

IA y tecnología conversacional, transformando la empleabilidad y los RRHH

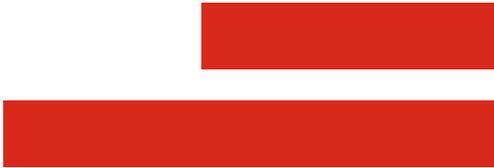


“

La tecnología conversacional y la Inteligencia Artificial llega para quedarse a los departamentos de Recursos Humanos.

¿El objetivo? Mejorar la eficiencia en las empresas a la vez que se mejora la experiencia de usuario de empleados y candidatos.





La digitalización de los Recursos Humanos	1
Nueva oportunidad, la era conversacional	4
Nuevos perfiles y oportunidades laborales	7
Aspectos legales a tener en cuenta	11
Casos reales de tecnología conversacional	14
• Bankia	15
• Cepsa	19
• Bayer ANDINA	23
• Pernod Ricard	26
Conclusiones	29

La digitalización de los Recursos Humanos

Encarna Maroño, directora de Recursos Humanos de Adecco Group

A lo largo de los últimos años hemos vivido como la tecnología se ha colado en todos las áreas de nuestra vida. De la llegada de las primeras páginas webs, a llevar a cabo compras online o navegar a máxima velocidad han pasado muy pocos años y, claramente, nos hemos adaptado a hacer uso de ellas. Su aplicación en el mundo laboral, es una realidad y, por supuesto, el área de los Recursos Humanos no ha sido una excepción. Por ello, desde hace décadas, diferentes herramientas tecnológicas son parte del día a día de, prácticamente, todas las compañías del mundo. Ya sea para mandar un email a un proveedor o cliente, o para llevar a cabo una reunión con el equipo ubicado en otra región, de lo que no cabe duda es que la **tecnología es un empleado más de cualquier equipo**.

Como consecuencia de esta realidad, es evidente que el departamento de Recursos Humanos ha sido, en gran parte, **el orquestador de la implementación y uso de la tecnología** en todos los procesos que están relacionados con su área. Ya sea en los procesos de selección de candidatos, en la incorporación de nuevas herramientas de comunicación con los empleados o la mejora en el envío de documentación y papeleo, los recursos tecnológicos **son parte del ADN de este departamento**. Además, no debemos olvidar, que recursos humanos es el primer punto de encuentro entre futuros empleados y la compañía. Una realidad que hace necesaria la adaptación constante para conseguir a los mejores candidatos.

Pero aunque desde las empresas y áreas especializadas en recursos humanos ya éramos conscientes de esta realidad, la pandemia y la crisis sanitaria provocada por el coronavirus nos ha vuelto **a recordar la importancia de ver a la tecnología como una aliada más**. Y es que durante los meses iniciales de la pandemia, hemos visto como el teletrabajo es posible en sectores que antes imaginaban imposible su adopción, centros de formación que han adaptado sus clases a entornos virtuales y corporaciones que han digitalizado procesos en cuestión de días. Y, ¿quién ha sido el aliado perfecto para poder llevar a cabo esta adaptación sin parangón? Efectivamente, **la tecnología se ha convertido en el recurso indispensable** para poder realizarlo.



Sin embargo, **esta adaptación repentina no va a ser suficiente**. Para poder superar los efectos secundarios que derivarán de esta crisis global y recuperar gran parte de lo perdido durante este periodo, las empresas vamos a necesitar multiplicar por dos nuestra competitividad y capacidad de recuperación. Pero, ¿cómo llevar a cabo esta readaptación? ¿esta vuelta (*real*) a la normalidad? Como he destacado en otras intervenciones, creo que la clave está en un cóctel de cinco vitaminas:

1

Vitamina 1

Tener un plan o varios. En momentos de incertidumbre, es importante definir qué vamos a hacer a cortísimo plazo, a medio y en el momento en el que volvamos a la normalidad. El qué, quién y cuándo serán grandes aliados para mantenernos en el camino correcto, a pesar de lo baches que iremos encontrando.

2

Vitamina 2

Alinear a todo el equipo, favoreciendo una visual clara de dónde estamos, cuáles son nuestras fortalezas, cuáles nuestras debilidades, dónde están nuestros competidores, hacia dónde podríamos avanzar. ¡Todos remando hacia el mismo sitio!

3

Vitamina 3

Comunicar, comunicar y comunicar. Hazlo a todos los niveles, involucra a todos los equipos, utiliza todos los recursos, adapta los mensajes. De arriba abajo, de abajo hacia arriba o de izquierda a derecha.

4

Vitamina 4

Favorece el cambio. A veces, decidimos correctamente lo que queremos hacer y nos eternizamos en la ejecución. "*Lo digo, lo hago. Lo empiezo, lo acabo*", como diría mi querida María. Rompe silos, abre la mente, invierte en formación, crea equipos multidisciplinares... abusa de la diversidad. Está demostrado que las empresas más diversas son más ágiles, más abiertas al cambio, más innovadoras... ¡este es el momento!

5

Vitamina 5

Impulsa el *empowerment*. Deja que tus equipos tomen decisiones, que se equivoquen, que opinen, que discutan... Es el camino hacia el compromiso real.

Y de nuevo, **el enlace químico que unifica estos cinco compuestos vitamínicos es la tecnología**, que unida con competencias cada vez más indispensables como la capacidad de aprendizaje, la iniciativa, la flexibilidad, el dinamismo o la orientación a resultados permitirá a muchas empresas resurgir.

En lo que respecta a esta nueva normalidad, la Inteligencia Artificial y la tecnología conversacional serán elementos indispensables a tener en cuenta durante los próximos años. Un correcto uso de estas tecnologías marcará la diferencia entre las compañías y permitirá que todos los departamentos, en especial, el de Recursos humanos optimicen y dinamicen sus tareas, tal y como desgranaremos en las próximas páginas.



Nueva oportunidad, la era conversacional

Ángel Hernández, socio director de Chatbot Chocolate

Al tiempo que toda una vorágine de tecnologías ha ido asentándose en las **áreas de Recursos Humanos** con el claro objetivo de facilitar la gestión, comunicación y desarrollo, tanto personal como profesional, de los empleados que conforman la organización, la tecnología conversacional se ha colado a una velocidad vertiginosa en diferentes proyectos con el objetivo de seguir con este proceso de transformación. Sin embargo, en esta ocasión, en **un formato** (el chat) **y entornos** (como WhatsApp, Microsoft Teams, una web/intranet, Facebook, etc.) **que forman parte de nuestro día a día**.

Según datos ofrecidos por Deloitte, **el 20% de las organizaciones están utilizando asistentes virtuales** en sus departamentos de RRHH, mientras que el 20% destacó que tienen planteado introducir asistentes en los próximos dos años. Una incorporación a la que los empleados reaccionan positivamente. Como refleja IBM en la encuesta global de recursos humanos realizada a 8.600 empleados, el 62% elegiría reutilizar una herramienta cognitiva como un chatbot para apoyar la toma de decisiones personales de recursos humanos. Datos que animan a los responsables de área a comenzar a testear estas tecnologías.

Y no es para menos, la llegada de esta tecnología que se caracteriza por **la ejecución de conversaciones en formato texto o voz** de forma automática tanto con candidatos como con empleados ofrece a las áreas de Recursos Humanos **una serie de ventajas que consiguen acercar y humanizar** aún más el departamento.

Ventajas de la tecnología

1

Disponibilidad 24/7

Independientemente del momento, lugar o circunstancia el empleado podría resolver rápidamente las dudas o los trámites que desee llevar a cabo; al menos, servir como un primer punto de información disponible 24/7.

2

Personalización de la experiencia

El chatbot puede contar con su propia personalidad, nombre y tono que ayuden al usuario a generar una experiencia más humana y cercana, al tiempo de respetar las formas con las que dirigimos a un empleado.

3

La sencillez de los entornos conversacionales

Poder gestionar y resolver consultas de manera inmediata a través de WhatsApp, Microsoft Teams o el portal corporativo, sin necesidad de enviar un e-mail o tener que buscar por la intranet para localizar la información que necesitas, permite mejorar la experiencia y la eficiencia, a la vez que empoderamos al empleado con nuevos canales y en un formato conversacional al que ya está acostumbrado.

