

Integración de inteligencia artificial en Accenture: Oportunidades y desafíos en la transformación digital en Mar del Plata

OTEGUI, MATIAS; ROJAS, AGUSTÍN

matiasotegui02@gmail.com; agusaar@gmail.com

RESUMEN

En la era de transformación digital, Accenture ha integrado la inteligencia artificial (IA) en sus operaciones para mejorar la eficiencia y la experiencia de sus clientes. Este trabajo explora la implementación de IA en Accenture y su impacto en Argentina, específicamente en Mar del Plata, donde la adopción de tecnologías avanzadas aún es limitada. La estrategia de Accenture combina desarrollo interno con alianzas tecnológicas con empresas líderes.

Los principales beneficios incluyen la automatización de procesos repetitivos, optimización de decisiones a través de análisis predictivo, y personalización en la experiencia del cliente mediante sistemas de recomendación y *chatbots*. Sin embargo, la adopción enfrenta desafíos, especialmente en el contexto argentino, donde muchas empresas operan con tecnologías de generaciones anteriores y enfrentan resistencia al cambio.

La capacidad de absorción tecnológica se plantea como un factor clave para superar estas barreras, permitiendo a las empresas locales adaptarse y aprovechar las innovaciones de IA. Accenture, al promover esta capacidad y facilitar la transformación digital, contribuye al crecimiento y modernización del ecosistema empresarial en la región, fortaleciendo así su posición como líder en el mercado de IA.

PALABRAS CLAVE: Inteligencia Artificial (IA), automatización, capacidad de absorción, transformación digital, Accenture, Mar del Plata.

INTRODUCCIÓN

En la era digital, la inteligencia artificial ha emergido como uno de los pilares clave para la transformación empresarial, permitiendo una automatización sin precedentes y el análisis de grandes volúmenes de datos en tiempo real. Empresas globales, como Accenture, han adoptado la IA para mejorar sus procesos y ofrecer soluciones avanzadas a sus clientes. Las empresas líderes en innovación, como Accenture, han integrado la IA como una estrategia central para potenciar el desarrollo y la creación de soluciones avanzadas que respondan a las necesidades cambiantes del mercado y a la creciente competencia global. Esta implementación no solo optimiza las operaciones internas, sino que también impulsa la innovación en productos y servicios, posicionando a las empresas como pioneras en su sector. Este trabajo explora cómo Accenture ha integrado la IA en sus procesos, el contexto detrás de su decisión estratégica, y los beneficios y desafíos asociados a su implementación.

MARCO TEÓRICO

Según la UNESCO, la inteligencia artificial (IA) se define como “tecnologías de procesamiento de la información que integran modelos y algoritmos que producen una capacidad para aprender y realizar tareas cognitivas, dando lugar a resultados como la predicción y la adopción de decisiones en entornos materiales y virtuales. Los sistemas de IA están diseñados para funcionar con diferentes grados de autonomía, mediante la modelización y representación del conocimiento y la explotación de datos y el cálculo de correlaciones”.

En el informe “El Estado de la Ciencia” (2023) se mencionan tecnologías que se encuentran dentro de la IA y su relación:

- **Aprendizaje automático** (*machine learning*): es una rama fundamental de la IA que permite a las máquinas aprender patrones y hacer predicciones a partir de datos. Los algoritmos de aprendizaje automático se entrenan utilizando conjuntos de datos y se perfeccionan a medida que obtienen más datos.
- **Aprendizaje profundo** (*deep learning*): es un enfoque de aprendizaje automático que utiliza redes neuronales con múltiples capas para aprender representaciones de datos de forma jerárquica. Es muy efectivo para tareas complejas como reconocimiento de imágenes y voz.
- **Procesamiento de lenguaje natural**: se enfoca en la interacción entre las computadoras y el lenguaje humano. Incluye tareas como traducción automática, análisis de sentimientos, resumen de texto y *chatbots*.

