde el ensamblaje hasta los servicios de posventa, ya sea impulsando las ventas con recomendaciones y personalización, impulsando la eficiencia con robots o sensores u ofreciendo nuevas formas de comprar y administrar tiendas. La IA está tocando todas y cada una de las partes de la industria minorista.

Según una encuesta de Symphony Retail AI realizada en colaboración con Incisiv, casi el 87% de los ejecutivos de este tipo de empresas piensan que la eficacia de la cadena de suministro de su negocio va por detrás de la competencia (22%) o solo está a la par (65%), mientras que solo el 13% de ellos cree que supera a sus semejantes, lo que destaca aún más las oportunidades sin explotar para la IA.

La incursión de Amazon Go impulsada por IA en el comercio minorista tradicional ha demostrado ser un éxito en el mercado. La compañía ahora espera hacer crecer su negocio a más de 300 ubicaciones (se espera que llegue a España en 2024) mientras se mantiene al tanto de las tendencias significativas de la tecnología de IA.

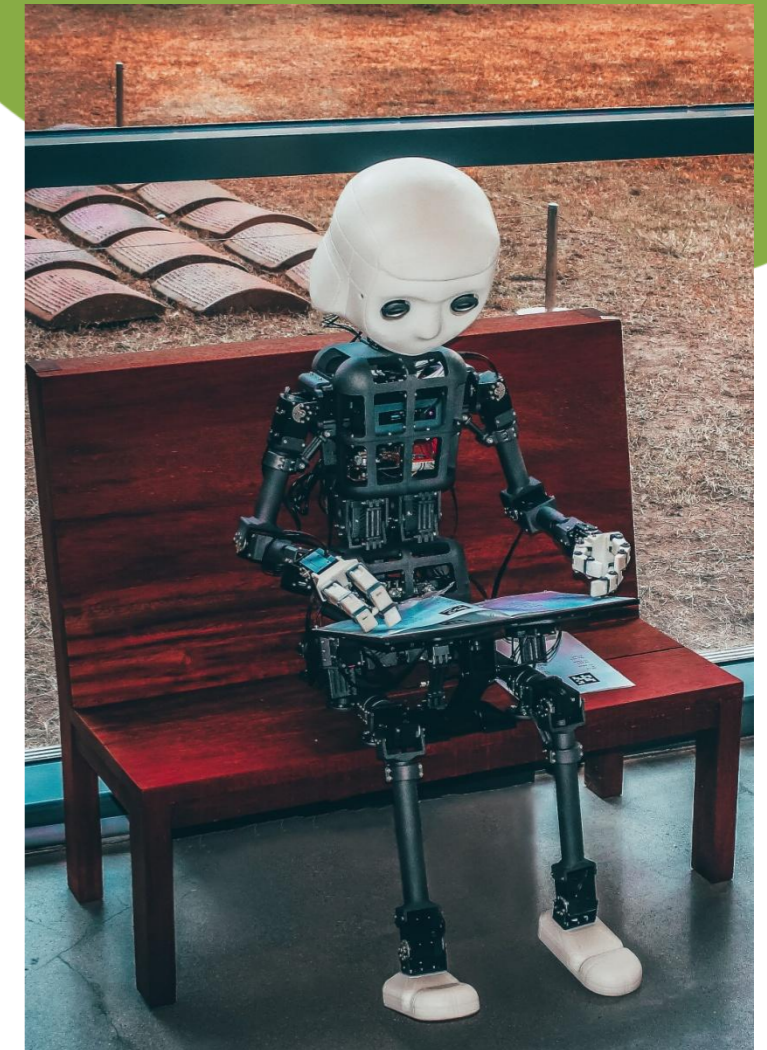


Imagen de [Andrea de Santis](#) en [Unsplash](#)



# IA generativa: la nueva forma de crear contenidos

ENFOKA-TRENDS ENERO 2023

La Inteligencia Artificial generativa es una de las tendencias tecnológicas estratégicas que la consultora Gartner destaca para los próximos años. La IA generativa se puede utilizar para una variedad de actividades, entre ellas el marketing dirigido. Para 2025, Gartner espera que la IA generativa represente el 10% de todos los datos producidos, frente a menos del 1% actual.

Un buen ejemplo es la empresa [Lalaland](#) que ya están ofreciendo la generación de avatares digitales totalmente realistas que permiten tanto validar diseños de prendas en 3D como exhibirlos en las webs de e-Commerce vistiendo las prendas en venta. La plataforma de generación de avatares de moda permite personalizar el tamaño, el tipo de cuerpo, la forma del cuerpo, el origen étnico, el peinado, la identidad, la pose e incluso el nivel de felicidad de la modelo.

