

5 tendencias digitales que están transformando la forma tradicional de hacer las cosas, según The Valley

Más educación online, nuevos puntos de encuentro virtuales, digitalizar el pequeño comercio o la creación de experiencias en remoto para clientes, algunos de los retos que han impulsado la digitalización en la sociedad postpandemia

Los momentos de cambios, incertidumbre y volatilidad, como el que se vive actualmente a nivel global, dividen el panorama económico en 3 grupos: los beneficiados, los que se adaptan para buscar nuevas oportunidades y los que juegan con menos ventaja.

Sectores como la telemedicina, los servicios de biotecnología o el home delivery presentan ahora grandes oportunidades. Así mismo, las startups que ofrecen soluciones digitales e innovadoras relacionadas con la educación, el teletrabajo o el acceso a crédito, viven también un momento de auge, según se explica en el informe “La sociedad postpandemia: La tecnología como vector de cambio”, desarrollado por The Valley. Por su parte, en otros sectores como la hostelería o los eventos, las empresas han adaptado o transformado sus modelos de negocio buscando nuevas oportunidades, como se ve, por ejemplo, con el caso de los espacios de eventos adaptados a estudios de streaming u hoteles que han convertido sus habitaciones en oficinas.

En el entorno actual, seguirán teniendo ventajas aquellas empresas que sepan aprovechar las oportunidades de la digitalización poniendo el foco en la importancia de la seguridad y salud, la higiene, la reducción de contactos físicos y demás necesidades y hábitos que ha traído el estilo de vida adaptado a la pandemia. Los expertos del ecosistema digital The Valley han analizado las nuevas tendencias digitales que se han puesto en práctica respondiendo a los cambios en la forma de socializar, comprar, ejercitarse o consumir entretenimiento, entre otros:

1. Nuevos puntos de encuentro, ahora virtuales: videollamadas grupales, webinars e incluso afterworks online fueron algunos de los puntos de encuentro virtuales que cogieron fuerza durante el confinamiento. Y es que esta situación excepcional impulsó el uso de nuevas tecnologías para ofrecer, por ejemplo, la posibilidad de interactuar en espacios virtuales mediante avatares como si se tratase de un videojuego, e incluso, poder tener interacciones sociales virtuales en diferentes espacios mediante gafas de realidad virtual que ofrecen una experiencia más atractiva y completa. Estos espacios virtuales se están utilizando ya como puntos de encuentro para reuniones de trabajo, conciertos, juegos, e incluso, en algunos casos, como plataformas para movimientos sociales. De la misma forma, para mantener el contacto y la conexión a distancia, han aparecido también herramientas que permiten, por ejemplo, hacer una fiesta digital en la que los usuarios se reúnen mediante videoconferencia para bailar al ritmo de la música, o incluso, animar a los jugadores en sus partidos deportivos de forma remota desde un teléfono inteligente que reproduce los sonidos en el altavoz del lugar físico de celebración.

2. Una educación más digital: los niños de hoy en día son nativos digitales por excelencia, y por eso, en el ámbito de la educación, se utilizan cada vez más las plataformas y aplicaciones disponibles para educar a distancia mediante vídeos educativos. En el ámbito del Edtech, que está ampliando sus nichos de oportunidad, han aparecido también nuevas soluciones para impartir conocimiento, como, por ejemplo, la plataforma que conecta a estudiantes con tutores de forma privada o grupal. No obstante, el auge del homeschooling (formarse desde casa), plantea algunos retos entorno a la brecha digital y la necesidad de acceso a internet desde cualquier parte, sobre todo en los países con difícil acceso a conexión. Así, han surgido otras alternativas como la educación mediante radio o televisión, o una solución que permite educar a través de dispositivos de forma off-line sin necesidad de conexión a internet.

3. Las experiencias de clientes, desde casa: la reinención de las experiencias y eventos físicos y presenciales al mundo virtual es ya una práctica habitual. Ahora es posible conectar a galerías de arte directamente con los coleccionistas de forma digital o ejercitarse en casa con una esterilla inteligente que permite realizar ejercicio con clases guiadas a la carta, con feedback en tiempo real y datos de rendimiento. El sector de la hostelería también se ha unido al fenómeno de ofrecer experiencias online mediante herramientas de videoconferencias como clases de cocina interactivas gratuitas, degustaciones de vino o talleres de mixología impartidos por chefs y sommeliers de gran prestigio. También ha aparecido el fenómeno de “personal shopper” en el ámbito del gran consumo de alimentación, mediante una solución tecnológica que permite a los clientes conectar con un comprador personalizado para elegir “en vivo” los productos que más le interesan, comprarlos de forma online y recibirlos donde quieran. Para ofrecer experiencias al cliente innovadoras desde casa, han surgido también nuevas plataformas potentes de diseño de espacios y decoración, o showrooms virtuales de exposición de muebles, entre otros.

4. El comercio pequeño local pero digital: crear tiendas dentro de las propias redes sociales y plataformas que facilitan a pequeños establecimientos locales ofrecer sus productos en el entorno online o que incluso, les ayudan con la logística de servicios de entregas. Estas son solo algunos de los avances que se contemplan en el ámbito de las compras online y que ofrecen facilidades a las pequeñas empresas para mantener su funcionamiento.

5. Más tecnología touchless: permitiendo reducir el contacto directo con objetos, y garantizar la higiene y seguridad, la tecnología touchless está cogiendo mucha fuerza. En los dispositivos móviles, por ejemplo, se impulsan la posibilidad de actuar mediante comandos de voz, sin necesidad de tocar las pantallas. Otra solución muy innovadora en este sentido son las etiquetas electrónicas para maletas que, además de evitar el contacto físico, facilita a las aerolíneas el proceso de facturación y reduce gastos. De la misma forma, para aumentar la seguridad, ya se ve como, por ejemplo, algunos hoteles han integrado quioscos de check-in automático, aplicaciones de reserva directa o pagos sin contacto.

Datos de contacto:

Redaccion

Redaccion

Categorías: [Comunicación](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>