

LÍDERES



Sophi tiene una cuenta de Facebook y en su foto de perfil aparece sonriente. Al enviarle un mensaje, se presenta. “Soy Sophi tu agente virtual de Banco del Pacífico. ¿En qué puedo ayudarte?”.

El saludo de Ada cuando alguien le escribe en el chat del sitio web del Banco Guayaquil es similar. “Hola, soy Ada, tu agente virtual. ¿En que puedo ayudarte?”

Las dos responden a cualquier hora, todos los días. Poseen un nombre y lenguaje humano, pero son los denominados chatbots.

Un bot es una herramienta que realiza tareas automáticas y un chatbot es un tipo de bot que gracias a motores de inteligencia artificial mantiene conversaciones con personas. Sophi y Ada son dos de los 23 chatbots de bancos en América Latina, que la firma española Latinia identificó en su informe Banca, nuevas formas de vida inteligente del 2018.

Ecuador tiene casi el 10% de los chatbots hallados en la región, según el estudio. En la décima edición de este sondeo, presentado en julio pasado, Latinia encuestó a 100 bancos de 16 países de Sudamérica y Centroamérica sobre cómo implementan aplicaciones para celulares y tablets, mensajería sms, web móvil, notificaciones push y chatbots.

Según el estudio, el número de estos “asistentes virtuales” entre los bancos encuestados pasó de cinco en el 2017 a 23 en lo que va del 2018; es decir, registran un crecimiento de 360%. En el caso de Ecuador, Latinia sondeó a seis de los mayores bancos del país, señala Oriol Ros, director de marketing de Latinia.

Según Ros, que de seis entidades financieras encuestadas, dos tengan chatbots funcionando y que otras entidades hayan manifestado que están en proceso de implementarlos “pone a Ecuador entre los líderes de innovación en la región” en esta materia. Produbanco, del grupo Promérica, es una de las entidades que tiene previsto implementar un asistente de este tipo en 2018.

A Ros le sorprende el ritmo de crecimiento de esta tecnología en instituciones tan tradicionalistas, como los bancos. “Esto no se ha visto en ninguna otra de las tecnologías que el estudio viene analizando anteriormente”.

El entusiasmo por implementar estas herramientas se viene dando en los últimos 18 meses, añade. Christian Vorbeck, director de Ecuabots, una Pyme que desarrolla estas herramientas, considera que una de las razones que explican el boom de este tipo de bots es que el gigante tecnológico Facebook ofrece facilidades para que desarrolladores puedan implementarlos sobre sus plataformas.

Otras aplicaciones de chat como Telegram y Slack ofrecen este espacio para los asistentes virtuales. Este año Whatsapp anunció que se suma a la tendencia. Juan Luis Reza, vicepresidente de tecnología y operaciones del Banco Guayaquil, señala que la entidad implementó en mayo del año pasado a Ada porque identificó que sus clientes estaban cambiando sus hábitos de comunicación de forma muy rápida. En esta entidad, cada mes registran 300 000 sesiones en el canal chatbot.

El crecimiento ha sido del 500% en el último año, asegura el directivo bancario. “Desde la masificación de los sistemas de mensajería, nos planteamos la utilización de robots que dieran con calidad razonable respuestas automáticas a los clientes”, comenta.

Jürgen Schuldt, propietario de Mensajea, una aplicación que permite al usuario crear su propio chatbot, cuenta que de los 135 asistentes creados con la herramienta en países como Ecuador, Perú y México. Los sectores con más demanda son eCommerce, banca y finanzas, y seguros, señala. No obstante, advierte que en otras áreas productivas como la alimentación hay potencial.

Pulir la conversación, el reto de desarrolladores

El término todavía resulta novedoso en el país, pero los chatbots tienen una historia más antigua. El primer bot capaz de entender lenguaje natural fue Eliza, desarrollado en 1964 por Joseph Weizenbaum, en el MIT, para la empresa IBM.

Tras 50 años, Eliza fue la antesala para el desarrollo de herramientas como Siri, el asistente virtual de los teléfonos Iphone y otros chatbots que se utilizan en la banca y en otros negocios que ofrecen atención al cliente.

La herramienta se ha pulido con los años, permitiendo un mejor procesamiento del lenguaje natural. Pero la popularidad que ha alcanzado desde el 2016, cuando Facebook abrió su

plataforma para alojar chatbots, puede hacer que se conviertan en un arma de doble filo, dice Jürgen Schuldt, creador de la aplicación de chatbots Mensajea.

Según Schuldt, el ‘boom’ de estos asistentes conversacionales ha derivado en una gran cantidad de iniciativas que ofrecen el servicio, sin contar con la capacidad técnica para desarrollar un producto de calidad.

“No es útil un chatbot que solo dice: ‘hola, ¿qué necesitas?’ y cuando le respondes te dice: ‘en un rato te atiende un operador’ ”. Schuldt explica que si el chatbot no satisface la necesidad del cliente, es decir, si no logra responder la pregunta que se le formula o solventar el requerimiento, la experiencia de frustración hace que el usuario no vuelva a usar la herramienta tecnológica. Christian Vorbeck, director de Ecuabots, coincide.

Él asevera que uno de los mayores retos para los desarrolladores es diseñar asistentes capaces de entender modismos, palabras con faltas de ortografía y sobretodo, el contexto de la conversación. Vorbeck añade que en Internet existe una gran cantidad de chatbots que se limitan a identificar palabras claves y con base en eso, despliegan botones de opciones a los clientes.

El informe Chatbot Report 2018, elaborado por la firma Naiz entre 55 encuestados a escala global, indica que sólo un 39% de chatbots utiliza herramientas dentro de la categoría de comprensión del lenguaje natural (NLU por sus siglas en inglés). Mientras que el 61% restante no las utiliza, sino que prefiere patrones básicos para extraer información que digita el usuario o las frases claves.

Vorbeck considera que los asistentes deben ir puliéndose cada vez más, para atender a los clientes en los requerimientos automáticos y optimizar tiempos en la empresa. “Eso va a permitir que los empleados se vuelquen a labores más creativas”.

Para Schuldt, la clave para sobrevivir a la oleada de competidores está en ir más allá en resolución de problemas. Él menciona que en el caso de Mensajea, la mayor parte de los clientes buscan chatbots que además de responder consultas tengan funciones transaccionales.

Esto significa que puedan concretar acciones como cerrar una compra o preaprobar un crédito. Como en el caso de CrediFace, un emprendimiento peruano que otorga créditos online, que es uno de los 135 clientes que tiene Mensajea en la región.

Ernesto Velásquez, director de CrediFace, cuenta que al principio creyó que el asistente virtual permitiría solo responder preguntas. “Pero al pasar los días veíamos que realmente estas consultas se traducían en más solicitudes de crédito y sin elevar la publicidad, fue algo bastante bueno”.