Algunos especialistas en marketing ya están utilizando estos modelos para crear “anuncios listos para usar”. La agencia canadiense Rethink realizó una campaña el año pasado destacando imágenes de Ketchup generadas por Dall-e 2. A principios de este mes, Ryan Reynolds presentó un anuncio para su marca inalámbrica Mint Mobile que fue parcialmente escrito por ChatGPT. En el futuro, los especialistas en marketing esperan que haya disponibles aplicaciones nuevas y cada vez más concretas a medida que se desarrolla la IA generativa.

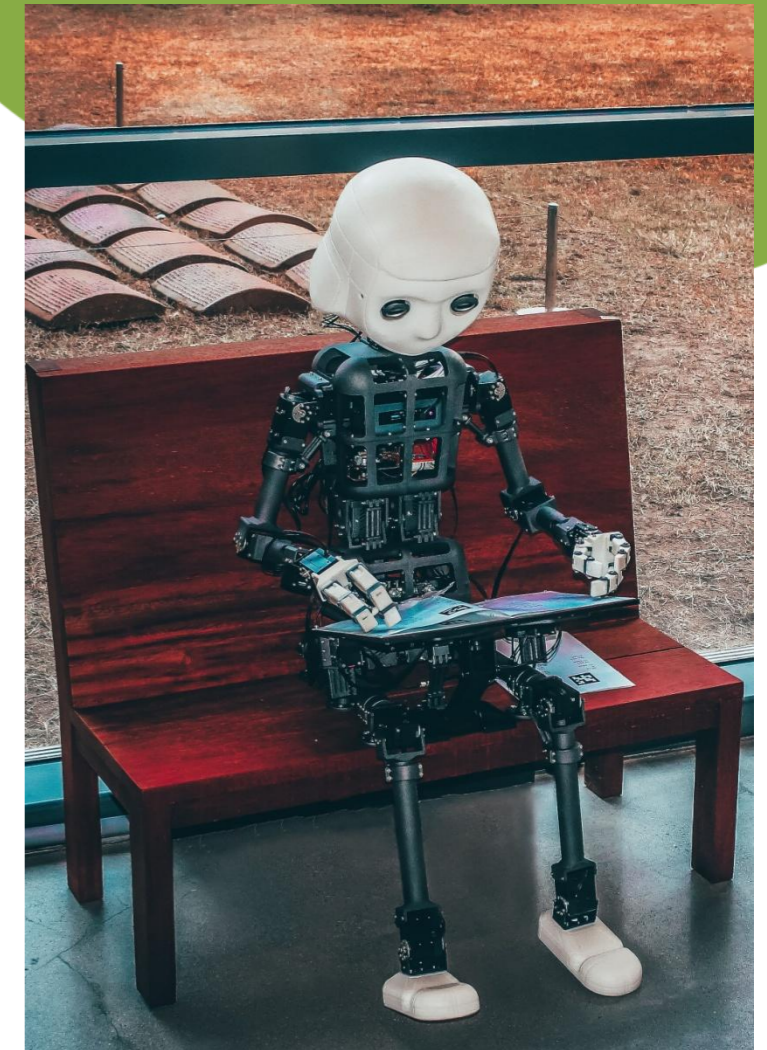


Imagen de [Andrea de Santis](#) en [Unsplash](#)

# IA generativa: la nueva forma de crear contenidos

ENFOKA-TRENDS ENERO 2023

Pero existen además otras tendencias de IA para el nuevo retail, veamos algunas de ellas:

- Hiper personalización de la experiencia: El modelo de IA detecta cuál es el historial de compras y ofrece las recomendaciones a los consumidores, automatizando prácticamente la experiencia de compra online.
- Automatización y robotización del delivery: El delivery ha evolucionado tanto que la demora en que un producto llegue al destino es entre uno o dos días. En ese sentido la IA permite automatizar y asegurar que los tiempos sean lo más cortos posibles para entregar los productos que se están vendiendo.
- Omnicanalidad: 1 de cada 5 compras online conlleva procesos de búsqueda offline y, a la inversa, 1 de cada 3 compras en tienda física está precedida por consultas en el mundo online. Las empresas tendrán que unificar a todos los canales para tratar al consumidor como un usuario único.
- Interfaces virtuales: Los nuevos asistentes digitales que utilizan la voz como interfaz principal serán uno de los principales recursos empleados en el sector. Gracias a esta tecnología los comercios podrán interactuar con sus usuarios de la misma forma que lo harían dos personas, construyendo una relación más fluida y directa entre ambas.