4

Integración con otras tecnologías

Los chatbots no son un ente aparte. El verdadero potencial aparece en ciertos casos cuando se combina con otros sistemas que permitan no sólo la consulta, sino la realización de operaciones completas desde el propio chat. **Un claro ejemplo de ello** es la integración de un potencial candidato captado en formato conversacional en el ATS de la compañía.

A este conjunto de características se suma **su versatilidad**. Con esta cualidad, la tecnología conversacional, unida al conjunto de canales donde podemos aplicarla, ha conseguido que se utilice en innumerables casos de uso cubriendo así todo el ciclo del empleado, siendo la resolución de dudas del empleado, la automatización de procesos (proyectos de mejora de la eficiencia) y la captación en formato conversacional, **los casos de usos más habituales**.

Principales aplicaciones de los chatbots en los RRHH

Asistente del empleado para resolución de preguntas frecuentes

Sin duda, este es **el caso de uso más extendido** en el mundo de la tecnología conversacional. En su aplicación en los departamentos de Recursos Humanos no iba a ser menos y cada vez más compañías introducen esta tecnología internamente para **gestionar más eficientemente las preguntas frecuentes de los empleados** y los recursos del propio departamento. *“Cuántos días tengo de vacaciones”, “cuántos días me corresponden por la operación de un familiar” o “cuál es el teléfono y dirección de la sede en Barcelona”* son solo algunas de las consultas que el chatbot puede resolver en cuestión de segundos, permitiendo descargar al área correspondiente de una primera capa de consultas, para enfocarse en solventar otras más complejas. Este tipo de **Asistente para el Empleado**, nos permite, en definitiva, devolver tiempo a las áreas de Recursos Humanos.

Automatización de procesos vía chatbot

Una de **las principales las tendencias existentes** es abordar proyectos de optimización a través de apps de mensajería, cuya finalidad no es la atención al empleado ni al potencial empleado sino la mejora de la eficiencia. En este terreno, la tecnología conversacional también se convierte en un aliado por ejemplo para automatizar procesos que actualmente

se llevan a cabo de forma manual o en los que se ha comenzado a utilizar WhatsApp y ya se haya validado el potencial del canal.

Desde la gestión automatizada de cambios de turnos entre compañeros hasta la reserva de sala, pasando por notificaciones inmediatas o consultas rápidas a empleados o candidatos. Los casos de usos son diversos y muy enfocados en los procesos del día a día de las compañías. En estos casos, es habitual **utilizar tanto canales propios de la compañía como externos**, pero conviene hacer un correcto uso de los mismos, favoreciendo que formen parte de la operativa propia del proceso, sin llegar a ser intrusivos.

Chatbots en procesos de recruiting

Estamos ante candidatos con un perfil **más digital y conectado** que nunca, canales o apps de mensajería como Instagram, WhatsApp o Facebook forman parte de su día a día. Es por ello que se han introducido los chatbots a través de estos nuevos entornos como **nueva forma de captar candidatos**, que si bien, es un canal complementario, mejora notablemente resultados e imagen de la empresa. La **captación e integración con el ATS es el punto de inicio** de estos proyectos, a los que se puede incluir funciones como la consulta y/o actualización del estado de la candidatura, entre otros.

Estas aplicaciones prácticas, hace años que se han venido introduciendo en todo tipos de sectores y en compañías como **CEPSA, CaixaBank, Inditex, Pernod Ricard, Andorra Telecom, Bayer o L'Oreal**. Si bien permiten, como mencionaba anteriormente, o, tenemos que determinar qué tipo de proyectos son más factibles abordar y tienen más sentido. En algunos casos, los procesos de captación de talento tienen un gran peso y conviene invertir en su optimización; en otros, la mera automatización de comunicaciones que se realizan por WhatsApp de manera manual con candidatos (y que han ido relegando al e-mail o al SMS por uso e inmediatez) puede suponer un salto cualitativo. Pero, en muchos otros casos, el mayor valor se encuentra en la automatización de un proceso tedioso que se venía gestionando de manera manual.

Si bien podríamos decir que a día de hoy ya estamos en un punto maduro en lo que se refiere a la construcción de chatbots, esto no quiere decir que éstos se construyan y se integren con otros sistemas de manera autónoma, ni que el mismo caso de uso, tenga sentido para todas las empresas. Por ello, aunque las posibilidades son enormes, no debemos confundir la tecnología conversacional con un “ente mágico”, sino que hemos de **ser conscientes de los desafíos que tiene su desarrollo**.

Nuevos perfiles y oportunidades laborales

Daniele Tramontin, Director Adecco Talent BPO

Patricia Durán, Responsable de Comunicación de Planeta Chatbot

El desarrollo tecnológico está marcando, más que nunca, la evolución de nuestra sociedad. Al igual que ha ocurrido en otros momentos de la Historia de la evolución del ser humano, la llegada de nuevas herramientas tecnológicas **implica un cambio en los modelos productivos y sociales**. Sin embargo, la digitalización, robotización y, en general, cualquier automatización de procesos ha despertado desde siempre ciertos celos en la opinión pública por el temor a la desaparición de ciertos puestos de trabajo.

Tras varios años de introducción de estas tecnologías en el mundo laboral, se ha podido constatar cómo, lejos de ser una amenaza, estas representan una oportunidad para convertir tareas de bajo valor en trabajos más cualificados. En consecuencia, estamos ante **una transformación que precisa un proceso de adaptación** del que se desprenden nuevas oportunidades que hay que saber aprovechar. La irrupción de la tecnología conversacional y la Inteligencia Artificial no ha hecho más que afianzar esta percepción, abriendo la puerta a una nueva serie de perfiles profesionales tecnológicos cuya demanda no dejan de crecer.

Según **un informe de 2018 del Foro Económico Mundial**, la tasa neta entre destrucción de empleo y creación de nuevos roles generados por el desarrollo de la IA generará una creación positiva de 58 millones de nuevos empleos para 2022 a nivel mundial. Entre el conjunto de puestos técnicos que se espera experimenten una creciente demanda en todos los sectores, figuran los analistas de datos, científicos, desarrolladores de software y aplicaciones, y especialistas en comercio electrónico y redes sociales; todos los cuales están significativamente basados en la tecnología o potenciados por ella.



¿Es necesario contar con todos los perfiles en mi compañía? La respuesta es, depende. Lo más frecuente es realizar una implementación de, por ejemplo, un chatbot apalancándonos en tecnologías de terceros que están a nuestra disposición. En este caso, los perfiles más necesarios serán un Product Conversacional para la adecuada gestión del proyecto, un Conversational Designer (CX Designer) para el diseño detallado de las conversaciones o user stories, Desarrollador de chatbots y un Entrenador del chatbot. Si por el contrario, quieres ir un paso más allá, y crear tu propia tecnología basada en IA, para posteriormente construir los casos de uso que tu compañía necesite (ya sean de chatbots o no), necesitarás incorporar otros perfiles senior tipo Data Scientist o Data Engineers.

A continuación, compartimos listado de roles potencialmente necesarios para un proyecto de IA de cualquier tipo:

Los roles más tecnológicos

Senior Data Scientist

En la era del Big Data, el científico de datos es el encargado de gestionar los procesos de minería de grandes cantidades de datos, estructuradas y no estructuradas, con el objetivo de identificar patrones. Para cumplir sus tareas utiliza una mezcla de programación, habilidades estadísticas, aprendizaje automático y algoritmos.

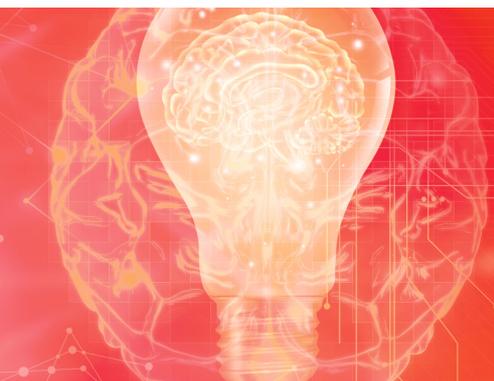
Senior Data Engineer

Es el encargado de suministrar los datos para los modelos de aprendizaje. Al margen del conocimiento de Tecnologías de la información y la visión analítica, se caracteriza por tener dotes comunicativas que le permiten traducir los datos en conclusiones claras que puede transmitir al resto del equipo.

Integrador de modelos

Es el perfil informático que se encarga de conocer los algoritmos y aplicarlos de forma adecuada a los procesos de la empresa. Además, será el encargado de llevar a cabo revisiones continuas que permitan la mejora del sistema.