Las técnicas de *deep learning* (DL) son un subconjunto de las de *machine learning* (ML), en las que se aplican redes neuronales para el aprendizaje automático. En la intersección del DL, de las redes neuronales y del procesamiento de lenguaje natural (NLP) surgen los modelos de lenguaje que han revolucionado la IA en los últimos años.

Un relevamiento periódico realizado por el Boston Consulting Group, basado en la opinión de 1,000 personas con cargos ejecutivos innovadores, ha dado lugar al ranking anual de las empresas más innovadoras. Este análisis revela algunos puntos clave sobre la innovación privada y el impacto de la inteligencia artificial. Dentro de las conclusiones destaca un notable crecimiento en el ranking de sectores como el de salud y telecomunicaciones, ambos con una fuerte adopción de la IA. Por otro lado, destaca la predominancia de las empresas estadounidenses -principal potencia en el desarrollo de la IA-. Y por último, las primeras diez empresas del ranking se vinculan, ya sea por el uso o por el desarrollo, con la IA.

A partir de un estudio (Albrieu et al, 2019), realizado por medio de una encuesta a empresas de seis ramas distintas de la industria manufacturera del país, se llegaron a distintas conclusiones sobre Argentina y por ende Mar del Plata:

- Las tecnologías 4.0 son aún de uso marginal.
- Existe un porcentaje importante de firmas empleando tecnologías de primera y segunda generación.
- La mayoría de las empresas no ha tomado aún acciones específicas para cerrar la brecha entre las que se encuentran próximas a la cima tecnológica (6 %) y las inactivas frente al cambio tecnológico (51 %).

Por otro lado, los estudios que incluyen a las capacidades de absorción como un determinante importante para la mejora del desempeño tecnológico se volvieron más frecuentes y la indagación sobre los elementos que la componen ha generado diversas contribuciones que intentan esclarecer su significado y sobre todo su medición. La capacidad de absorción describe las posibilidades de la firma de captar, asimilar y aplicar el conocimiento disponible en su entorno, particularmente cuando se trata de conocimientos que aún no ha adquirido. Se trata de una capacidad dinámica que involucra múltiples fases: la adquisición de conocimientos externos, su asimilación, la transformación de estos conocimientos en algo aprovechable, y finalmente su explotación para generar innovación o ventajas competitivas (Morcela, 2021).

La relevancia de la capacidad de absorción (Cab) y de innovación varía según el nivel de desarrollo del país. A medida que un país se desarrolla, incrementa su capacidad de absorción al construir una infraestructura tecnológica y educativa que facilita el intercambio y aprovechamiento del conocimiento. En este contexto, las empresas y organizaciones en países en vías de desarrollo suelen depender en mayor medida de la capacidad de absorción para cerrar brechas tecnológicas y adaptarse rápidamente a los avances globales, mientras que en países desarrollados, esta capacidad es fundamental para sostener la innovación continua. Así, la capacidad de absorción se convierte en un activo estratégico que impulsa el aprendizaje organizacional y potencia el desempeño tecnológico.

Es importante mantener estas conclusiones presentes a lo largo del trabajo ya que son el punto de partida y el contexto donde se desarrolla Accenture, lo cual le brinda una excelente oportunidad de negocio.

DESARROLLO

IMPACTO DE LA IA EN EL SECTOR DE SERVICIOS

La inteligencia artificial (IA), combinada con las vastas bases de datos disponibles en la nube, ha revolucionado la interacción, colaboración, recopilación y gestión de grandes volúmenes de información provenientes de múltiples proveedores de servicios, sin importar la tecnología utilizada por terceros. Este procesamiento masivo de datos permite identificar patrones y comportamientos de los usuarios, mejorando la calidad, precisión y oportunidad de los servicios ofrecidos.

