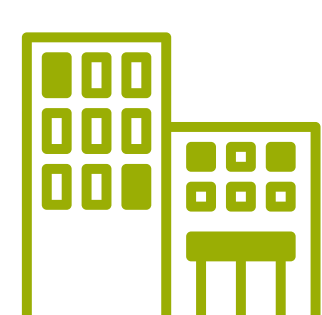


# ¿Quién le teme a la IA?

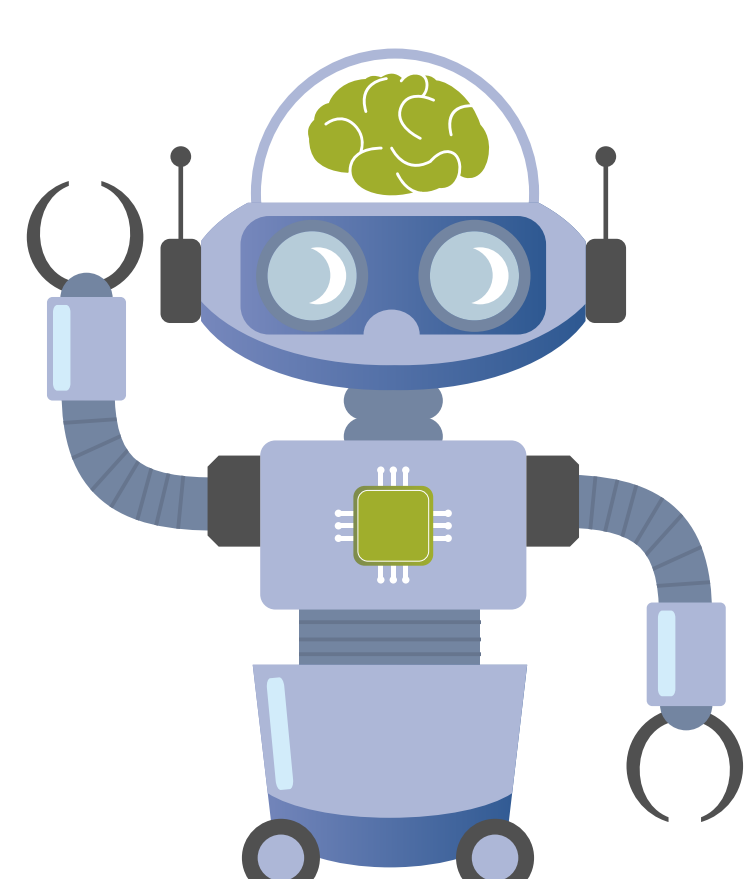


La vida digital es la vida misma, y la tecnología representa una parte fundamental del ser humano. Por ello, desde nuestro Digital Experience Research Center en el **everis Living Lab**, queremos conocer a las personas, siendo la investigación un factor clave para comprenderlas.



Como parte de la serie **“Users in Tech”**, este estudio explica cómo los usuarios finales perciben y aceptan la IA en sus vidas cotidianas para desvelar las claves del diseño de productos basados en IA.

## 1 PERCEPCIÓN DE LA IA

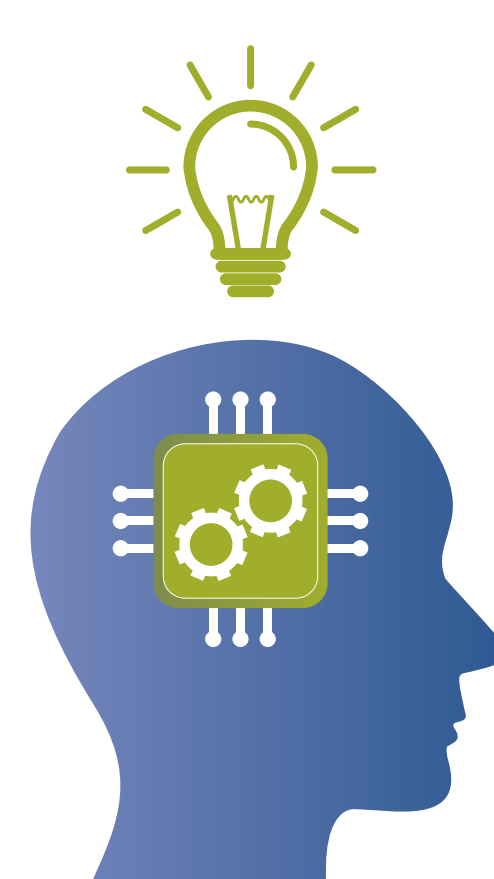


Los usuarios, influenciados por los medios, **temen** un posible futuro distópico provocado por la inteligencia artificial, por ejemplo, que los robots tomen el control. A pesar de ello, los usuarios **adoptan** aplicaciones cotidianas basadas en esta tecnología.

✓ Se debe entender y aplicar el lenguaje del usuario a la hora de introducir nuevos productos y servicios.

Ej. Introduce conceptos comunes como *smart* o *asistente*. Evita el uso de lenguaje muy técnico que puede asustar a los usuarios conservadores.