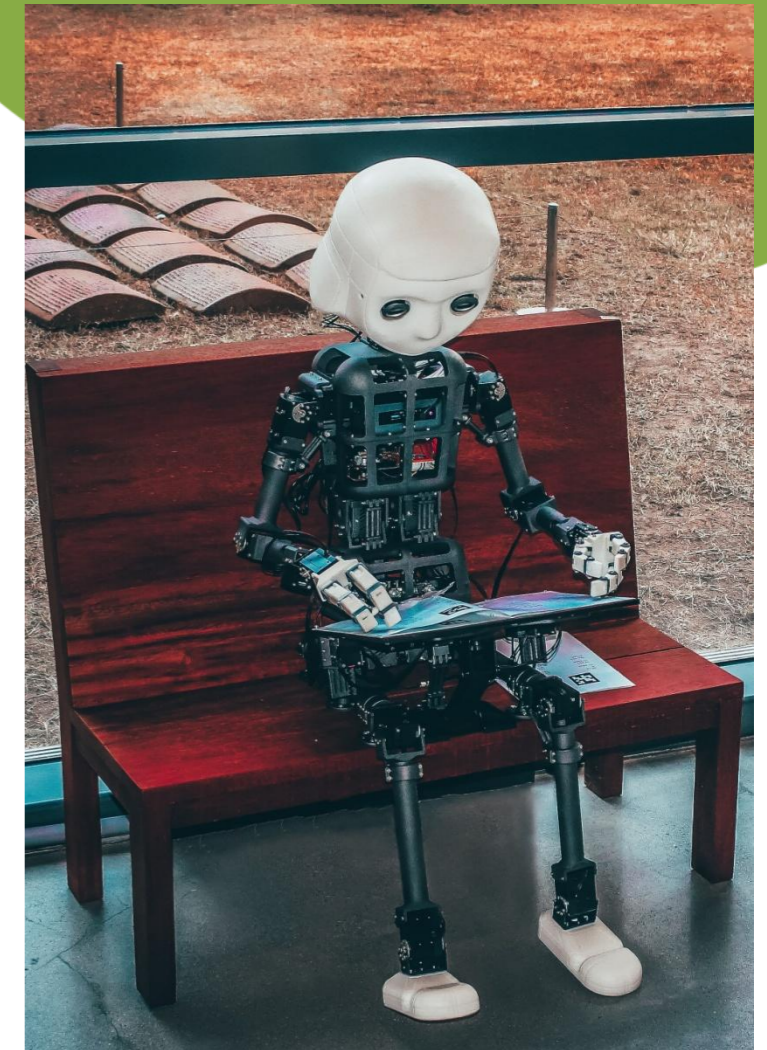


Imagen de [Andrea de Santis](#) en [Unsplash](#)

# IA generativa: la nueva forma de crear contenidos

ENFOKA-TRENDS ENERO 2023

- Reconocimiento de Imágenes – Radiofrecuencia: En las tiendas físicas la IA también nos permite automatizar las compras. Desde lo más básico como el reconocimiento de imágenes que es una solución que ya están utilizando diversas tiendas hasta el Computer Vision de Amazon, que son una serie de cámaras que monitorean la tienda y los clientes en su conjunto observando el comportamiento del consumidor, desde que ingresa hasta que sale de la misma y sin tener que pasar por la caja pues todo se realiza en el mismo carrito de compra.
- Ubicación óptima: La ingente cantidad de datos que manejamos permitirá establecer cuál sería la mejor ubicación de un local comercial, puesto que es posible conocer el flujo de movimiento de los clientes, los días y horas de la semana de mayor demanda y la frecuencia con que lo hacen.
- Mejora del servicio al cliente: Las empresas pasarán de la fabricación única a ofrecer servicios de mantenimiento, asesoramiento, formación o upgrading con el objetivo de mejorar la experiencia del consumidor y ofrecerle una relación a largo plazo basada en la confianza y la experiencia.
- Dotación de personal: Al identificar las horas de mayor demanda, el comercio puede predecir con más precisión cuánto personal necesita en cada momento y de qué perfil.