Un ejemplo claro de esto es el uso de *chatbots* para la atención al cliente, cada vez más común en diferentes empresas, así como la aplicación de IA en el desarrollo de software, donde la generación automática de código acelera los procesos y reduce significativamente las horas de trabajo necesarias para los desarrolladores. En el sector bancario, la IA permite un conocimiento más personalizado de los clientes, mejorando la atención y optimizando la seguridad, como el bloqueo automático de tarjetas al detectar patrones de compra inusuales. Además, facilita una gestión de créditos más eficiente, ofreciendo soluciones adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente.

Esta capacidad de la IA para transformar múltiples sectores resalta su impacto en la innovación y mejora continua de servicios clave. “El uso de IA en el sector servicios permitirá un desarrollo cada vez más rápido de la tecnología y sus paradigmas de aplicación, orientándose a la eficiencia de los procesos y la eficacia y la calidad de los contenidos producidos.” (El Estado De La Ciencia, 2023)

CONTEXTO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA IA EN ACCENTURE

Accenture es una compañía líder mundial en servicios profesionales que ayuda a las principales organizaciones del mundo a desarrollar su núcleo digital, optimizar sus operaciones, acelerar el crecimiento de sus ingresos y mejorar sus servicios, creando valor tangible a velocidad y escala. Cuenta con alrededor de 774.000 personas que prestan sus servicios a clientes en más de 120 países.

La organización tomó la decisión de implementar IA en un contexto de rápida evolución tecnológica y creciente demanda de soluciones digitales avanzadas. La presión por mantenerse competitivos en un mercado que se mueve hacia la automatización y la digitalización, junto con el auge del *big data* y la necesidad de análisis en tiempo real, fueron factores clave que impulsaron esta decisión.

La integración de IA en Accenture no solo responde a las tendencias tecnológicas globales, sino también a las necesidades específicas de sus demandantes, quienes buscan formas más eficientes de manejar sus operaciones y mejorar la experiencia del cliente. Para Accenture, la IA es vista como una herramienta fundamental para facilitar la toma de decisiones basadas en datos y acelerar la innovación.

¿DESARROLLADA INTERNAMENTE O BASADA EN OTRAS IMPLEMENTACIONES?

Accenture ha seguido una estrategia mixta en cuanto a la adopción de inteligencia artificial. Aunque ha desarrollado capacidades propias de IA, también ha colaborado con diversas plataformas tecnológicas y empresas especializadas para integrar las mejores soluciones disponibles en el mercado.

Por un lado, la empresa cuenta con su propio equipo de investigación y desarrollo, lo que le permite crear herramientas de IA personalizadas para satisfacer las necesidades específicas de sus clientes. A través de Accenture Labs, su brazo de investigación tecnológica, se han diseñado innovaciones en IA que abarcan desde sistemas de recomendación avanzados hasta soluciones de automatización inteligente.

Por otro lado, Accenture también ha establecido alianzas estratégicas con líderes en tecnología como Microsoft, Google y Amazon Web Services (AWS), lo que le permite integrar soluciones de IA preexistentes en su oferta de servicios. Estas colaboraciones les brindan acceso a plataformas de IA en la nube, herramientas de *machine learning* y procesamiento de lenguaje natural, lo que agiliza la implementación y escalabilidad de estas soluciones.

SOLUCIONES QUE OFRECE LA IA A ACCENTURE

La implementación de IA en Accenture ha generado una serie de beneficios tanto para la empresa como para sus clientes. Algunas de las principales soluciones y áreas de impacto incluyen:

a) Automatización de procesos

Uno de los principales casos de uso de la IA es lograr una automatización de procesos repetitivos, mejorando significativamente la eficiencia operativa. Accenture ha integrado tecnologías como *robotic process automation* (RPA) para automatizar flujos de trabajo, reducir errores humanos y liberar tiempo para que los empleados puedan enfocarse en actividades más estratégicas y productivas o directamente bajando costos.