## 2 CONOCIMIENTO SOBRE LA IA

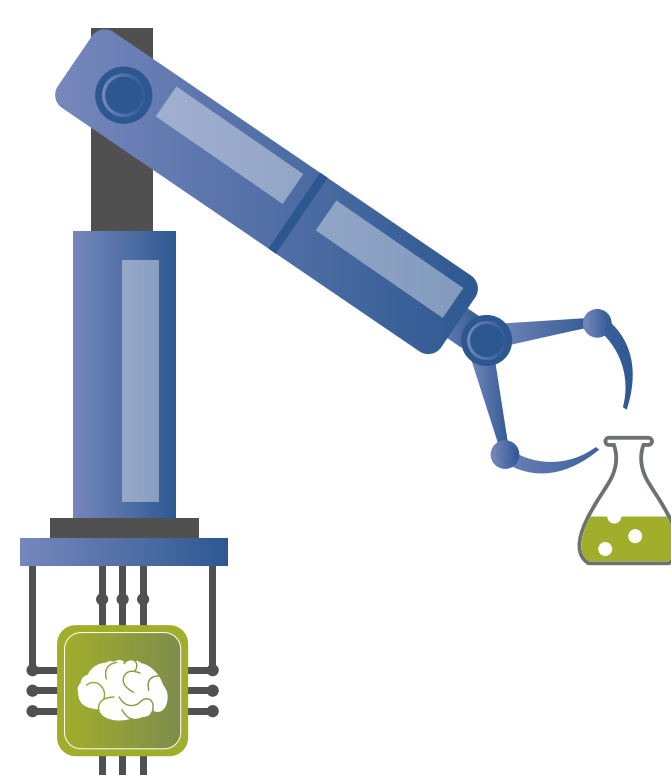


Los usuarios **adoptan** lo que conocen e incorporan la inteligencia artificial en su día a día, sin embargo, **temen** las nuevas capacidades que salgan de su control.

✓ Los productos y sus funcionalidades deben introducirse de forma gradual y enfocarse en lo que ya conocen los usuarios.

Ej. Informa progresivamente sobre las nuevas funcionalidades para acostumbrar al usuario al nuevo producto, en lugar de rechazar nuevas capacidades que pueda percibir como intrusivas.

## 3 IA EN LA VIDA COTIDIANA



Los usuarios **adoptan** la inteligencia artificial cuando les ayuda a llevar una vida más saludable y segura pero **perciben riesgo** cuando advierten que reemplaza la interacción, inteligencia emocional y juicio humano.

✓ Los productos deben complementar aptitudes y habilidades humanas, pero nunca sustituirlas.

Ej. Ofrece a los usuarios el control. No les gusta ceder privilegios ante las máquinas, como puede ser la toma de decisiones complejas.

## 4 EL FUTURE DE LA IA



Los usuarios perciben la evolución de la IA como algo infinito y **temen** su mal uso y el impacto negativo que pueda tener en la sociedad, por ejemplo, que dependamos demasiado de ella y que se apodere de tareas de atención al cliente.

✓ Los productos basados en la IA deben respetar y realzar los valores humanos, como la empatía, la libertad y la expresión de la propia personalidad.

Ej. Sé cauteloso a la hora de diseñar productos basados en la IA que lleven a cabo tareas que se consideran humanas, los usuarios aceptan asistencia pero no quieren sentirse desplazados.

## ¿Y ahora qué?

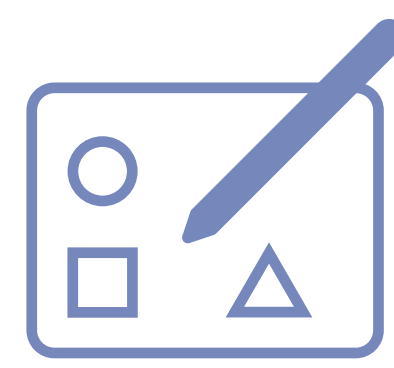
PARA APORTAR MAYOR VALOR, SITÚA AL USUARIO EN EL CENTRO DEL PROCESO DE DISEÑO.



### FASE DE PLANIFICACIÓN

#### Define una estrategia centrada en el usuario

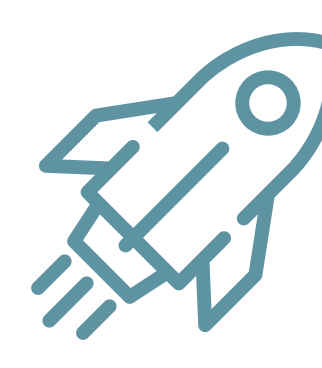
- ✓ Planifica los productos adecuados para las personas adecuadas
- ✓ Identifica y soluciona las frustraciones de los usuarios



### FASE DE CREACIÓN

#### Involucra a los usuarios

- ✓ La aceptación de productos será más elevada si los usuarios cocrean y dan *feedback*
- ✓ Considerar tanto la eficiencia, como la respuesta emocional a la hora de evaluar la sostenibilidad adecuación de las aplicaciones de inteligencia artificial



### FASE DE LANZAMIENTO

#### Educa a los usuarios

- ✓ Ayuda a los usuarios a entender el valor que proporciona el producto
- ✓ Gestiona bien las expectativas