El Knowledge Center de Adecco Talent BPO es un servicio de diseño de CX y Entrenamiento de contenidos para la implantación de un asistente virtual de voz y texto.



KNOWLEDGE CENTER

Otros perfiles

Sin embargo, como introducíamos al inicio y se menciona en el propio informe, hay **otros muchos empleos relacionados con habilidades humanas** que también experimentan tasas de crecimiento y así se prevé que continúe. La tecnología conversacional probablemente representa el caso más claro de idiosincrasia necesaria entre perfiles técnicos y perfiles con habilidades humanas o sociales más desarrolladas. Algunos de los más destacados son:

Diseñador de interfaces conversacionales (CX Designer)

Un chatbot es un sistema informático capaz de mantener una conversación con un ser humano. Toda conversación es un proceso de comunicación y como tal, se necesita de un perfil especializado en comunicación que pueda llevar a cabo el diseño de la conversación. Para ello, también es importante definir correctamente la personalidad del chatbot, así como, el *naming*, tono e identidad visual que tendrá. En todo este proceso, el diseñador de interfaz conversacional será clave.

Desarrollador de interfaces conversacionales (Chatbot Developer)

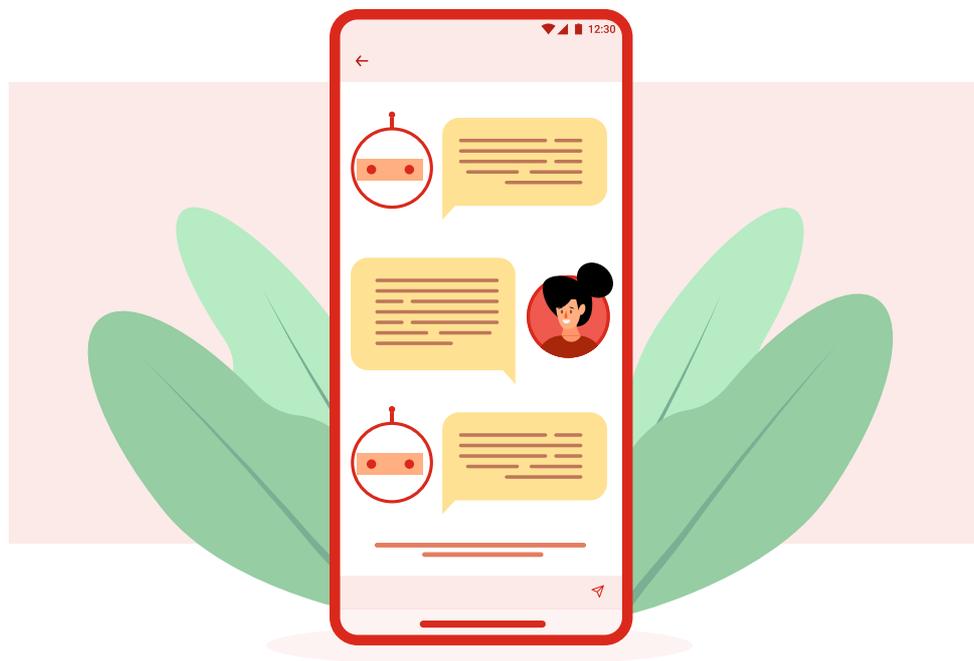
Como sistema informático que es se necesitará de un desarrollador que pueda programar la inteligencia del chatbot. Es importante destacar que en función de la complejidad del proyecto será o no necesario contar con un desarrollador ya que existen plataformas como **Chatomático** que permiten a cualquier persona crear su propio bot, independientemente del nivel de conocimiento de programación que posea. En cualquier caso, para conexiones con API's de terceros o sistemas de CRM y atención vía agente, será necesario contar con un perfil técnico.

Entrenador del Chatbot o especialista en Procesamiento del Lenguaje Natural (Chatbot trainer)

Para que el chatbot responda correctamente a las preguntas de los usuarios es necesario entrenarlo con una base de conocimientos al motor de entendimiento del lenguaje natural. Además, una vez lanzado el proyecto, será necesario realizar una labor de análisis de conversaciones y re-entrenamiento, tareas realizadas por este tipo de especialistas. Un perfil lingüista o de periodismo sería el encargado.

Experto de negocio en tecnología conversacional o IA (Product Conversational)

Al igual que existen expertos de negocio focalizados en el desarrollo de apps o páginas webs, en el mundo de la tecnología conversacional y la Inteligencia Artificial surge el *Chatbot Lead*, *Chatbot Specialist* o el *Business Translator ML*, es decir, aquella persona que conoce todas las necesidades que derivan de un proyecto de chatbot, IA o ML en función del objetivo y profundidad que este tenga.



Cuando las empresas se plantean la introducción de la IA en campos donde hasta la fecha había primado la interacción entre personas, es necesario tener en cuenta otros factores que van más allá del técnico o productivo. **La implantación necesita contemplar un plan consistente de acompañamiento** a los usuarios sobre cómo relacionarse con estas nuevas tecnologías, con el objetivo de evitar que exista frustración, mal uso o incluso que se busquen vías alternativas. Además de **un proceso de reentrenamiento constante** por parte del equipo responsable del proyecto.

Una vez más, **toman importancia los departamentos de Comunicación y RRHH** para marcar una correcta estrategia de implantación, desplegando equipos que, al mismo tiempo que entrenan al sistema, también recogen el *feedback* valioso de los usuarios, proporcionan información sobre la evolución del proyecto y, finalmente, cumplen con la función de “paracaídas” ante posibles abandonos de la usabilidad de este.

A pesar, de ser conscientes de esta realidad, de acuerdo a **los datos aportados por la OECD**, en su último estudio, seis de cada diez adultos no cuentan con las *skills* básicas de manejo de TIC o, directamente, no cuentan con experiencia informática y con ordenadores. No cabe duda de que la llegada de estas dos grandes tecnologías implica un proceso de cambio laboral en el que será preciso formar e informar de nuevas oportunidades laborales. Es un momento de evolución en el que el proceso de adaptación y aprendizaje debe ser total.

Aspectos legales a tener en cuenta en la implementación de chatbots

Alejandro Negro, consejero del área de Propiedad Intelectual de Cuatrecasas

Valentín García, socio del área de Laboral de Cuatrecasas

La evolución de la gestión de personas y la revisión y mejora continua del proceso de experiencia de empleado ha facilitado la irrupción de los sistemas de chatbot en las organizaciones como una herramienta o sistema complementario para los departamentos de personal.



La interacción virtual por medio de este tipo de plataformas tiene múltiples ventajas tanto para las organizaciones como para los empleados, ya que logran **generar un conocimiento inmediato y de confianza por medio de un sistema que tiene infinitas posibilidades** de desarrollo y que permite optimizar procesos y ahorrar tiempo a los departamentos de recursos humanos para que centren sus esfuerzos en tareas con valor añadido.

El éxito de estas iniciativas depende de diversos factores, siendo especialmente relevante el diseño previo, la facilidad de uso y la utilidad real para el empleado (que facilite información y gestiones de manera efectiva y directa, ahorrando trámites, esperas innecesarias, desplazamientos y complicaciones).

Desde la perspectiva jurídica es **posible identificar también determinadas cuestiones cuya atención y consideración es fundamental** para el buen fin del chatbot:

Identificación de procesos singularmente complejos o en los que pueden producirse lesiones de derechos fundamentales: hay determinadas solicitudes a efectuar por canales de este tipo (por ejemplo, cuestiones relacionadas con la adaptación o reducción de jornada por necesidades familiares) que jurídicamente deben llevar aparejadas respuestas específicas y adaptadas a la situación, realizando en su caso contrapropuestas que necesariamente habrá que singularizar. Para este tipo de supuestos, es recomendable que se diseñe una ruta alternativa de canalización que no comprometa la posterior gestión legal/procesal de la solicitud.

Decisiones basadas en la elaboración de perfiles o que evalúen aspectos personales relativos al empleado y que se basen únicamente en el tratamiento automatizado y produzcan efectos jurídicos en el empleado o le afecten significativamente de modo similar.

Posible control y monitorización por parte de la organización de las actividades y comunicaciones que desarrollen e intercambien los empleados a través del chatbot.