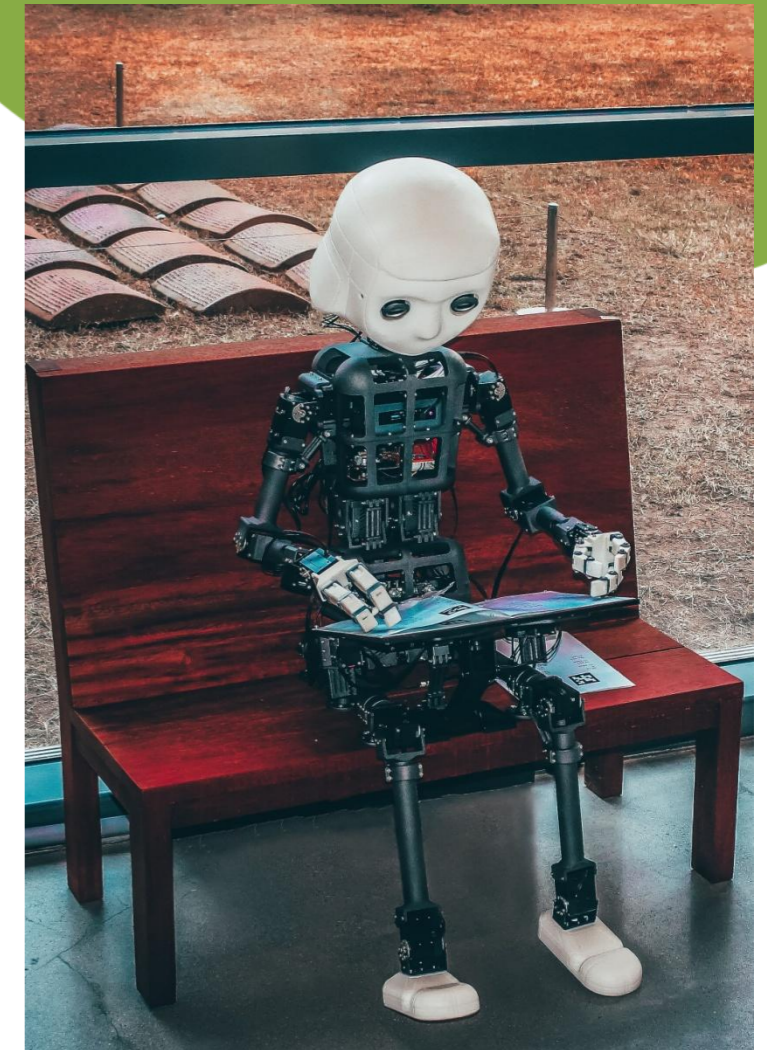


Imagen de [Andrea de Santis](#) en [Unsplash](#)

# IA generativa: la nueva forma de crear contenidos

ENFOKA-TRENDS ENERO 2023

- Sustentabilidad y optimización de los recursos: Esta es una tendencia que viene desde hace mucho tiempo y que busca optimizar recursos para ser más eficientes. No siempre ha estado ligada a la IA pero podemos utilizarla con la finalidad de ser más sustentable cuidar más el planeta, a nosotros mismos siendo eficientes con el uso de la energía, con los tiempos de producción, de personal y ser más respetuosos con los tiempos de nuestros trabajadores.

Por ejemplo, con los modelos de IA y Machine Learning podemos evitar los desastres ecológicos. La finalidad es ser socialmente responsables y hacer las cosas sin perjudicar al medio ambiente y la vida y la salud mental de nuestros trabajadores.

- Regulación de la Inteligencia Artificial: Todo lo anterior hace que la IA nos facilite la vida, pero ello debe tener un límite en cuanto a la información que pueda ayudar a sacar valor y dónde pasa el límite de la privacidad dónde a nosotros, como consumidor, a lo mejor no nos gustaría que tengan esa información que consideramos confidencial.

Esto va a ser muy importante para que la IA siga creciendo e impactado de manera positiva en nuestras vidas. Por ejemplo, en China ya el 2021 se implementó la Ley de protección de la información personal, que va a regular la IA y la gobernanza de la IA, con todo el tema ético que conlleva.

