

TENDENCIAS

# "El marketing será casi hipodérmico y hablará a través de aparatos"

El Experto Joan Cwaik se presentó en la Universidad ORT.

ANTONIO LARRONDA  
Viernes, 29 Abril 2018

Compartir esta noticia



Joan Cwaik. "Ya no existen jerarquías entre marcas y consumidor". (Foto: Darwin Borrelli)

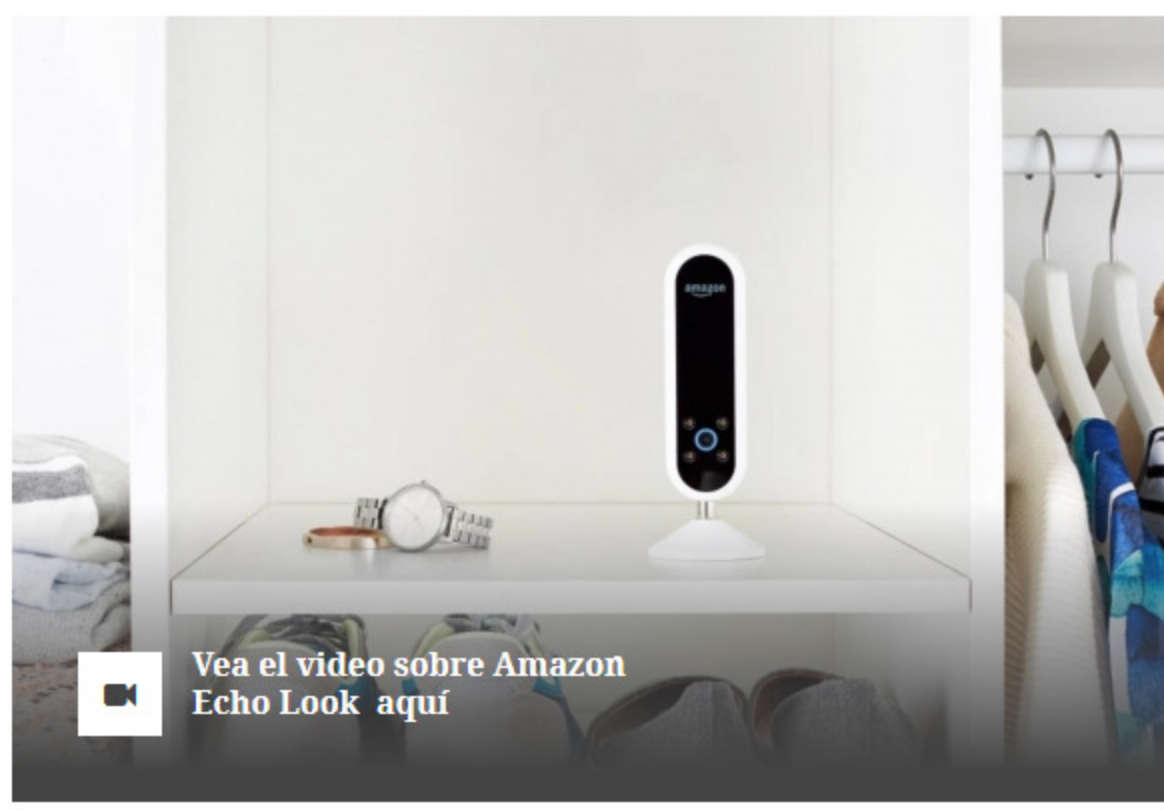
Mirar un partido del Mundial con visión 360° desde la primera fila de un estadio sin salir de casa, replicar la receta de la milanesa de mamá con una impresora 3D o tener la prenda de ropa adaptada según el gusto personal, son disrupciones tecnológicas que están cambiando la matriz de algunos negocios y el marketing.

*Big data*, robótica, impresión 3D, *machine learning*, inteligencia artificial, Internet de Todo, marcan la cancha y obligan a las empresas a repensar sus negocios y la forma en que se acercan y le «hablan» a los consumidores, aseguró el argentino Joan Cwaik, innovador tecnológico, docente y conferencista internacional.

El experto se presentó en el inicio del Ciclo de Conferencias «Living Marketing», organizado por Universidad ORT, y aseguró que esta realidad, más que una amenaza, es una gran oportunidad para capitalizar la inversión en marketing en ventas. «Existen 2,3 dispositivos conectados a Internet por cada persona, y la perspectiva es que esto crezca un 80% en 10 años. Si le sumamos un toque de análisis de datos, el resultado es un escenario ideal para hablar de igual a igual a los consumidores, con un mensaje personalizado según sus gustos y por el canal que más utiliza. La segmentación es cada vez más fina y precisa, estamos volviendo a la teoría de la aguja hipodérmica» (que sostiene que un mensaje con destino específico es directamente recibido y aceptado en su totalidad por el receptor), definió el experto. Lo que sigue es un extracto de la entrevista que Cwaik mantuvo con El Empresario.