Información que debe facilitar la organización a los empleados antes de implementar este tipo de sistemas para que sus empleados conozcan claramente el uso que va a efectuarse de sus datos personales y, más aún, cuando se trate de categorías especiales de datos personales que revelen el origen étnico o racial, las opiniones políticas, las convicciones religiosas o filosóficas, o la afiliación sindical, y el tratamiento de datos genéticos, datos biométricos dirigidos a identificar de manera unívoca a una persona física, datos relativos a la salud o datos relativos a la vida sexual o las orientaciones sexuales.



Implantación de **las medidas técnicas y organizativas apropiadas** para garantizar un nivel de seguridad adecuado al riesgo para los intereses y derechos de los empleados y, en particular, que corrijan posibles errores o inexactitudes en el tratamiento sus datos por parte del chatbot, como podrían ser tratamientos discriminatorios.

Existe **cierta inquietud en que los sistemas de aprendizaje automático** puedan afianzar o incluso remodelar los sesgos existentes en los sistemas de toma de decisiones en las organizaciones. Será fundamental garantizar que la Inteligencia Artificial evolucione correctamente, creando incluso comités de expertos que la supervisen, para que no sea discriminatoria e incluso pueda favorecer un tratamiento más objetivo y que dote de completa trazabilidad a las incidencias.

En materia de gestión de canales de denuncia se abre también un elenco relevante de posibilidades y de riesgos con el tratamiento automatizado de las incidencias, en el que se acentúa si cabe la necesidad de favorecer una individualización de la respuesta.

También hay materias que por ahora están teniendo una relevancia discreta en el uso de bots (como es el caso de prevención de riesgos laborales o de interlocución con la representación legal de los trabajadores), que sin embargo tienen un alto grado de repetitividad y de homogeneización en los procesos de información, formación y seguimiento, que podrían ser un ecosistema interesante para el desarrollo de herramientas de Inteligencia Artificial.

La **identificación de esta potencial problemática jurídica** en modo alguno pretende desincentivar el uso de bots para la gestión de relaciones laborales. Se trata de **una herramienta muy útil cuyo uso seguramente se irá generalizando con el tiempo**. Pero desde nuestra perspectiva su éxito dependerá de la capacidad de identificar determinados procesos que son aptos para la gestión por medio del chatbot, ofreciendo al empleado un canal alternativo que permita una gestión más personalizada, y **garantizando el cumplimiento de las múltiples obligaciones** en materia de protección de datos personales.

Casos reales de tecnología conversacional

Bankia



BANKIA: Digitalizando los procesos de atención a usuarios de la red comercial

Eva Valle Gutiérrez, Directora de Control de Operaciones en Bankia

Elena Sanz Varela, Directora de Arquitectura de Canales de Bankia

Ficha técnica

Empresa

Bankia, banco español con sede en Valencia y Madrid

Nombre del chatbot

Bianka

Año de lanzamiento

Marzo de 2019

Proyecto

Chatbot especializado en la resolución de las preguntas frecuentes realizadas por el personal de la red comercial de oficinas en relación a la operativa diaria de negocio.

Resultados

A día de hoy toda la Red de Oficinas y Centros Conecta con tu Experto usan en su día a día a Bianka para resolver sus dudas operativas. Se han resuelto unas 50.000 consultas.

A lo largo de los últimos años, el sector de la banca se ha caracterizado por liderar los procesos de implementación de nuevas tecnologías. Este proceso de adaptación e incorporación, ha provocado que nos acostumbremos a utilizar los cajeros automáticos, tarjetas de crédito cada vez más versátiles o incorporar nuevos conceptos como *"un bizum"*. Pero, en los últimos años hemos comprobado como esa digitalización implica también la implementación de Inteligencia Artificial y tecnología conversacional, pilares de la Industria 4.0 y de la economía del siglo XXI. En este marco, entidades como **Bankia**, lideran en España su uso en la atención de consultas operativas de la red comercial de oficinas.

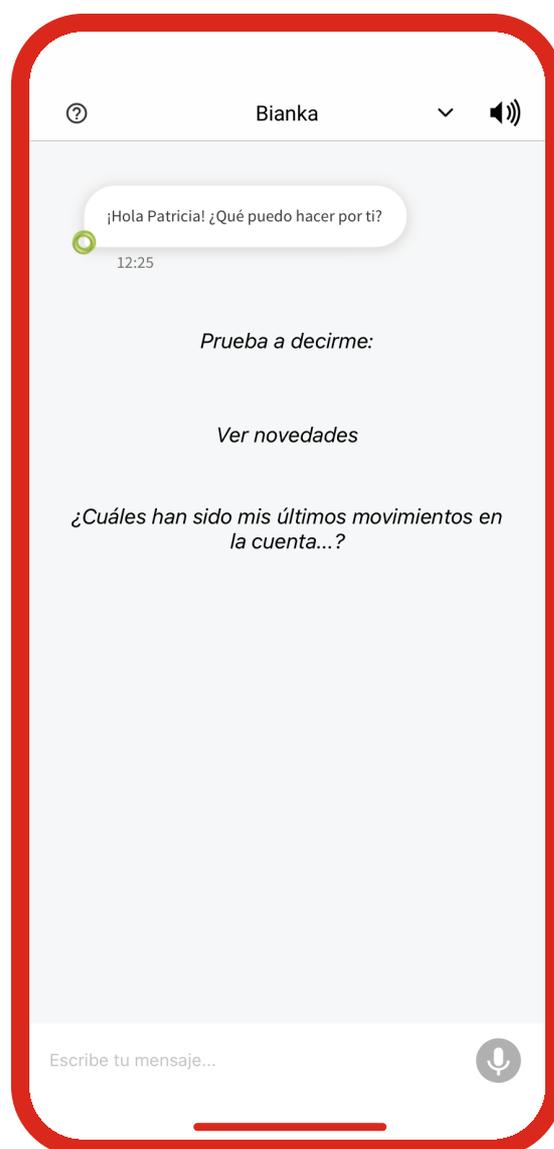
La entidad de origen español ha apostado por la implementación de tecnología conversacional con el objetivo de automatizar la respuesta a las preguntas frecuentes realizadas por el personal de las sucursales, así como, hacer operativa transaccional para clientes.

“Gracias a la digitalización existe la tecnología conversacional”

El inicio de la transformación conversacional

Uno de los retos que se plantea a nivel interno dentro de las entidades bancarias es **la atención y gestión del Centro de Atención al Usuario (CAU)**. Este tipo de centros se caracterizan por atender de forma telefónica las consultas que los empleados de las sucursales tienen en relación con los productos que ofrecen o las operativas a realizar.

Actualmente, gracias a la digitalización existen múltiples recursos que ayudan a hacer más eficiente los procesos que este departamento integra y, entre ellos, se encuentra la tecnología conversacional. En este contexto, a finales de 2018 Bankia decidió apostar por su implementación y comenzó a trabajar en el entrenamiento de su Asistente Conversacional. Una labor que permitió que en marzo de 2019 el proyecto viera la luz en algunas sucursales de España y que a día de hoy sea uno de los pilares de la compañía.



Gestionando el cambio

Como destaca **Eva Valle Gutiérrez**, Directora de Control de Operaciones en Bankia, asegurar el éxito del proyecto implicó una estrategia de gestión de cambio. Los futuros usuarios de la herramienta tenían que ser conscientes de hasta qué punto esta puede ayudarles y, para ello, Bankia tejió un plan de acción en el que podemos destacar cuatro hitos que han sido fundamentales:

1

Elección del nombre

Con el objetivo de hacer partícipe a los usuarios finales de la compañía en el proceso de digitalización a través de sistemas conversacionales, la entidad lanzó un concurso encuesta para elegir el nombre del futuro asistente. Entre una batería de propuestas, **Bianka** fue el más votado y así pasó a llamarse el asistente conversacional.

2

Definición de la personalidad de Bianka

Definido el nombre, era hora de determinar cómo sería Bianka, es decir, cuál sería la personalidad que caracterizaría al asistente y cómo debería que responder a cada una de las posibles situaciones que llegaran a futuro. **Bianka, tenía que ser la voz de Bankia**, y así en sus respuestas tendría que **incorporar los valores, el tono y el estilo de comunicación** del Banco.

