

**Javier Mora**

Especialista en cloud y desarrollo de asistentes virtuales de voz en Linke



# Tecnologías de la nueva década: automatización, inteligencia artificial, chatbots...

La incorporación de la inteligencia artificial y las capacidades de aprendizaje automático en los principales procesos empresariales parece algo irrefutable. Solo hemos visto una mínima parte del potencial de esta tecnología que, a lo largo de esta década, se convertirá en estándar habilitador de la transformación, al igual que lo hizo cloud computing en la pasada.

Las empresas siguen priorizando en 2020 su evolución hacia modelos digitales, apoyados en estrategias cloud y tecnologías emergentes que permiten generar valor a través de los datos. Entre ellas, destacan las soluciones basadas en inteligencia artificial (IA) y machine learning (ML) que, según constatan los informes, está ya en el punto de mira de los directores de tecnología.

Sin ir más lejos, un informe de la firma de análisis IDC Research España señala que el 41% de los CIOs españoles tiene entre sus prioridades la automatización de procesos y la inteligencia artificial. Además, son muchas las empresas que también están explorando el potencial de esta tecnología en su negocio para aprovechar sus ventajas en toda la cadena de valor de las operaciones, en términos de productividad, capacidad de realizar predicciones, agilidad en la toma de decisiones, analítica y automatización, etc.

En sus predicciones para 2019 y 2020, Linke ha incluido la IA y el ML como tendencias que están cada vez más presentes en la agenda de los responsables de tecnología, cuyas estrategias de cloud computing ya están en marcha, y la razón está clara: la nube ofrece las bases para que las empresas y los usuarios puedan abordar proyectos basados en estas tecnologías de forma rápida y eficiente en costes y, ahora que gran parte de las cargas de trabajo y procesos corporativos están

en ella, es lógico que sea prioritario automatizar y dotar de inteligencia a este entorno.

## ASISTENTES VIRTUALES DE VOZ

Creemos que los asistentes virtuales de voz van a cambiar la forma en la que el usuario interactúa con la tecnología y, en consecuencia, cada empresa tiene que evaluar qué impacto va a tener en su relación con sus clientes, proveedores, socios y empleados y, a partir de ahí, profundizar en la aplicación que esta tecnología puede aportar en sus procesos.

Bajo nuestro punto de vista, éstos son los sectores que pueden sacar más partido de esta tecnología:

- **Turismo:** en un sector tan competitivo como el turístico, las interfaces conversacionales pueden aportar la diferenciación que las compañías necesitan, ya que se abre un nuevo abanico de posibilidades para dar un servicio diferente al viajero. Los asistentes de voz pueden ser muy útiles para prestar asistencia durante las reservas de vuelos u hoteles, diseñar guías de viaje personalizadas e interactivas o dotar a los establecimientos de domótica.
- **Retail:** en este sector los asistentes virtuales pueden contribuir a la revitalización y modernización de las tiendas físicas, mejorando la experiencia del comprador, y

“Un 41% de los CIOs españoles tiene entre sus prioridades la automatización de procesos y la inteligencia artificial”

también con aplicaciones que guíen al usuario en los canales online o ayuden a personalizar el servicio que se le ofrece en función de sus hábitos y gustos.

- **Entretenimiento:** las interfaces de voz van a suponer un salto cualitativo al favorecer la interacción en los videojuegos, pero también supondrá un avance en televisión interactiva. La tecnología ya está lista para que se interactúe en directo por voz con los programas de televisión.
- **Marketing digital y publicidad:** los especialistas en este ámbito tienen en los asistentes virtuales una nueva herramienta para potenciar la imagen de marca, establecer vínculos más profundos con el cliente mediante el uso de la voz, que permite interactuar de forma directa y sin grandes despliegues de recursos (no hace falta imprimir carteles, espacios de publicidad digital...).
- **Educación:** en este campo los asistentes de voz representan una nueva manera de que los alumnos aprendan jugando. Se pueden plantear muchos subtipos de aplicaciones (ya existen de retos matemáticos, agenda escolar, retos de historia...) tanto para estudiar asignaturas como para establecer una comunicación entre las escuelas y los padres e hijos, y ayudar a las familias a organizar su día a día con los horarios del colegio. Éste es un proyecto que ya ha puesto en marcha SM, dentro de su ecosistema digital SM Educomos, al introducir una interfaz conversacional en su entorno escolar en la que participó Linke.



Las interfaces de voz se pueden incorporar fácilmente en los entornos de trabajo, ya sea para aumentar la productividad de los empleados, mejorar las relaciones con los socios o enriquecer la experiencia del cliente.

Para Linke, en un momento en el que el mercado se está definiendo, es importante detectar en qué procesos puede aportar valor real para no malgastar tiempo, recursos y dinero, pero también saber encajar este tipo de desarrollos en la estrategia de digitalización y en los pasos que la empresa vaya a dar para incorporar la inteligencia artificial en la empresa.

## Claves para diseñar un buen asistente virtual de voz

Hay una serie de pasos a la hora de diseñar una interfaz conversacional para que este tipo de proyectos cumplan las expectativas:

- Elegir el objetivo de la aplicación y establecer pocos casos de uso, claros pero bien definidos. Si el proyecto tiene un alcance muy ambicioso, el resultado será complejo y habrá que educar al usuario final para que aprenda a usarlo.
- Definir un buen modelo conversacional: habrá que diseñar las conversaciones acorde con el target al que se dirige la aplicación, utilizando recursos de sonidos y voces alternativas, así como la variación en las frases para evitar la monotonía.
- Probar el diseño a fondo con usuarios reales: es imprescindible conseguir feedback para garantizar que la comunicación será efectiva y comprobar si la conversación fluirá acorde a lo esperado.
- Diseñar una buena estrategia de marketing y comunicación: el mercado de aplicaciones de voz es muy joven y es necesario trabajar en profundidad los canales de comunicación para que el usuario potencial conozca este nuevo canal.
- Actualizar el desarrollo: es recomendable publicar actualizaciones que incrementen la funcionalidad poco a poco, y que ofrezcan al usuario contenido nuevo con frecuencia para motivarle a que vuelva a usar la aplicación.