

El uso de *chatbots* para facilitar el reclutamiento

M^a del Carmen De la Calle Durán, *Universidad Rey Juan Carlos*

La palabra *chatbot* nace de la fusión de dos términos ingleses: chat (hablar) y bot (robot). Estos robots permiten simplificar las conversaciones y ofrecer una mayor proximidad entre el servicio y sus usuarios como, por ejemplo, Siri (asistente de voz de iOS) Cortana (Android) o Alexa (Amazon).

Las grandes compañías tecnológicas llevan una década usando los *chatbots*, que comenzaron utilizándose, sobre todo, en el área de marketing y de la atención al cliente, donde han demostrado su eficacia a la hora de incentivar las ventas y mejorar el contacto con el público. Pero su irrupción en los recursos humanos y el reclutamiento es muy reciente. Los procesos de reclutamiento de personal son complejos no por la contratación en sí, sino por el papeleo y las tareas específicas que conlleva. Un *chatbot* puede encargarse de todo esto, haciendo que el flujo de trabajo de reclutamiento sea mucho más fácil. Obviamente, los robots no podrán sustituir nunca a una persona como seleccionador de personal. Un proceso de selección requiere de intuición y mucha psicología para tratar con las personas que optan al puesto, así como empatía y capacidad de responder a preguntas complejas, pero puedes facilitarles su trabajo.

Un *chatbot* es un robot, un software capaz de dialogar con una persona a través de un servicio de conversación automatizada, que utilizan respuestas automáticas para resolver las preguntas de los usuarios gracias al análisis semántico de las palabras. Existen desde la década de los 50 pero es, en 2016, cuando son dotados de neuronas artificiales capaces de establecer algoritmos muy avanzados en aras de favorecer una mejor comprensión y dotarles de un lenguaje más natural, mejorando así la interacción con los usuarios. Según la consultora de Recursos Humanos Peplematter, el 12% de las empresas españolas ya tiene integrados a los *chatbots* y utilizan algoritmos cada vez más presentes en la experiencia del candidato (Americaeconomia, 2019).

Estos robots pueden dar la bienvenida a los usuarios de un portal web, por ejemplo, guiándoles a través de sus preguntas y dirigiéndoles hacia el interlocutor correcto. Son de gran utilidad para cuestiones simples y repetitivas.

¿Cómo puede ayudar un *chatbot* en un proceso de selección? Sin duda, el proceso de enviar un CV y una carta de motivación a una empresa sería mucho más “humano” si un robot se encarga de agradecer nuestro interés por la empresa y realiza una primera entrevista a modo de criba,

¿no crees? Aquellos que postulan a la vacante obtienen una respuesta y una primera entrevista de toma de contacto y, por otra parte, los reclutadores encuentran una gran ayuda en el proceso de selección ya que el *chatbot* hace la primera criba entre candidatos apropiados e inapropiados para el puesto ofertado.

Hoy en día, los *chatbots* de nueva generación son mucho más eficientes, ya que, gracias a la inteligencia artificial, son capaces de aprender por su cuenta y de interactuar con los usuarios por medio del *Machine Learning Process* o proceso de aprendizaje automático.

Para el reclutamiento las ventajas que ofrece el uso de *chatbots* son:

1. Hacen el reclutamiento más humano

A la digitalización de los recursos humanos (RR. HH.) se le critica que el trato a los candidatos se deshumaniza. Sin embargo, poder organizar los CV en poco tiempo permite al personal de RR. HH. poder dedicar más tiempo a los candidatos en las siguientes etapas de reclutamiento. Por otro lado, representa una experiencia mucho más atractiva para los candidatos, ya que el *chatbot* guía las primeras fases del proceso de acuerdo con el perfil de cada candidato y sienta las bases para una experiencia de candidatura personalizada y positiva. Con un *chatbot* se anima a los candidatos a postular a través de mensajes como “Envía tu currículum al... para conseguir empleo”. El *chatbot* no solo envía el mensaje, sino que, además, crea perfiles de candidatos, los evalúa y programa reuniones.

2. Está al servicio de los candidatos

En la mayoría de los procesos de selección los candidatos buscan información sobre la oferta de empleo y la empresa. Un *chatbot* disponible las 24 horas del día es la mejor opción para dar las respuestas y se garantiza una mayor flexibilidad y ahorro de tiempo tanto para los candidatos como para los reclutadores. Mediante los *chatbots* se pueden realizar entrevistas atemporales, de modo que el candidato puede escoger el mejor momento del día para poder realizar las pruebas del proceso de selección. Esto también es ventajoso para la empresa, lo que permite un ahorro en tiempo.

Durante el primer intercambio entre el candidato y la empresa este asistente virtual, por un lado, les guía por la página web corporativa de acuerdo con sus expectativas e información buscada y, al mismo tiempo, les ayuda y responde a sus preguntas con un objetivo claro: atraer el talento. Según Parés, director general de la empresa especializada en inteligencia artificial Nearshore Delivery Solutions: “En muchas ocasiones, los procesos de reclutamiento e incorporación de personal suelen alargarse en tiempo, sin embargo, gracias a la automatización de procesos, se pueden analizar hasta 72.000 documentos de candidatos en 48

horas, permitiendo que el talento humano se concentre en tareas más importantes” (The standard CIO, 2019).