## —¿Qué tecnología disruptiva impacta más en marketing?

—El *big data* está cambiando las reglas del negocio en general. También la robótica, tanto tangible como intangible (*machine learning* e inteligencia artificial) y el marketing digital, que ahora segmenta mejor los públicos. La realidad virtual y los objetos conectados a Internet también generan grandes cambios y oportunidades; estamos llegando a un nivel de penetración muy grande. Por ejemplo, Amazon hace tres meses lanzó Amazon Echo Look, un asistente de voz con cámara, pensado para poner en un placard. Una de sus funciones es sacar una foto todos los días de cómo está vestido el usuario para enviarle una sugerencia para el día siguiente. Pero la realidad comercial detrás de esto es que a fin de mes llegará un *mail* de Amazon que dirá: «Tengo cinco camisas que te quedarán perfectas», porque descubrió a través del tiempo los colores, las marcas y el corte que prefiere el usuario.



Vea el video sobre Amazon Echo Look aquí

## —¿La nueva tecnología cambió la forma en que el consumidor «habla» con las marcas?

—Sí, ya no existen jerarquías entre compañía y consumidor, las marcas deben hablarle de par a par y en el mismo lenguaje. Seguimos siendo humanos y nos basamos en sentimientos y emociones y la tecnología nos permite entender mejor esas emociones para generar una actividad concreta a nivel cerebral. La identidad de las marcas prevalecerá, pero tendrá otros tipos de atributos y el valor estará más en el «porqué» se compra y no en el «qué». Y ese porqué me lo da más un amigo que la propia marca; compro algo porque me lo recomienda un amigo. Además, los productos tendrán más actividad por los objetos conectados, entonces, la forma de hablar con los clientes será a través de los mismos productos y no solo con marketing tradicional.

## Joan Cwaik

“El valor de un producto estará más en el ‘porqué’ se compra y no en el ‘qué’. Y ese porqué me lo da más un amigo que la propia marca; compro algo porque me lo recomienda un amigo”

## —¿Es un entorno más complicado para hablarle al cliente?

—Es más fácil. Estamos rodeados de estrategias globales de marketing, hay *softwares* universales para *data mining* (proceso de grandes volúmenes de datos), de segmentación de mercado. Hoy cualquiera en cuestión de minutos puede tener su propia tienda en una página en Facebook o Instagram y comercializar sus productos o servicios. La tecnología permite que sea más fácil vender y hacer ofertas personalizadas, segmentadas. Igual, en la región estamos atrasados con el resto del mundo en materia de marcos regulatorios y en políticas de estado que promuevan la adopción de estas tecnologías. Argentina y Uruguay son los países más adelantados.

## —La impresión 3D permitirá al consumidor descargar un patrón de diseño y hacer un producto personalizado, ¿cómo afecta las reglas de mercado?

—Eso cambia la lógica de los negocios. Por ejemplo, se podrá sintetizar en un archivo PDF la receta de la milanesa de una madre y enviarla a un pariente. Hoy ya hay dos chefs internacionales que lo hacen. La tendencia será vender interpretaciones de productos y cada uno lo hace en su casa. Y esto cambia incluso la logística. Se estima que en la década de 2030 se reducirá un 50% el volumen del stock de mercaderías a nivel mundial, la producción será menos masiva y más personalizada. Si uno produce en casa no existen envíos y como no importa el país en el que resido es más amigable con políticas de importación y con los derechos de autor, se pagará con *bitcoin*.

Me gusta 1

REPORTAR ERROR

Temas relacionados

- impresión 3D +
- tecnología +
- marketing +
- Universidad ORT +
- big data +
- internet de las cosas +
- inteligencia artificial +
- disrupción +
- El Empresario +
- Joan Cwaik +

## Te puede interesar

**Oracle apuesta a crecer 40% anual con oficinas propias**

El Empresario

**La actualización de Windows 10 debido ser retrasada luego de múltiples problemas**

Vida Actual

**Los Samsung Galaxy S9 y S9+ ya se encuentran disponibles oficialmente en Uruguay**

Información

**JERApp, la aplicación móvil ayuda a resolver problema de basura promoviendo reciclaje**

Vida Actual

**Rusia empieza a bloquear Telegram**

Vida Actual

**Autónomos: La revolución del auto**

Domingo

## Te recomendamos

**JUEZ DICTÓ PRISIÓN DOMICILIARIA para Michelle Suárez tras recomendación del equipo médico**

Judiciales

**GUERRA DE NARCOS EN SAN CARLOS Una calle de apenas tres cuadras de largo donde ya hubo 4 homicidios**

Policiales

**En cinco días, Peñarol define su futuro en la Copa y el Apertura**

Fútbol

**Luchar contra el olvido: así es la vida de quienes padecen Alzheimer**

Vida Actual

**Medina va el domingo por su primer triunfo ante Peñarol como DT**

Fútbol

## Comentarios ( 0 )

Para comentar las noticias debes iniciar sesión con el usuario y contraseña elegidos al momento de registrarte. Si no estás registrado todavía, puedes hacerlo ingresando a [Registro de Usuario](#). No recuerdas tu contraseña? puedes acceder a [Reestablecer Contraseña](#)

[INICIAR SESIÓN PARA COMENTAR](#)  
**¿OLVIDÓ SU CONTRASEÑA?**