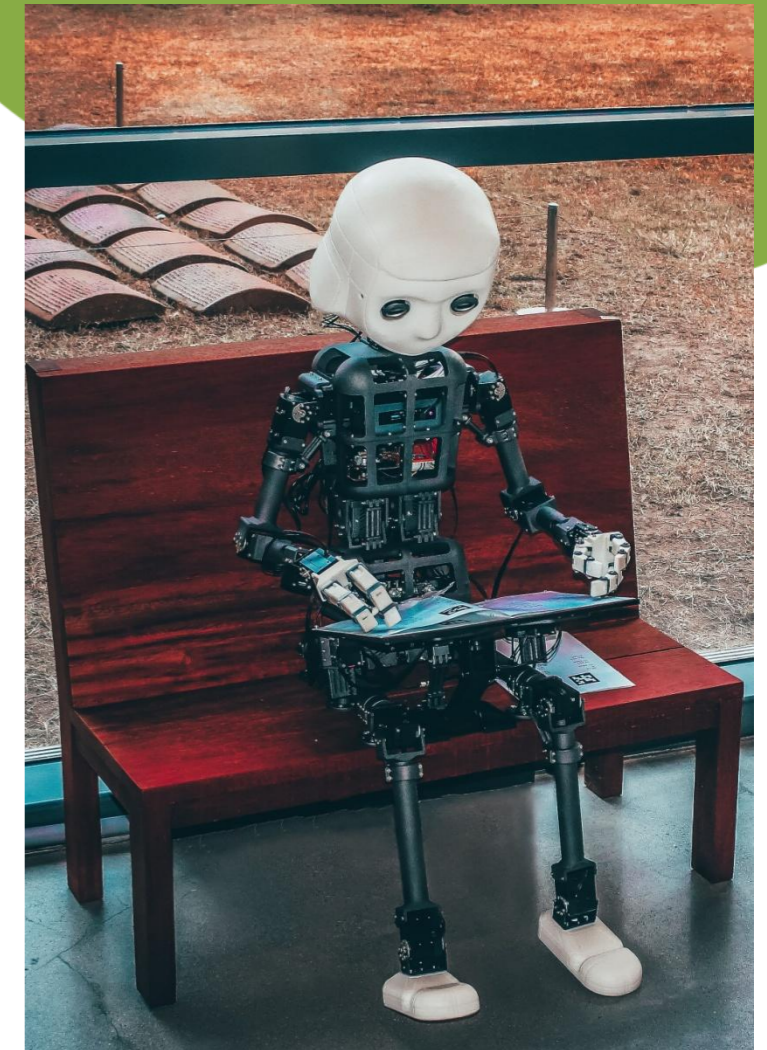


Imagen de [Andrea de Santis](#) en [Unsplash](#)

# IA generativa: la nueva forma de crear contenidos

Mediante la IA generativa tanto empresas como profesionales podrán automatizar tareas y entrar en los procesos creativos, generando desarrollos y contenidos originales personalizados para sus marcas, de una manera rápida, creíble y con un considerable ahorro de tiempo y dinero.

Google Cloud acaba de presentar cuatro tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) pensadas exclusivamente para el pequeño comercio. Una combinación de nuevas herramientas y de versiones actualizadas de otras con las que quieren ayudar a los comercios de menor tamaño a:

- Transformar la comprobación de los lineales de sus establecimientos.
- Actualizar sus escaparates digitales.
- Impulsar las recomendaciones a través de sugerencias personalizadas para compras repetitivas.
- Crear experiencias de compra online más fluidas e intuitivas individualizando los resultados que ve un cliente cuando hace búsquedas y navega por la web

El potencial de la IA generativa es una realidad, lo podemos apreciar a través del primer artículo del apartado de bibliografía el cual ha sido redactado íntegramente por una Inteligencia Artificial.