En un entorno laboral en constante evolución, los roles tradicionales están cambiando y surgen nuevos puestos de trabajo. Por ejemplo, en un negocio de venta de ropa, las tecnologías de automatización permiten que algunos empleados pasen de trabajar como cajeros a ocupar roles de administración en línea, y a su vez las tareas repetitivas, como el procesamiento de compras, quedan delegadas a sistemas automatizados. Este tipo de transformación permite a las empresas no solo mantener su operación diaria, sino también enfocarse en hacer crecer su negocio.

Además, también se aborda un problema clave: el tiempo que los empleados dedican a tareas no productivas, como responder a consultas de clientes, llenar formularios o generar reportes. Estas actividades pueden ser fácilmente gestionadas por sistemas de IA, permitiendo a los empleados concentrarse en áreas más valiosas para la empresa, como la innovación o la atención personalizada a los clientes.

b) Decisiones basadas en datos

La inteligencia artificial ha transformado la manera en que Accenture ayuda a sus clientes a tomar decisiones estratégicas a través del análisis avanzado de datos. Accenture ofrece servicios de análisis predictivo y prescriptivo que permiten a las empresas descubrir nuevas oportunidades de negocio y mejorar su toma de decisiones.

Sin embargo, para aprovechar al máximo estos beneficios, es crucial que los datos sean confiables y accesibles. La fragmentación o baja calidad de los datos impide que estos sean movilizados de manera eficiente. Por eso, Accenture trabaja con sus clientes para reimaginar y optimizar sus procesos, garantizando que los datos sean transparentes, consistentes y procesables en tiempo real.

Marketing impulsado por IA

La IA juega un papel esencial en el ámbito del marketing, un área crítica para cualquier empresa que busca crecer y mantenerse competitiva. Las fuentes de datos están en constante expansión y su calidad mejora con el tiempo, lo que brinda a las empresas la capacidad de realizar campañas de marketing mucho más efectivas y segmentadas. La segmentación adecuada (definir el medio, el horario y el mensaje adecuado para llegar al público correcto) es clave para optimizar el presupuesto de marketing.

Esta tecnología permite analizar grandes volúmenes de datos de clientes y comportamientos en tiempo real, identificando patrones y generando *insights* valiosos para crear campañas altamente personalizadas. Esto maximiza el retorno de la inversión en publicidad, asegurando que los recursos se utilicen de la manera más eficiente posible y que los mensajes lleguen a la audiencia correcta en el momento oportuno.

Al implementar soluciones de análisis personalizadas, diseñadas con el talento y las tecnologías adecuadas, Accenture maximiza el valor de las inversiones en IA y tecnología de sus clientes. De esta manera, los datos se convierten en un activo estratégico, que impulsa el rendimiento, la resiliencia y el crecimiento sostenido de las organizaciones en el futuro.

c) Mejora de la experiencia del cliente

En la actualidad, la experiencia del cliente se ha convertido en un diferenciador clave para las empresas, y Accenture ha aprovechado la inteligencia artificial para optimizar este aspecto crítico. Utilizando sistemas avanzados de IA, Accenture ha desarrollado soluciones personalizadas que permiten a las empresas anticiparse a las necesidades de los clientes y mejorar la interacción en tiempo real. Un ejemplo claro de esto son los sistemas de recomendación que Accenture implementa para sus clientes en el sector minorista, donde la IA analiza el comportamiento y las preferencias de compra, sugiriendo productos altamente personalizados para cada usuario.

Otro componente fundamental son los *chatbots* impulsados por IA, que Accenture ha implementado para mejorar el servicio al cliente en diversos sectores, como el bancario, el sanitario y el de telecomunicaciones. Estos *chatbots* pueden responder a consultas básicas, gestionar solicitudes o resolver problemas de manera inmediata y sin intervención humana, lo que reduce significativamente los tiempos de espera y mejora la satisfacción del cliente. Un ejemplo de ello es el caso del banco BBVA que, con la ayuda de Accenture, implementó un sistema de IA capaz de gestionar el 90% de las consultas básicas de los clientes, liberando a los empleados para enfocarse en casos más complejos.

