"Necesitamos la Inteligencia Artificial de forma desesperada porque queremos un futuro mejor para nuestros hijos"

Hoy es Marketing, evento organizado por ESIC Business & Marketing School convocó a más de 3.500 personas para debatir sobre los cambios que están por venir

Madrid, 30 de mayo de 2019.- Cada vez más, 'tecnología' significa 'futuro'. Un futuro que se ha comido al tiempo presente, con cambios constantes que exigen nuevas formas de enfrentarse a los retos. Y para buscarlas, ESIC Business & Marketing School ha celebrado la XVI edición de **Hoy es Marketing**, un encuentro enfocado en el impacto de la digitalización para desarrollar u optimizar los nuevos modelos de negocio.

Bajo el lema **"Technology, markets, business & human behavior**", el foco no estuvo solo en el desarrollo tecnológico y en los lazos internacionales del mundo de la empresa, sino en la importancia fundamental del ser humano en todos estos cambios. "El escenario que viene es apasionante y va a ser un reto para la humanidad. Es el momento de hacernos grandes preguntas", asegura **Eduardo Gómez Martín**, director general de ESIC.

Con ponentes tanto internacionales como nacionales, por el escenario de Hoy es Marketing pasaron nombres muy prestigiosos en cada una de sus áreas. Es el caso de **Andrew McAfee**, codirector de la Iniciativa MIT para la Economía Digital e investigador principal del centro de negocios digitales de la Sloan School of Management del MIT; así como **César Cernuda**, presidente de Microsoft Latinoamérica y vicepresidente corporativo de Microsoft.

Ante más de 3.500 personas, McAfee alertó del riesgo que supone que minusvaloremos lo que significa la Inteligencia Artificial (AI en sus siglas en inglés). "Necesitamos esta tecnología de forma desesperada en este siglo, porque todos queremos dar un futuro mejor a nuestros hijos y si seguimos a este ritmo destruiremos el planeta. No podemos hacer lo mismo que nuestros ancestros para prosperar, tenemos que buscar otro camino", alertó.

La AI ha llegado para quedarse, y está más cerca de lo que creemos. "Algo tan básico como usar los comandos de voz en un Smartphone, eso es AI. Tenemos que usarla de una forma natural", explicó Cernuda. Una tecnología que va de la mano de los ya conocidos como "nuevo petróleo": los datos. "Hay un boom en el mundo de los datos porque cada vez hay más tecnología capaz de ayudarnos y hacer las cosas más sencillas. Nosotros solos no siempre acertamos", añadió, poniendo el foco en la importancia de confiar el tratamiento ético y certero de los datos personales en una revolución que "está siendo exponencial".

Por su parte, **Jorn Lyseggen**, autor de 'Outside Insight: el uso de la Inteligencia Artificial para navegar por un mundo inundado de datos', recordó al auditorio lo valiosos que pueden ser los conocimientos que se pueden encontrar en las "migajas digitales". El CEO de Meltwater animó a las empresas a no trabajar solo con datos propios, sino a buscar en la web todo aquello que pueda mejorar su labor diariamente.

Y es que los datos y la AI fueron dos de los grandes protagonistas de la jornada, centrando también las ponencias de José Luis Pulpón, country manager de Google Marketing Solutions en España y Portugal, Iván Díaz, director comercial de American Express, Sergio García, Strategy Director de PS21, Óscar Alonso, CEO de T20, Conrado Martínez, director de Marketing de Informa, Juan Antonio Ortiz, General Manager de Zenith Madrid y Teo Manzano, director de Marketing de Steelcase. Pero hubo muchos más temas de debate.

Emprendimiento, entre lo tecnológico y lo humano

El desarrollo tecnológico se ha convertido en una de las grandes lanzaderas para las startups, pequeñas empresas que pueden llegar a jugar un papel muy relevante en el tejido empresarial. Pedro Clavería, CEO de **Playtomic**, Jaime Garrastazu, cofundador de **Pompeii**, Antonio Espinosa de los Monteros, CEO de **Auara**, Marta Romero, cofundadora de **WorktodayApp**, Pepita Marín, CEO de **We are Knitters**, Alejandro Sáez, CEO de **EgoGames** y Sergio Gutiérrez, cofundador de **MODUMB** compartieron con los asistentes sus vivencias, sus impresiones y las lecciones aprendidas en su camino como emprendedores.

"Es fundamental tenerlo claro desde el principio, apostar por una idea innovadora, trabajar con pasión y estar rodeado de un equipo de personas alineadas con una misión", resume Clavería. Un perfil al que Garrastazu añade una característica más, la resiliencia, ya que "adaptarte a los cambios está relacionado con aprender lo más rápido posible para no cometer los mismos errores". Además, tienen muy clara la importancia de la Responsabilidad Social de sus empresas y de la ética en su trabajo diario. "La mayor transformación es de valores. De poco nos sirve invertir e innovar si el resultado no es una sociedad mejor, las empresas son los actores clave para que el mundo mejore", asegura Espinosa de los Monteros.

Es por eso que la felicidad ha entrado de lleno en el debate. Las empresas cada vez se preocupan más por el bienestar de sus trabajadores, algo que **Margarita Álvarez**, CEO y fundadora de Working for Happiness, ve fundamental. "Cuando nos preocupamos y ocupamos de las personas que trabajan con nosotros, conseguimos empleados más comprometidos con nuestro proyecto", argumenta.

Un mercado laboral desconocido

Qué habilidades y competencias harán falta para enfrentar al mercado laboral del mañana es una de las incógnitas más debatidas. No podemos adivinar el futuro, pero como **indica Helena Herrero**, presidenta de HP en España y Portugal, "tenemos que transformarnos, que reinventarnos constantemente".

Herrero compartió escenario con **Susana Voces**, VP de Deliveroo, **Rosa García**, presidenta de Alibérico, **María Gómez**, CEO de Womenalia y **Ana Bujaldón**, presidenta de FEDEPE, para hablar de tecnología. "Hoy en día, el 50% de las actividades que hacemos son realizables por máquinas, y este efecto no va a hacer sino aumentar", señaló Herrero, "como sociedad estamos inmersos en esta dinámica". Una dinámica que, según datos de la OCDE, podría hacer que desaparezcan el 20% de los trabajos y que el 30% sufran profundas transformaciones.

Y ante tanto cambio, ¿qué podemos hacer? Pues confiar en las futuras generaciones. Así lo defiende **Antonio García Vicente**, quien a sus once años ha programado más de 100 videojuegos. "El uso de la tecnología por los niños es bueno y necesario. Tenemos que usarla para crear, para aprender y para jugar", explica. Porque, además de aprender nuevas herramientas, Antonio desarrolla otras capacidades igual de necesarias: "Estoy aprendiendo a aprender a razonar, aprender a pensar".