

Empresas mexicanas de moda usan la IA para aumentar la producción y las ventas

La inteligencia artificial y la realidad ampliada han permitido a las empresas mexicanas de moda aumentar su producción y dar experiencias de compra a la clientela, coincidieron especialistas en la edición 82 del Festival Intermoda en la ciudad de Guadalajara.

Más que nunca tenemos que aprovechar esas tecnologías para que todo tipo de sector pueda utilizarlos, que puedan proyectar más su marca, implementar diferentes soluciones tecnológicas, producir más eficiente, más rápido, con mayor exactitud y llevarlo a un mayor potencial, dijo a EFE Nadia Tamez, fundadora y directora creativa de Sinergy Studio.

Después de una charla como parte de las actividades de Intermoda, plataforma de moda en México, la especialista de arte y tecnología afirmó que el uso de estas tecnologías puede ser un diferenciador del éxito de una marca y el del acceso a empleos.

Tanto la inteligencia artificial como la realidad aumentada son utilizadas por las marcas de ropa en la publicidad y en la experiencia de compra, al ofrecer opciones virtuales para apreciar cómo se ve una prenda, o en el diseño de la ropa, aseguró Cadim Barajas, gerente de estudio de Sinergy Studio.

Le da un plus, un extra a tu marca, ya hemos hecho botas con realidad aumentada, el hecho de tenerla en los empaques, en postales, en tus redes sociales, suma de muchas maneras y sobre todo es una apuesta para el reconocimiento de tu marca", explicó.

Su empresa trabajó con la marca de ropa 7 Cactus para crear una colección que combina el diseño artesanal con elementos tecnológicos tanto en la manera de crear las prendas como en su uso y la publicidad con plataformas con **Chat GPT, Runaway o Adobe effects**.

La marca se presentará la noche de este jueves en la pasarela de clausura de Intermoda.

Las expertas aseguran que en 2025 la inteligencia artificial se posicionará como una herramienta facilitadora y permitirá que

más empresas puedan crear nuevos productos.

Va a incrementar a otro nivel la inteligencia artificial, va a hacer cosas mucho más realistas, otra cosa sería experiencias digitales ‘offline’ (fuera de internet), no todo el mundo quiere usar su celular todo el tiempo, así que vamos a ver por ejemplo los espejos de realidad aumentada en puntos de consumo”, dijo Tamez.

Por otro lado, **abogaron por la «democratización» de la inteligencia artificial** y que las plataformas sean más accesibles para todas las personas sin pagar mucho.

Del 21 al 24 de enero, Intermoda realiza su edición 82 para la temporada primavera-verano en la que reúne a más de 1.150 marcas expositoras, más de 24.000 compradores, en 49.000 metros cuadrados de piso de exhibición.

Con información de Versión Final