Lo que hace a estas soluciones particularmente poderosas es la **capacidad de aprendizaje continuo** de la IA. A medida que los sistemas interactúan con los clientes, la IA aprende de esas interacciones y ajusta sus respuestas para ser más precisa y eficiente en el futuro. Esto no solo mejora la calidad del servicio, sino que también personaliza cada vez más la experiencia, adaptándose a las expectativas y preferencias individuales de los usuarios.

d) Innovación en productos y servicios

La capacidad de la IA para analizar datos masivos e identificar patrones ocultos ha permitido a Accenture ser un catalizador de innovación en productos y servicios para sus clientes. Uno de los grandes aportes realizados en este ámbito es su enfoque en ayudar a las empresas a **rediseñar modelos de negocio** y crear productos disruptivos basados en insights generados por IA.

Por ejemplo, la empresa ha colaborado con empresas en el sector manufacturero para utilizar IA y *machine learning* en la creación de **productos inteligentes**. Estos productos no solo cumplen con las necesidades actuales del mercado, sino que también se adaptan a las demandas futuras mediante el análisis continuo de datos de uso y retroalimentación de los clientes. En un caso concreto, Accenture trabajó con una empresa de electrodomésticos para integrar IA en sus productos, permitiendo a los usuarios controlar los dispositivos de manera más eficiente y obtener sugerencias basadas en sus hábitos de consumo energético, lo que no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también promueve un consumo más sostenible.

También ha impulsado la innovación en sectores como la salud y la energía mediante el desarrollo de **modelos predictivos**. En la salud, por ejemplo, han colaborado en la creación de herramientas que analizan los historiales médicos para predecir la probabilidad de enfermedades y personalizar tratamientos. Esto no solo mejora la calidad de vida de los pacientes, sino que también optimiza los costos para las instituciones de salud. En el sector energético, Accenture ha implementado IA para predecir demandas de energía y optimizar el uso de recursos renovables, reduciendo los costos operativos y mejorando la sostenibilidad.

Otro ámbito donde Accenture está liderando con IA es el de los **servicios financieros**. Aquí, la empresa ha ayudado a entidades bancarias a desarrollar plataformas que utilizan IA para identificar patrones de fraude en tiempo real, protegiendo así a los clientes y mejorando la seguridad del sistema financiero. Estas soluciones no

solo protegen los activos de los clientes, sino que también permiten a las instituciones financieras crear productos más seguros y confiables, mejorando su reputación y su propuesta de valor.

Finalmente, Accenture ha reconocido la importancia de la **personalización masiva** en productos y servicios. La IA permite ofrecer soluciones que se ajustan a las preferencias individuales de los clientes a gran escala.

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

Según el informe “Estado de la Ciencia” (2023) se ha podido observar que la IA, al procesar grandes cantidades de datos y automatizar procesos, permite una mayor velocidad de respuesta, lo que redundará en una mayor eficiencia, menor cantidad de desperdicios y menos tiempos muertos. En contrapartida, la incorporación de IA al proceso productivo, como toda nueva tecnología, demanda fuertes inversiones, la capacitación del personal y el rediseño de procesos y organizaciones ya establecidas.

La implementación de IA por parte de Accenture en Argentina y específicamente en Mar del Plata enfrenta importantes desafíos, pero también abre oportunidades clave en el mercado local. En un contexto donde la adopción de tecnologías avanzadas, como las herramientas 4.0, aún es marginal, Accenture ha identificado un potencial para la transformación digital en la región. Muchas empresas locales siguen operando con tecnologías de generaciones anteriores, lo que representa un reto debido a la resistencia organizacional al cambio tecnológico.

Sin embargo, esto también quiere decir que hay una oportunidad significativa para Accenture, ya que la baja penetración de estas tecnologías brinda un terreno fértil para la adopción de soluciones basadas en IA.