3. Facilita la preselección

Los *chatbots* pueden hacer una serie de preguntas a quienes buscan el empleo, y preseleccionar su perfil para un rol en base a las respuestas. Los robots pueden literalmente enviar cientos de preguntas al mismo tiempo y evaluar las respuestas en tiempo récord, proponerles pasar a la siguiente etapa del proceso de selección solicitando su CV o participar en una vídeo entrevista. También pueden ofrecer a los candidatos la posibilidad de programar una llamada telefónica de preselección, concertar una reunión en un lugar específico, enviar mensajes por Facebook o anunciar foros de empleo.

Dependiendo del perfil del solicitante, el robot compartirá la información solo con aquellos a los que se pueda considerar candidatos potenciales. Otro de los puntos fuertes de esta tecnología es su capacidad para mantener un gran número de conversaciones con diferentes candidatos al mismo tiempo, lo que se traduce en un proceso de reclutamiento optimizado, porque una mejor preselección conformará una *shortlist* mucho más acorde con los requisitos buscados.

4. Mantiene informado a los candidatos

En la mayoría de los procesos de reclutamiento, los candidatos buscan información de la empresa y el puesto que solicitan. Así mismo, una encuesta de StartWire descubrió que 77% de los solicitantes de empleo tienen una mala imagen de una compañía que los deja sin noticias, y más de la mitad se niegan a comprar o recomendar los productos de esa empresa o servicio (Americaeconomia, 2019).

Un *chatbot* puede, por ejemplo, informar a los solicitantes de las tareas que puede desarrollar, así como los horarios y otros datos que se soliciten. Además, puede informar al solicitante si llegó a la segunda etapa de selección y si fue seleccionado o no.

5. Mejora la imagen corporativa

El diálogo con un *chatbot* ofrece una experiencia original y divertida. Además de responder en un tono más informal, el robot puede usar emoticonos y *gifs* para relajar la atmósfera y ganarse la confianza de los candidatos. Estas herramientas digitales transmiten una imagen positiva y dinámica de la empresa y mejoran la imagen de marca corporativa, por lo que favorece *el employer branding*.

Además, debemos tener en cuenta que las nuevas generaciones nacidas en un mundo digitalizado, buscan trabajo en empresas que estén a la altura de sus desafíos. Según el estudio *The Great InvaZion* realizado por BNP Paribas y The Boson Project, en una situación de

igualdad de condiciones, la generación Z prefiere trabajar en empresas innovadoras (22%) y divertidas (25%) (Linares, 2018).

Fuentes de información utilizadas:

- Americaeconomia.com (21/02/2019) “Por qué usar un chatbot para tu proceso de reclutamiento” Disponible en: <https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/por-que-usar-un-chatbot-para-tu-proceso-de-reclutamiento> [26/02/2020]
- Chatcompose.com (2020) “8 maneras de usar chatbots para reclutamiento de personal”. Disponible en:
<https://www.chatcompose.com/reclutamiento.html> [26/02/2020]
- HRTRENDS (2019). “Chatbot para RRHH: ¿Cómo puedes utilizarlo?” Disponible en: <http://empresas.infoempleo.com/hrtrends/chatbot-para-rrhh> [26/02/2020]
- Linares, J. (2018). “Reclutamiento: 4 razones para utilizar chatbot”. Disponible en: <https://news.easyrecrue.com/es/reclutamiento-4-razones-para-utilizar-el-chatbot> [26/02/2020]
- Suardi, B. (2019) “El chatbot de reclutamiento: una ventaja para tu marca empleadora”. Disponible en <https://www.kioskemploi.es/news/noticias-reclutamiento-y-seleccion/el-chatbot-de-reclutamiento-una-ventaja-para-tu-marca-empleadora/> [26/02/2020]
- The standard CIO (22/02/2019). ¿Por qué usar un chatbot para tu proceso de reclutamiento? Disponible en: <http://thestandardcio.com/2019/02/22/chatbot-para-tu-proceso-de-reclutamiento/> [26/02/2020]
- Zabalegui, B. (2019) El chatbot al servicio de la experiencia del candidato y del recruiter. Disponible en: <https://www.observatoriorh.com/orh-posts/webinar-el-chatbot-al-servicio-de-la-experiencia-del-candidato-y-del-recruiter.html> [06/03/2020]

Fecha del caso: marzo de 2020

Palabras clave: reclutamiento, selección, *chatbot*, *employer branding*.

Preguntas sobre el caso

1. ¿Qué tipo de reclutamiento se analiza en el caso? ¿Cuáles son sus ventajas e inconvenientes?
2. Analice las ventajas del uso de los *chatbots* en el proceso de reclutamiento.

3. Relacione el uso de *chatbot* en el reclutamiento con la gestión del talento y la gestión de la diversidad.
4. Analice cómo una empresa puede favorecer el *employer branding* con el uso de *chatbot* en sus procesos de reclutamiento.