3

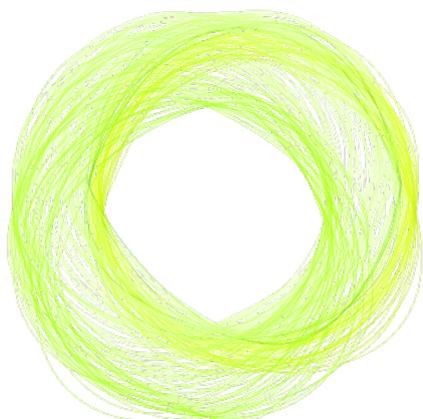
Identificación de los “Bianka Embajadores”

Con el escalado al total de oficinas, y viendo la necesidad de realizar esta labor “didáctica” de cómo hablar con Bianka, y también de **gestionar las expectativas de los usuarios**, era fundamental llegar a todas las personas, para ello se impartieron webinars formativos, se crearon clip formativos, y se formó a los “embajadores” de Bianka, un empleado por oficina que se encargaba de enseñar al resto del equipo cómo se debía interactuar con ella.

4

Lanzamiento en las sucursales de forma gradual

El lanzamiento a producción se llevó a cabo inicialmente con un piloto, en el que un grupo de sucursales, empezó a usar Bianka, con una continua monitorización, que permitió entender cómo interaccionaban con Bianka, y cómo respondía Bianka a sus consultas. De esta forma se permitió afinar el entrenamiento del asistente en aquellas consultas que no entendía al inicio, y de la misma forma enseñar a las oficinas cómo comunicarse con ella para facilitar que pueda entender sus consultas. Esto permitió **acompañar en paralelo el entrenamiento de Bankia y la gestión del cambio de los usuarios**, haciendo un escalado gradual sujeto siempre a que los resultados fueran los esperados, hasta finalizar la implantación en todas las oficinas de la red comercial.

**B I A N K A**

El asistente de voz de Bankia

Un futuro cada vez más cercano

A día de hoy, Bianca ha conseguido convertirse en un empleado más dentro de la entidad bancaria, convirtiéndose en el aliado de los trabajadores de las sucursales y permitiendo a la corporación suprimir la atención telefónica de primer nivel, manteniéndola para cuestiones excepcionales. De hecho, el asistente ha demostrado ser un facilitador de tareas durante la crisis sanitaria provocada por el Coronavirus. Un proyecto de crecimiento continuo que ha sido posible gracias también, a la colaboración del equipo de *Adecco Talent BPO* en el proceso de entrenamiento de Bianca.

Como destaca **Elena Sanz Varela**, Directora de Arquitectura de Canales de Bankia, *"el Asistente Conversacional Bianca que está implementado en el Centro de Atención al Usuario (CAU) ya no es un proyecto piloto, es un hecho real que atiende a miles de empleados de forma diaria y que pone de manifiesto el poder de un asistente capaz de atender preguntas en un formato completamente abierto. Un proyecto innovador que se ha convertido en un éxito y demuestra el potencial de la tecnología cuando esta se pone al servicio de las necesidades de negocio, sin olvidar la eficiencia (en costes, en rapidez de ejecución de tareas...) obtenida al poder automatizar tareas manuales. En el mundo de la Digitalización la automatización la consideramos clave"*.

Pero Bianca no solo atiende de forma conversacional a los empleados de las sucursales, los clientes de la entidad también pueden hacer uso de ella a través de la App de la compañía y del Centro de Atención al Cliente (CAC). Hacer un bizum, descubrir las últimas novedades o saber el saldo de tu cuenta son algunas de las funcionalidades implementadas de cara al usuario final. A futuro, **el objetivo es ofrecer todavía más información a través de ella.**

Cepsa: “Max”, la incorporación de la IA a la gestión de RRHH mediante un bot

Álvaro González Sánchez, Theme Leader de TD de Cepsa, a cargo del carril People Analytics
Raquel del Pie y Cristina Hombrados, Responsables de Desarrollo y Análisis del Asistente Virtual de Cepsa

Ficha técnica

Empresa

Cepsa, compañía energética global integrada presente en toda la cadena de valor del petróleo y del gas. Inició en el año 1929 como la primera empresa petrolera privada del país.

Nombre del chatbot

Max

Año de lanzamiento

Junio 2019

Proyecto

Asistente virtual 24x7 que facilita y resuelve gestiones en materia de Recursos Humanos (RRHH) a los empleados de la compañía en España. En un futuro se ampliará a otros países.

Resultados

Max está especializado en 57 temáticas y en poco más de un año ha resuelto correctamente más de 9.500 consultas.

Actualmente, una de las prioridades de las grandes multinacionales es buscar nuevas formas de comunicación interna. En la mayoría de los casos, el objetivo de este tipo de acciones es crear ambientes laborales saludables, retener el talento joven de la compañía y mejorar la comunicación entre equipos multidisciplinares. En resumen, tejer nuevas formas de interconectividad se ha vuelto primordial.

En este contexto, la inteligencia artificial (IA), la tecnología conversacional y, en general, las nuevas tecnologías, se convierten en aliados excepcionales. **Cepsa**, empresa líder del sector energético en España, es un gran ejemplo de ello por haber apostado por su implementación con **el objetivo de mejorar la experiencia de los empleados** y complementar la atención personal con un asistente virtual que agilice y automatice las consultas y tareas que más se repiten. Max Planet, universo en el que está integrado Max el asistente virtual, combina diferentes tecnologías para optimizar la relación entre el profesional y el área de RRHH. Este proyecto es un ejemplo de la transformación digital que está llevando a cabo Cepsa, en este caso enmarcada en el carril de *People Analytics*.

Max Planet, un mundo a disposición de los empleados

Dentro de Max Planet encontramos diferentes herramientas que explican su éxito:

1

Base del conocimiento

Entorno donde los empleados pueden consultar información y resolver dudas de manera autónoma. Está estructurada en modo Frequently Asked Questions (FAQ).

2

Asistente virtual

Bautizado como Max, responde directamente a las temáticas entrenadas y ofrece soporte documental cuando no comprende la pregunta. En el caso de temáticas no entrenadas aún, permite la apertura de un caso cuando es preguntado por ellas.

3

Plataforma de gestión de casos

A través de una plataforma de gestión de casos los gestores de RRHH serán los encargados de resolver aquellas consultas e incidencias que lleguen por la apertura directa de un caso por parte del empleado, o bien a través de Max.

4

Gestor de RRHH

El equipo de RRHH sigue siendo una parte fundamental del proyecto. Gracias a Max Planet puede dedicar más tiempo a aquellas gestiones del empleado que requieran un trato más cercano y personal, y que aportan un mayor valor añadido, optimizando la relación entre el profesional y el área de RRHH para lograr que ésta sea más ágil, humana y eficiente.

Max, un compañero más

En el proceso de definición de **Max Planet**, los equipos de RRHH y de Transformación Digital (TD) de Cepsa identificaron los chatbots como una posible herramienta para mejorar la comunicación con los **empleados** y, más importante aún, **su experiencia**. Un primer desarrollo y una prueba piloto de dos meses en la que participaron 400 empleados constituyeron la primera piedra en el camino del asistente virtual.

Desde que Max Planet vio la luz en junio de 2019, ha recibido más de 28.000 consultas:

- Max ha recibido más de 9.500.
- La Base del conocimiento ha recibido más de 5.600.
- A través de apertura de caso han llegado más de 13.000.

A día de hoy, Max ha sido entrenado para responder una gran variedad de cuestiones sobre 57 temáticas, las cuales se dividen en dos grupos:

Temáticas en desarrollo

Max en modo desarrollo ha sido entrenado en formato FAQ a través de intenciones y entidades, tiene las preguntas tipo de cada temática y sus posibles variaciones para ofrecer diferentes respuestas en función de la pregunta formulada. Entre las 17 temáticas entrenadas en modo desarrollo destacan las Licencias Retribuidas, el Teletrabajo y los Seguros de Salud.

