



TECHNOLOGY VISION 2020: IA COLABORATIVA Y EL FUTURO DE LA INTERACCIÓN HUMANO/MÁQUINA

AUDIO TRANSCRIPT

Nuestras expertas:

Viridiana Zurita, Directora de Tecnología, Accenture México

Gabriela Maximiliano, Directora de Tecnología en outsourcing, Accenture México

INTRO: Accenture presenta. Technology Vision 2020, inteligencia artificial colaborativa y el futuro de la interacción humano/máquina.

VIRIDIANA: Bienvenidos al podcast Technology Vision 2020 producido por Accenture México, en donde vamos a explorar cuáles son las cinco tendencias que van a moldear el futuro de los negocios en los próximos tres años. Yo soy **Viridiana Zurita**, directora de tecnología en Accenture México y en la entrega de hoy vamos a platicar acerca de inteligencia artificial colaborativa y, para eso, el día de hoy me acompaña **Gabriela Maximiliano**, a quien saludo con mucho gusto. Gabriela es

nuestra directora de tecnología dentro de la práctica de *outsourcing*. Gaby, ¿cómo estás?

Gabriela: Muchas gracias, Viridiana. Estoy muy entusiasmada de participar con ustedes en este podcast. Gracias por la invitación.

VIRIDIANA: Gracias a ti, Gaby. Y bueno, si quieres vamos a entrar en materia. Nos gustaría preguntarte cuáles son las diferencias que tú identificas entre automatizar y promover la colaboración de personas y máquinas.

GABRIELA: Excelente punto, Viri. Déjame comentarte que comúnmente las compañías hacen uso de la inteligencia artificial buscando una operación más eficiente y de menor costo. Sin embargo, esto le resta potencial a la inteligencia artificial. Si las organizaciones unieran el talento de los humanos, su conocimiento y la capacidad ilimitada de las máquinas de explorar nuevas posibilidades, conseguirían exitosamente generar una nueva forma de entregar negocio, donde los humanos y los sistemas trabajarían a la par en reimaginar lo que antes tenía un límite de lo posible.

VIRIDIANA: Muy cierto. Oye, ¿y si hablamos del mercado mexicano? Sabemos que el 62% de las organizaciones mexicanas ya está piloteando iniciativas de inteligencia artificial, ¿cómo ves tú esto en el mercado local?

GABRIELA: Es un dato correcto. El 24% de las empresas se encuentran en adopción de lo que es la inteligencia artificial. Otro 38% de las mismas están haciendo una inversión en más de una de sus unidades de negocio, lo que denota para nosotros un amplio interés en evolucionar estas capacidades. La pregunta es, ¿lo están haciendo de la mejor forma? ¿Están potencializando este talento humano hacia un valor a la organización? La iteración de los humanos en este tipo de servicios y en este tipo de resultados te genera un potencial bastante significativo porque puedes determinar, a partir del comportamiento y la usabilidad, nuevos

patrones o nuevas formas de entregar tus servicios.

VIRIDIANA: Este es un punto muy importante, Gaby. Precisamente el tema del factor humano. Y hablando de este tema, a mí me gustaría entender cómo las tecnologías inteligentes expanden las capacidades del factor humano de las personas en las empresas.

GABRIELA: Fíjate que me gustaría ejemplificarlo con un caso de uso y que es muy conocido para todos. Todos conocemos la aplicación *Waze*, que es una herramienta de inteligencia artificial potencializada por la iteración de los humanos. Como todos sabemos, a medida que nosotros incluimos comportamientos o tendencias de cómo está el tráfico dentro de una ciudad específica, o si hay algún tipo de accidente, enriquecemos de una forma significativa lo que es el comportamiento de la inteligencia artificial dentro de la aplicación. Este es un caso muy específico que te permite visualizar que a medida que la colaboración entre la inteligencia artificial y los humanos es enriquecida es a medida que puedes tener soluciones completamente enfocadas en los usuarios y con un beneficio tangible.