Cabe aclarar que es fundamental que las empresas locales desarrollen su **capacidad de absorción** tecnológica, especialmente en entornos donde la inversión en investigación y desarrollo (I+D) es baja, como en muchas industrias argentinas.

Fortalecer esta capacidad de absorción permite a las empresas locales no solo adaptarse a las nuevas tecnologías, sino también innovar a partir de ellas. A medida que las empresas incrementan esta habilidad, pueden cerrar la brecha con los líderes tecnológicos y avanzar en su proceso de digitalización. En este sentido, Accenture no solo está desempeñando un rol de proveedor de tecnología, sino también de facilitador en la modernización y competitividad de las empresas argentinas, lo que a la larga se traduce en producción de conocimiento (Figura 1).

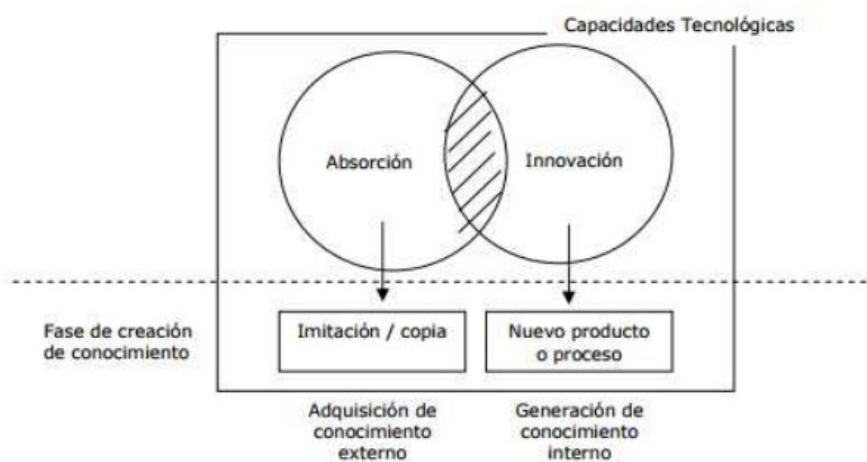


Figura 1. Apunte de Cátedra, unidad 6.

Al identificar la brecha tecnológica existente, la firma ha sabido posicionarse como un líder en la transformación digital, ofreciendo soluciones de IA que no solo modernizan las operaciones de las empresas locales, sino que también las preparan para competir a nivel global. Mar del Plata, con su ecosistema emergente de empresas tecnológicas y su creciente comunidad de talento joven formado en áreas digitales, se presenta como un escenario estratégico para la expansión de Accenture. La diversidad económica de la región, que incluye sectores como la industria manufacturera, el agro y el turismo, brinda un amplio abanico de posibilidades para aplicar soluciones de IA en áreas clave como la automatización de procesos, la mejora de la experiencia del cliente y el análisis predictivo de datos.

Un claro ejemplo de esto es el sector financiero, donde la firma ha implementado soluciones de IA para automatizar procesos, mejorando la seguridad y eficiencia de los bancos locales. Accenture ha trabajado con varios bancos importantes a nivel local e internacional, y uno de los más destacados es BBVA. A través de su colaboración, Accenture ha ayudado a BBVA a integrar sus operaciones de trading y riesgos a nivel global, mejorando su eficiencia y capacidad para ofrecer productos y servicios integrados a sus clientes. Esta alianza incluyó la creación de un sistema llamado STAR, que permite manejar más de 6,000 transacciones al día, integrando instrumentos financieros y controles de riesgo en un modelo de gestión global. Además, al colaborar con empresas en la región, Accenture no solo impulsa la adopción de tecnología avanzada, sino que también contribuye a la creación de un ecosistema innovador, que es clave para el desarrollo económico de Mar del Plata y el país.