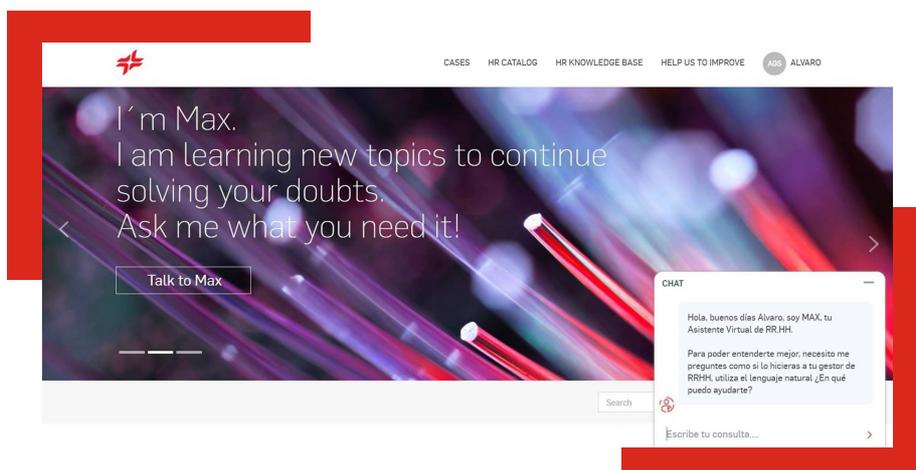
Temáticas en modo campaña

Max en modo campaña ha sido entrenado en modo FAQ en base a la identificación de todas las posibles entidades que pudieran definir una misma temática y para la que siempre se obtiene una misma respuesta.

Entre las 40 temáticas entrenadas en modo campaña destacan el Plan de Atención Social, las Vacaciones y los Ticket/Tarjeta Comedor.

La Dirección de Comunicación, Márketing de RRHH y Gestión del Cambio de TD han promocionado y siguen impulsando el empleo de **Max Planet**, fundamental para la **evolución de Cepsa hacia una empresa cognitiva**. El trabajo conjunto de Comunicación, RRHH y TD permite la transición al modelo Max Planet y, para ello, se ha llevado a cabo un plan de formación y comunicación con gran variedad de acciones entre las que destacan campañas de comunicación, presentaciones/formaciones destinadas a los 8.500 empleados en España, realizadas por los gestores de RRHH en Torre Cepsa, refinerías, petroquímicas, estaciones de servicio, delegaciones, etc., y vídeos de presentación de Max Planet, entre otras acciones.

La gestión del cambio cultural de los empleados ha sido y continúa siendo un pilar esencial para el éxito de Max Planet.



Un proyecto en constante evolución

Este proyecto promueve la estructuración y digitalización del conocimiento del área de RRHH, **mejorando el proceso de toma de decisiones (data driven company)**, que podrá realizarse sobre una base más consistente y consolidada gracias a la trazabilidad que permiten las últimas tecnologías en análisis de datos.

“Aunque Max Planet ya lleva en producción más de un año, el roadmap está más vivo que nunca y cuenta con varios hitos para lo que resta de 2020 y para 2021”

El primero de ellos está relacionado con entrenar y facilitar a los empleados la interacción con Max. Para ello, durante el presente año 2020, **Max va a evolucionar desde el actual formato FAQ a conversacional**. El desarrollo del modo conversacional permitirá interactuar con Max de forma más humana con *Natural Language Processing* (NLP), como destacan **Raquel del Pie García y Cristina Hombrados García**, Responsables de Desarrollo y Análisis del Asistente Virtual de Cepsa.

Además de esta adaptación de Max a un formato conversacional, se van a **implementar también diferentes procesos transaccionales** para continuar mejorando la experiencia de los empleados y eficientar procesos, así como también reducir las gestiones burocráticas y poder dedicarse los profesionales de RRHH más tiempo al trato personal para aquellas cuestiones que lo requieran. Gracias a este tipo de integraciones se podrán gestionar, por ejemplo, la solicitud de vacaciones, citas médicas o la entrega de certificados, entre otros. De este modo, muchos de los servicios transaccionales que la compañía ya tiene activados y disponibles en otros entornos, quedarán integrados en Max.

Álvaro González Sánchez, Theme Leader de TD de Cepsa, a cargo del carril People Analytics, comenta que *“los objetivos de la evolución de Max, y Max Planet, son enormemente ambiciosos, tanto por la complejidad técnica como por el hecho de que tienen que ser ejecutados por varios equipos trabajando de forma simultánea y con dependencias unos de otros. El reto es mayor si cabe por el ajustado plazo de ejecución previsto”*.

Por último, destacar también que Cepsa estudia la posibilidad de incorporar esta tecnología a medio plazo en los procesos de otras áreas de la compañía.

BAYER ANDINA: Tecnología conversacional, el nuevo miembro del equipo

Carolina Torres, Applications Coordinator en BAYER Andina

Ficha técnica

Empresa

Bayer, empresa alemana químico-farmacéutica

Nombre del chatbot

ABA

Año de lanzamiento

Abril de 2019

Proyecto

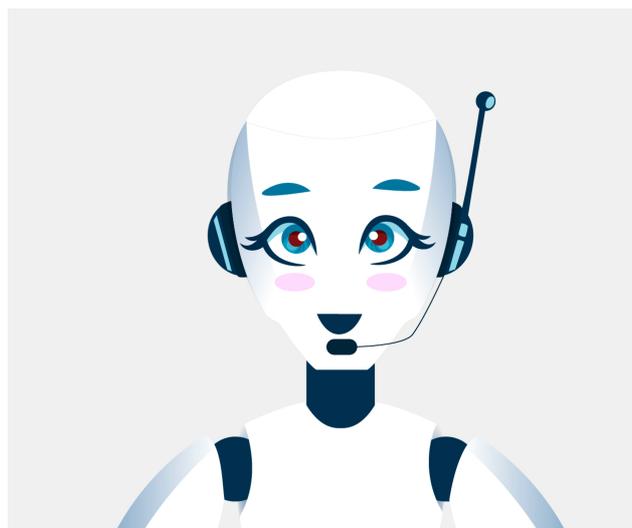
Chatbot especializado en la resolución de las preguntas frecuentes realizadas por el personal de la compañía en relación con Recursos Humanos, IT, *Facilities* o innovación.

Resultados

A día de hoy, el 85% de la plantilla está suscrita al chatbot en Telegram y se han resuelto más de 110.000 solicitudes.

El día a día dentro de las oficinas de una gran empresa se caracteriza por ser muy intenso. Reuniones, horarios de desayunos, almuerzo y comida, averías en equipos o en el WIFI son solo un ejemplo de la gran cantidad de actividades en la que se pueden ver inmersa cientos de personas a lo largo de una única jornada laboral. A raíz de todas y cada una de estas interacciones, surgen preguntas, dudas e incidencias que acaban siendo resueltas por el equipo de Recursos Humanos, Facility o IT, consumiendo tiempo del personal de cada uno de estos departamentos.

En este contexto, la tecnología conversacional se convierte en una herramienta efectiva para dar respuesta a todas estas cuestiones. **Bayer Colombia** ha demostrado mediante la implementación de un chatbot llamado ABA , cómo se puede dar respuesta a estas solicitudes y así apoyar a los colaboradores.



ABA

Estructura del chatbot

El sistema de seguridad de autorización del chatbot, solo permite ingresar a **los usuarios registrados en la plantilla de Bayer con su código de empleado activo**. Así mismo, este sistema permite identificar detalles de los usuarios cuando van a realizar otras solicitudes como soporte o un certificado, haciendo más ágiles estos procesos.

Desde su lanzamiento en abril de 2019, las funcionalidades que ofrece ABA están estructuradas dentro de cinco menús en los que se engloban diferentes áreas de la compañía:

IT

Dentro de esta categoría encontramos opciones relacionadas con soporte técnico, programa de renovaciones de dispositivos, soporte de salas, soporte de impresión, soporte telefonía móvil y ubicación y soporte de salas de reuniones.

Facility Management

ABA también se encarga de ofrecer información relacionada con seguros de coches, las máquinas de vending de las instalaciones, el menú del almuerzo, horario de recepción u otras consultas relacionadas con el mantenimiento del servicio.

Recursos Humanos

Dentro del área de Recursos Humanos, ABA se ha encargado de resolver preguntas relacionadas con el estado de las vacaciones, reconocimiento y registro de incapacidades, consultas sobre los beneficios por ser empleados de la compañía o consulta y gestión de certificaciones laborales y certificaciones de ingresos y retenciones.

Innovación

Con el objetivo de impulsar la innovación de la compañía, ABA también se encarga de ofrecer información sobre cómo se puede registrar tu participación en un entrenamiento o en una actividad de Digital & Innovation, asesoría para dar solución a un reto o explorar una oportunidad de negocio o incluso fijar una sesión de ideación liderada por un coach de innovación.