VIRIDIANA: Eso nos lleva a un punto donde aterrizamos de esto que estamos hablando. Es algo mucho más fácil para verlo. Tienes toda la razón. Y bueno, ahora vamos a hacer una breve pausa en esta conversación y vamos a escuchar una

cápsula sobre algunas empresas que ya están experimentando con la inteligencia artificial colaborativa.

CÁPSULA INTERMEDIA: Las experiencias cooperativas han llegado hasta los restaurantes de comida rápida. McDonald's, por ejemplo, abrió tres tiendas en México bajo la modalidad "experiencia del futuro". El nuevo formato de atención integra innovadores quioscos de autogestión de pedidos con tecnología *Touch Screen* y un sistema operativo totalmente intuitivo, en donde se puede explorar las diferentes opciones de comida, realizar digitalmente las órdenes, los pagos y personalizar el menú, pudiendo elegir los ingredientes que se prefieren para cada hamburguesa. Además, cuentan con un sector de mesas que están provistas con *tablets*, conexión a Internet y conexiones USB para cargar los celulares. A primera vista podría parecer un simple ejemplo de menú a la medida, pero lo que McDonald's hace distinto es lograr que el individuo tenga un rol activo y sea un contribuyente necesario en mejorar la experiencia del usuario. Es un cambio importante con respecto a lo que conocíamos hasta ahora, a lo largo de la era digital, las empresas han buscado ofrecer productos y servicios personalizados por encima de su propuesta de valor, mejorando la experiencia del usuario. Sin embargo, esto ha llevado a las empresas a un camino que se estrecha a reducir inadvertidamente el control de las personas en nombre de la oferta a la medida. Ahora, las organizaciones tienen

que lidiar con los efectos colaterales, mientras que la personalización puede crear experiencias beneficiosas y muy potentes, también pueden frustrar a las personas con resultados no buscados.

VIRIDIANA: Finalmente, vamos a platicar un poco acerca del panorama de la interacción entre personas y tecnologías inteligentes en nuestro país. Actualmente, solo el 36% de las organizaciones mexicanas informan que tienen principios al diseño inclusivo o de diseño centrado en el ser humano para apoyar la colaboración entre el hombre y la máquina, ¿Por qué es tan importante Gary incrementar este porcentaje?

GABRIELA: Es correcto. Este es un tema muy importante para las organizaciones y las organizaciones mexicanas, sobre todo, para poder potencializar los beneficios que pueden traer a la organización. Estamos hablando que a medida que esta colaboración sea más enriquecida, las organizaciones van a tener posibilidad de tener comportamientos y tendencias con base a lo que sus propios usuarios y su negocio está dictando. A largo plazo van a poder plantear estrategias de crecimiento que les permitan, con base a este comportamiento y esta colaboración, tener un foco específico en usuarios y por consecuencia, van a tener tanto ventajas para ellos como organización, como para sus usuarios finales. Entonces, no cabe duda de que esta colaboración entre empresas y máquinas en un futuro se

vuelve bastante relevante para el mercado mexicano y es un tema de atención para todos.

VIRIDIANA: Muchas gracias, Gaby, la verdad es que este tema es apasionante y nos revela la visión que tenemos que tener cuando estemos hablando de los diseños en temas de inteligencia artificial, donde tenemos que mezclar a las personas junto con las máquinas para sacar el mayor beneficio en los negocios. Y no sólo eso, sino también el poder ser diferenciales de cara a la experiencia de nuestros usuarios

finales. Así que muchas gracias, Gaby, por esta plática. Gracias a todos por escucharnos y nos vemos en el siguiente podcast del Tech Vision 2020. Muchas gracias.

OUTRO: Accenture presentó. Technology Vision 2020. Para más información, visita el sitio [accenture.com](https://www.accenture.com) y únete a la conversación en redes sociales con el hashtag #TechVision2020.

Copyright © 2019 Accenture
All rights reserved.

Accenture, its logo, and High
Performance Delivered are
trademarks of Accenture.