En este contexto, los desafíos relacionados con la integración de IA, como la ciberseguridad y la privacidad de los datos, se convierten en áreas donde Accenture puede seguir expandiendo sus servicios, ofreciendo soluciones que aborden estas preocupaciones. De este modo, el éxito de la adopción de IA en Mar del Plata dependerá, en gran medida, de la capacidad de absorción de las empresas locales, ya que esta influirá

directamente en la velocidad y efectividad con que estas organizaciones puedan integrar las soluciones tecnológicas ofrecidas. La combinación de desafíos y oportunidades en Argentina y Mar del Plata ha permitido a Accenture no solo consolidar su presencia en el mercado, sino también actuar como un catalizador para la transformación digital en la región.

CONCLUSIÓN

En el marco de mercados competitivos, la producción industrial recurre a la innovación y la incorporación de tecnología para lanzar un producto nuevo para el mercado o para mejorar su productividad. Es decir, reducir el costo por unidad, haciéndolo en menor tiempo o, con la misma cantidad de insumos, fabricando más productos que sus competidores.

La implementación de inteligencia artificial en Accenture refleja una estrategia avanzada de modernización y eficiencia, que se traduce en un impacto positivo en el ecosistema empresarial de Mar del Plata y en el contexto argentino en general. La capacidad de absorción tecnológica se revela como un componente esencial en este proceso, ya que permite a las empresas locales no solo adoptar sino también adaptarse rápidamente a estas nuevas herramientas y metodologías de IA. A través de sus iniciativas y colaboraciones, Accenture no solo provee soluciones de alta tecnología, sino que también fomenta una cultura de innovación que facilita el desarrollo de habilidades digitales en la región. Este enfoque no solo potencia el rendimiento de las empresas locales, sino que también promueve un entorno en el que la tecnología avanzada puede ser plenamente aprovechada, fortaleciendo la competitividad regional y nacional en el mercado global.

REFERENCIAS

- RICYT, OEI (2023). El estado de la Ciencia. <https://www.ricyt.org/wp-content/uploads/2023/12/EL-ESTADO-DE-LA-CIENCIA-2023.pdf>
- UNESCO (2021). Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_spa?posInSet=2&queryId=dfb53913-c81f-4a41-b8de-cb203aab78b4
- Sanchez, J. L. (2023). Accenture y BBVA se unen para agilizar la operativa de la entidad. <https://newsroom.accenture.es/es/news/2021/accenture-bbva-unen-agilizar-operativa-entidad-bancaria-inteligencia-artificial>
- Díaz Olivas, B. y Salvadores Natal, I. (2024). Accenture y NVIDIA guían a las empresas en la era de la IA. <https://newsroom.accenture.es/es/news/2024/accenture-y-nvidia-guian-a-las-empresas-en-la-era-de-la-ia>
- Díaz Olivas, B. y Salvadores Natal, I. (2024). Mondelēz International une fuerzas con Accenture y Publicis Groupe para impulsar el marketing con la ayuda de la IA. <https://newsroom.accenture.es/es/news/2024/mondelez-internacional-une-fuerzas-con-accenture-y-publicis-group-para-reinventar-su-marketing-con-ia-generativa>
- Díaz Olivas, B. y Salvadores Natal, I. (2024). Accenture y Google Cloud ayudan a las empresas de Fortune 500 en la adopción de la IA y la ciberseguridad. <https://newsroom.accenture.es/es/news/2024/accenture-y-google-cloud-ayudan-a-las-empresas-de-fortune-500-en-la-adopcion-de-ia-y-la-ciberseguridad>
- Albrieu, R.; Basco, A. I.; Brest López, C.; De Azevedo, B.; Peirano, P.; Rapetti, M.; Vienni, G. (2019). Travesía 4.0: hacia la transformación industrial argentina. CABA: BID-INTAL-CIPPEC-UIA
- Mg. Ing. Morcela, Antonio (2021). "Innovación, cambio y transformación". Apunte de cátedra. Economía de la Innovación.