ENFOKA-TRENDS ENERO 2023

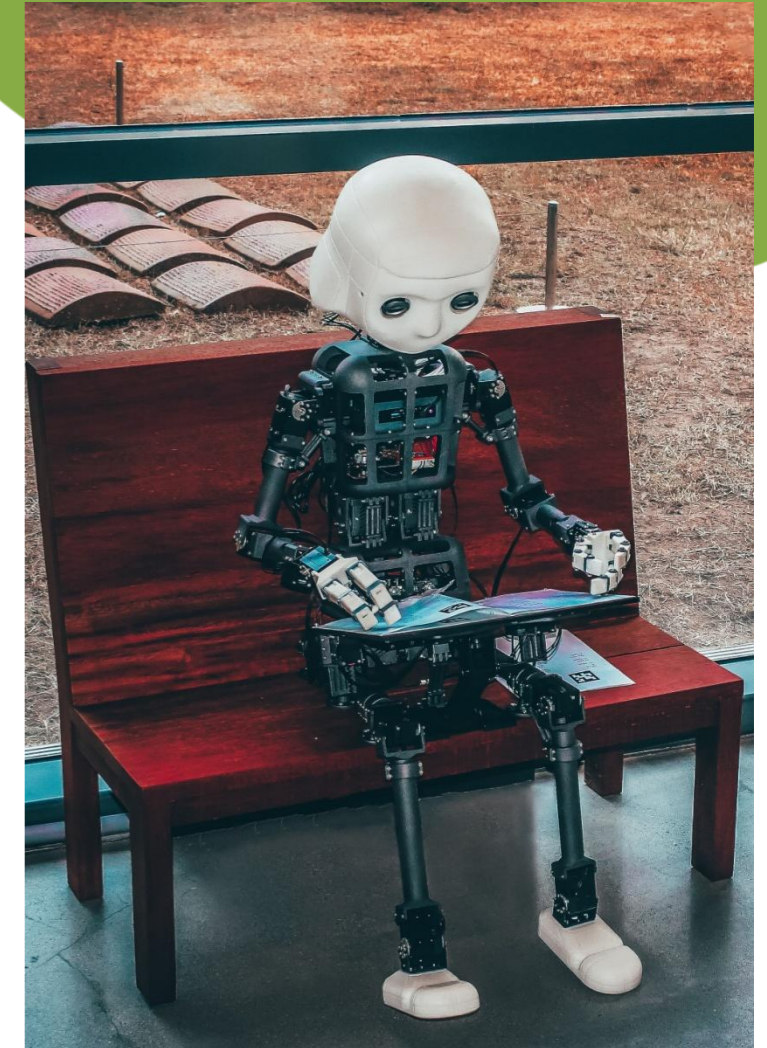


Imagen de [Andrea de Santis](#) en [Unsplash](#)



# Bibliografía

- **Sonix (2022)** *¿Qué es la IA Generativa?* Recuperado el 30 de enero de 2023 de <https://sonix.ai/resources/es/que-es-la-ai-generativa>
- **Will Douglas (MIT Technology Review, 2023)** *IA que crea imágenes.* Recuperado el 30 de enero de 2023 de <https://www.technologyreview.es/s/14969/cuatro-tendencias-de-la-ia-que-nos-asombraran-en-2023>
- **El publicista (2023)** *La Inteligencia Artificial marcará el marketing y consumo de 2023.* Recuperado el 30 de enero de 2023 de <https://www.elpublicista.es/tendencias-publicidad-marketing-2023/inteligencia-artificial-maricara-marketing-consumo-2023>
- **Emprendedores(2023)** *Pequeño comercio: 4 nuevas soluciones de IA de Google para impulsar sus ventas.* Recuperado el 30 de enero de 2023 de <https://www.emprendedores.es/gestion/pequeno-comercio>
- **Gabriel Carrilo (DCD, 2022)** *Inteligencia Artificial en el sector del Retail: un camino sinuoso de conduce hacia el éxito comercial.* Recuperado el 30 de enero de 2023 de <https://www.datacenterdynamics.com/es/features/inteligencia-artificial-en-el-sector-del-retail-un-camino-sinuoso-de-conduce-hacia-el-%C3%A9xito-comercial>
- **IEBS (2022)** *Inteligencia Artificial Generativa, la nueva era de la IA.* Recuperado el 30 de enero de 2023 de <https://www.iebschool.com/blog/inteligencia-artificial-generativa-tecnologia>
- **The Shelby Report (2022)** *Symphony RetailAI Finds 87% Of Retailers Have Not Embraced AI.* Recuperado el 30 de enero de 2023 de <https://www.theshelbyreport.com/2022/05/12/symphony-retailai-finds-87-of-retailers-have-not-embraced-ai>
- **Revista Gana Más(2022)** *10 Tendencias de Inteligencia Artificial para el nuevo Retail.* Recuperado el 30 de enero de 2023 de <https://revistaganamas.com.pe/10-tendencias-de-inteligencia-artificial-para-el-nuevo-retail>

# Información relacionada

- **Reinventing Retail with AI:** <https://www.youtube.com/watch?v=pKEmQ1VMxsM&t=33s>
- **IA, el futuro del retail:** <https://www.retaildigital.es/wp-content/uploads/2020/06/IA-el-futuro-del-retail.pdf>
- **State of AI/ML in the Retail Supply Chain :**  
<https://offers.symphonyretailai.com/hubfs/Whitepaper/Symphony%20RetailAI%20Market%20Snapshot%20Incisiv.pdf>
- **Top Strategic Technology Trends 2023:**  
<https://emtemp.gcom.cloud/ngw/globalassets/en/publications/documents/2023-gartner-top-strategic-technology-trends-ebook.pdf>