

1. ¿Cómo cambia la relación entre empresa y cliente cuando se incorporan tecnologías digitales como la realidad aumentada de IKEA o la banca móvil de BBVA?

Con herramientas como *IKEA Place* o la app móvil de *BBVA*, la relación empresa–cliente da un salto y se vuelve participativa. IKEA, con su aplicación de realidad aumentada, pone al cliente en el centro del proceso de compra: ahora puede explorar, probar y decidir sin moverse de su casa. Esto reduce la incertidumbre y genera una conexión emocional más directa, porque el usuario *experimenta* el producto antes de comprarlo.

En el caso de BBVA, la digitalización mejora la eficiencia,. El móvil pasa a ser la sucursal principal, y el usuario ya no depende de horarios ni de oficinas físicas. La relación se vuelve más fluida y cercana, con un enfoque en el diseño, la usabilidad, los clientes participan indirectamente en el desarrollo de soluciones al estar en el centro del diseño.

2. ¿Qué ventajas y desafíos trae la automatización de procesos, como en los almacenes inteligentes de Amazon, frente a los métodos tradicionales?

El almacén robotizado de Amazon en España es un ejemplo claro de cómo la automatización redefine la operación interna de una empresa. Entre las ventajas, destaca el aumento de la eficiencia y el aprovechamiento del espacio: los robots pueden mover cargas pesadas, optimizar recorridos y reducir los tiempos de preparación de pedidos. Eso significa entregas más rápidas y precisas, lo que mejora la experiencia final del cliente.

Sin embargo, esta transformación no está libre de tensiones. La automatización implica la sustitución parcial de trabajadores por máquinas, lo que genera incertidumbre laboral. Amazon reconoce que algunos puestos desaparecerán, pero también que surgirán otros relacionados con el mantenimiento y la supervisión de los robots. El desafío está en lograr una transición justa, donde el progreso tecnológico no se traduzca en exclusión, sino en reentrenamiento y adaptación. En resumen: los robots aportan velocidad y precisión, pero el factor humano sigue siendo esencial para dar sentido a esa eficiencia.

3. ¿Qué elementos comunes tienen estas iniciativas (IKEA Place, BBVA digital, Amazon) que reflejen las tendencias globales de la digitalización?

Elementos comunes y tendencias globales de la digitalización

IKEA, BBVA y Amazon comparten una misma dirección: usar la tecnología para mejorar la experiencia del usuario, optimizar procesos y consolidar su posición competitiva. En las tres iniciativas se observa una integración de *diseño, tecnología y negocio* como pilares inseparables. IKEA apuesta por la interacción visual y la experiencia inmersiva; BBVA une diseño y estrategia para poner al cliente en el centro, Amazon automatiza para ofrecer rapidez y eficiencia.