Sugerencias

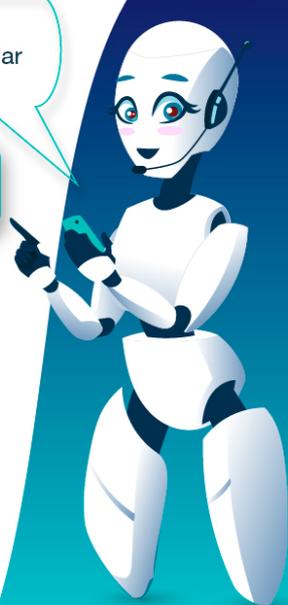
Por último, el buzón de sugerencias permite al equipo responsable del asistente conversacional seguir aprendiendo y haciendo crecer al sistema en base a las necesidades reales de los colaboradores.

En total más de veinte interacciones diferentes que permiten a los colaboradores resolver sus preguntas de forma inmediata y efectiva.

Resultados del chatbot

La automatización de esta serie de consultas y procesos a través de ABA, ha permitido a los equipos operativos de las áreas mencionadas reducir su carga de trabajo. Aunque no se ha cuantificado el tiempo ahorrado hasta el momento, la percepción general es que aproximadamente un 60% de las tareas relacionadas con consultas que antes eran realizadas por el equipo de RRHH, ahora han pasado a ser asumidas por ABA.

El proyecto ha conseguido unos resultados excelentes, lo que lo ha llevado a posicionarse como una solución de automatización muy exitosa e innovadora entre los empleados de la compañía. Durante **la primera semana** se lograron un **90% de descargas** y más de 20.000 transacciones. Hoy en día, **el 85% de la plantilla** está suscrita al agente y se han resuelto más de **50.000 solicitudes**. Dentro de las consultas más recurrentes se encuentran la consulta de certificados de nómina, la consulta de cesantías y vacaciones. Datos que ponen de manifiesto que ABA es un empleado más, sirviendo de ayuda para resolviendo preguntas tan habituales como “¿cuantos días de vacaciones tengo disponibles?”.



¡HOLA SOY ABA!
Espero que ya me tengas en tu celular para poder ayudarte.

HOY QUIERO CONTARTE QUE INQUIETUDES PUEDO RESOLVERTE DEL ÁREA DE HR OPERATIONS.

ESTOY DISPONIBLE LAS 24 HORAS DEL DÍA PARA AYUDARTE CON:

- ✓ TUS VACACIONES
- ✓ TUS BENEFICIOS
- ✓ INCAPACIDADES
- ✓ CERTIFICACIONES (CON Y SIN SALARIO)
- ✓ CESANTÍAS

SI AÚN NO ME TIENES, DESCÁRGAME EN TU CELULAR:
APP STORE/PLAY STORE, TELEGRAM, BÚSCAME COMO ABA_BAYER_BOT Y COMPLETA TUS DATOS.

¡NOS VEMOS PRONTO!

PERNOD RICARD: Ayudando en la consulta de datos a través de nuevos canales

Miguel Ángel Fernández, Digital IT Solutions Manager Mediterranean Countries en Pernod Ricard

Ficha técnica

Empresa

Pernod Ricard, multinacional francesa líder en la producción de bebidas alcohólicas (Chivas, Absolut Vodka, Malibu, Ballantines o Habana Club son algunas de sus marcas)

Nombre del chatbot

Rob

Año de lanzamiento

Diciembre 2019

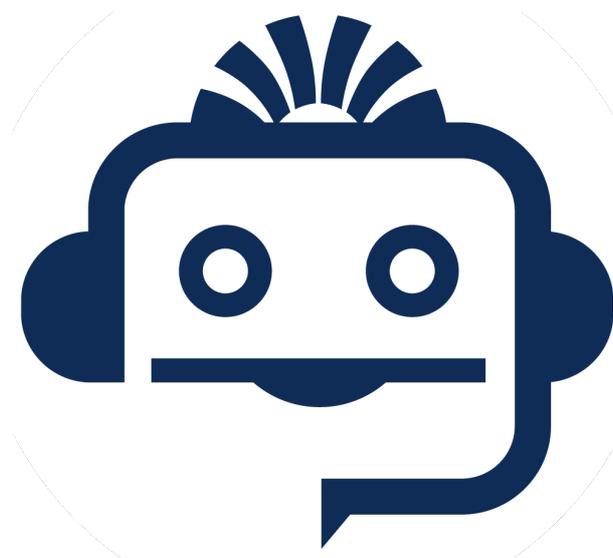
Proyecto

Chatbot especializado en la consulta automatizada de facturas y pedidos de clientes y en resolver preguntas frecuentes de los empleados en relación con vacaciones, seguro médico, etc.

Resultados

El asistente ha recibido más de 2.600 mensajes, siendo utilizado por aproximadamente el 40% de la plantilla.

Explorar nuevas tecnologías es el objetivo principal de los departamentos de innovación de las empresas del mundo. Estudiar su aplicabilidad tanto a nivel interno como externo y validar su potencial se vuelve la meta de estos equipos. Bajo esa premisa, el equipo de soluciones digitales de **Pernod Ricard**, empresa francesa de producción de bebidas alcohólicas con presencia internacional, testea de forma anual diferentes tecnologías como la biometría, la automatización vía RPA o, como no, los chatbots. Así nació Rob, el bot para la atención de los empleados que lanzaron en diciembre de 2019.



Facilitando el acceso a la información

Una de las principales características de la tecnología conversacional es su capacidad para automatizar procesos de todo tipo. Ya sean preguntas frecuentes o automatización de operativas, los asistentes conversacionales se convierten en un sistema informático versátil con el que poder innovar a nivel interno. A la hora de trabajar con estas tecnologías, Pernod Ricard decidió testear ambas funcionalidades mediante dos casuísticas diferentes:

Consulta de facturas y pedidos de proveedores y clientes

Gracias a esta funcionalidad, Rob es la primera herramienta informática dentro de la empresa que permite interactuar con los sistemas informáticos de la empresa sin tener un conocimiento previo. Hasta hace unos meses, la única forma de consultar información relacionada con facturas de clientes o proveedores era acceder al sistema ERP y llevar a cabo una serie de pasos muy concretos tras los que se obtenía la información. Para que los comerciales y empleados pudieran hacer esa consulta se requería una formación previa, que en muchas ocasiones no era suficiente y provocaba una serie de dudas y cuestiones que tenían que ser resueltas por el equipo de recursos humanos, que asumía una carga de trabajo extra. Ahora simplemente indicando "*quiero consultar la factura de un cliente*" puedes obtener la información en apenas unos segundos, de una forma completamente conversacional y libre.

Preguntas frecuentes de Recursos Humanos

Dudas relacionadas con las vacaciones, bajas laborales, procesos internos, ubicación de las oficinas, entre otras cuestiones son las que Rob es capaz de responder a día de hoy. De este modo, libera de carga de trabajo al equipo de Recursos Humanos, que puede invertir su tiempo en tareas más concretas y dudas de mayor nivel.

Preguntas relacionadas con ocio y tiempo libre

A través de una serie de preguntas, Rob pone a tu disposición una serie de planes y propuestas de ocio para que disfrutes de tu tiempo libre.

Tres operativas diferentes que ponen de manifiesto la versatilidad y dinamismo de las herramientas basadas en tecnología conversacional y que han sido diseñadas e implementadas conjuntamente con el equipo de **Chatbot Chocolate**, agencia especializada en el diseño y desarrollo de interfaces conversacionales.

Gestionando el cambio

Dar a conocer el proyecto se convierte en una de las claves que asegura el éxito del proyecto. Para ello, el área de soluciones digitales se coordinó con el equipo de comunicación corporativa de la compañía para plantear varias acciones con las que los empleados conocieran a Rob. Entre dichas acciones se encontraron:



Informar

Publicaciones en el portal del empleado y mailing a la plantilla a lo largo de varios meses.



Video corporativo

Vídeo corporativo de corta duración que explicaban las funcionalidades del bot y la forma de conectarse al mismo.



Demostraciones

Tour por las oficinas de España enseñando y explicando el funcionamiento del sistema.



Usar Charter

Usar Charter, la herramienta interna a nivel internacional, para presentárselo al resto de sedes mundiales.

Microsoft Teams y el futuro de Rob

Tras testear WhatsApp, la app de mensajería por excelencia, ha llegado el turno de Microsoft Teams, un entorno que se convierte en el pilar fundamental de las comunicaciones entre equipos y cuyo uso es familiar para todos los empleados. Tal y como destaca **Miguel Ángel Fernández**, *Digital IT Solutions Manager Mediterranean Countries* en **Pernod Ricard**, Microsoft Teams es la herramienta interna que se utiliza diariamente para coordinar equipos y tareas, compartir documentos e incluso recibir y organizar llamadas personales y grupales. Teniendo en cuenta esto, el asistente conversacional tenía que llegar a Teams, para así afianzar su relación con los empleados.

Pero el uso de esta tecnología dentro de la compañía no acaba con la apertura a este nuevo canal. Tras comprobar su potencial en las oficinas de España, sedes ubicadas en otros puntos del globo se han interesado por ella. Además, al margen de su aplicabilidad en entornos internos, también se están estudiando y validando las primeras acciones comerciales y de promoción basadas en experiencias conversacionales, las cuales comenzarán a ver la luz en 2021.

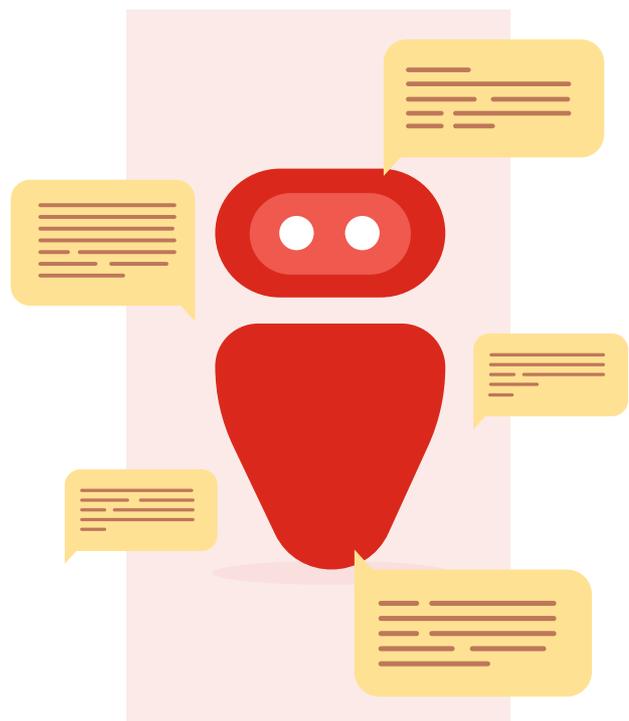
Conclusiones

En apenas tres décadas hemos pasado de poner en tela de juicio el éxito que tendrían los ordenadores portátiles o los smartphones, a que estos se conviertan en **herramientas indispensables para garantizar nuestro desarrollo personal, educativo y profesional**. Tanto es así, que prácticamente todos los sectores, departamentos y empresas hacen uso de algún tipo de tecnología que facilita el desempeño de sus actividades cotidianas.

Una de las últimas tecnologías en salir a la palestra e introducirse en las empresas a todos los niveles es la Inteligencia Artificial y la tecnología conversacional. En tan solo un lustro, son miles los titulares que han protagonizado y tal y como indica **Statista** durante el 2019 más de un **67% de usuarios utilizaron un chatbot en algún momento**. En lo que respecta a su uso en el departamento de Recursos Humanos su implementación es evidente.

Casos de uso como el de **Bankia, Pernod Ricard, Bayer o CEPSA** simplemente son el ejemplo real de cómo se está incorporando esta tecnología en el día a día de los empleados de compañías con presencia internacional. Hablamos de chatbots que ayudan a resolver preguntas frecuentes, pero también otros que permiten consultar información de clientes y proveedores o el envío de nóminas y cambios de turnos entre los propios empleados. Es decir, una aplicación que va mucho más allá de la mera resolución de preguntas simples y que permite a los profesionales de este departamento automatizar procesos *end-to-end*, liberando de trabajo a los profesionales de RRHH que pueden enfocarse en realizar tareas con un mayor rédito profesional y personal, es decir, tareas de valor añadido.

Sin embargo, este avance en el que el departamento encargado de la gestión de los datos personales de los trabajadores se ve tan implicado, es necesario que el punto de vista legal y ético no se pierda en ningún momento. Tal y como destacan los expertos de Cuatrecasas, asegurar una correcta implantación de esta y otras tecnologías requiere e implica un compromiso real y constante con los empleados. El tratamiento de sus datos, la protección de su privacidad y sus intereses son algunas de las



CONCLUSIONES

claves a considerar a la hora de trabajar en la introducción de sistemas de tecnología conversacional o inteligencia artificial. Asegurar estas cuestiones, permitirá, en resumidas cuentas, la viabilidad de estos proyectos y que los empleados se sientan cómodos usando las nuevas herramientas que la compañía pone a su disposición. De hecho, ese tratamiento correcto y apropiado debe iniciarse incluso antes de que el empleado forme parte de la compañía ya que en caso de usar sistemas conversacionales como los chatbots o algoritmos de IA durante el proceso de selección, deberemos asegurarnos de garantizar (aún más) de cumplir con esos requisitos.

Adicionalmente, desde el punto de vista de los Recursos Humanos y desde la perspectiva laboral, el nacimiento de estas nuevas tecnologías y su rápida implementación por parte de las corporaciones, está **desembocando en una demanda constante y creciente de perfiles expertos** en estos campos. Vacantes relacionadas con el mundo de la ingeniería de datos, del machine learning, del diseño de interfaces conversacionales o la gestión de **proyectos que involucren estas tecnologías se ha convertido en el pan nuestro de cada día**. Una tendencia que seguirá al alza, como destacan una gran variedad de estudios a nivel internacional y que muestra que esta tecnología ha llegado para quedarse. Sin duda, estamos ante nuevos perfiles que marcarán el futuro del ecosistema laboral y es preciso preparar a los profesionales del departamento en la búsqueda de perfiles que cumplan con estas cualidades tan novedosas a día de hoy.

En resumidas cuentas, la tecnología lleva años acompañando a los expertos de Recursos Humanos. Bien para mejorar los procesos de captación de talento o las comunicaciones internas entre departamentos, la tecnología ha demostrado ser un aliado a la hora de crear nuevas oportunidades laborales y tejer relaciones más fuertes dentro de las compañías. Ahora que la IA y la tecnología conversacional se postulan como el nuevo salto dentro de los departamentos de recursos humanos, **es preciso plantearse ya su uso y, sobre todo, contar con expertos que sean capaces de llevar a buen puerto los proyectos** que nos planteemos en este sentido.

Especialistas en cada una de las áreas

PLANETA CHATBOT

Planeta Chatbot es el portal líder de información sobre chabotots, inteligencia artificial y machine learning escrito completamente en castellano por más de 600 colaboradores. Con el objetivo de divulgar todas las novedades sobre estas tecnologías, comparte contenido de actualidad y organiza los mayores encuentros y talleres especializados a nivel nacional e internacional junto a otras grandes corporaciones.

ADECCO TALENT BPO

Adecco Talent BPO es la División de Externalización de Procesos del Grupo Adecco, especializada en las Áreas de Recursos Humanos, de Negocio y Financiera; y especialistas en el entrenamiento de la IA a través de nuestro Knowledge Center. Con más de 20 años de experiencia, acompañamos a nuestros clientes hacía un modelo de externalización de calidad, altamente especializado, donde encontramos la eficiencia gracias a la experiencia y capacidad del equipo humano, y las soluciones tecnológicas que implantamos.

CHATBOT CHOCOLATE

Chatbot Chocolate es una boutique de chatbots con sede en España y en Latinoamérica, especializada en la conceptualización, el diseño, el desarrollo y el entrenamiento de estos asistentes conversacionales. Chatbot Chocolate acompaña a todo tipo de empresas y sectores, contando con clientes como Inditex, Pernod Ricard, Metro Sevilla, Samsung o Andorra Telecom.

CUATRE CASAS

Cuatrecasas es una firma de abogados con presencia en 14 países, con marcada implantación en España, Portugal y América Latina. Con un equipo multidisciplinar y diverso, de más de 1.000 abogados y 25 nacionalidades, cubre todas las disciplinas del derecho de empresa, aplicando su conocimiento y experiencia desde una visión sectorial y enfocada a cada tipo de negocio.