
Policy Brief #36

**Los canales
conversacionales
como herramienta
para mejorar la
interacción con la
ciudadanía**

Ciudades Inteligentes
y Gobierno Digital

Temas asociados

gestión local, atención ciudadana, innovación pública.

Tiempo estimado de lectura

5 minutos

Nota de la Dirección de Transformación Digital (DTD) de CAF - banco de desarrollo de América Latina, bajo la dirección de Claudia Flores

Autor de la nota

Fernando Banegas.

Coordinación de la nota

Marcelo Facchina y Lorena López.

© 2023 Corporación Andina de Fomento Las ideas y planteamientos contenidos en esta nota son de exclusiva responsabilidad de su autor y no comprometen la posición oficial de CAF

Resumen ejecutivo

- Los gobiernos se encuentran frente al desafío de poder brindar a la ciudadanía un sistema de gestión que no implique grandes esfuerzos. Se requiere que la solución a este reto considere el comportamiento de los usuarios, sea escalable y eficiente.
- El uso de los chats como WhatsApp ha evolucionado y se ha convertido en uno de los canales conversacionales más utilizados por los gobiernos subnacionales como en la ciudad de Buenos Aires.
- En este policy brief presentamos las claves para la implementación de un canal conversacional en el sector público y la evolución de esta solución en el mediano plazo.

Introducción

Como cualquier otra organización, los gobiernos se encuentran frente al desafío de poder brindar a los usuarios, en este caso la ciudadanía, un sistema de gestión que suponga un bajo nivel de fricción, es decir, que no implique grandes esfuerzos. Este partido se disputa hace ya muchos años en el entorno digital, consumado en sitios web y/o aplicaciones.

Para poder triunfar en este desafío, es clave entender las variables del comportamiento del usuario y adaptarse a las mismas. Esta no es una tarea fácil, ya que las soluciones planteadas que desarrollamos muchas veces no cuentan con la flexibilidad requerida. Si se construye un sitio web y los usuarios empiezan a manejarse vía apps en teléfonos móviles, es necesario construir un nuevo activo para acompañar al usuario.

En el frente interno, otro desafío está en lograr que la solución sea escalable y eficiente, de manera de hacerla sostenible en el tiempo sin que tenga una demanda de recursos ilimitados. Si construimos soluciones que,

para escalar, dependan de personas, el incremento en el uso de la solución conllevará un aumento en sus costos.

Por último, y esto afecta particularmente a los gobiernos, la solución debe ser universal, en el sentido que tiene que estar pensada para todos los ciudadanos. Si un sector de la población o grupo etario no puede acceder,

como consecuencia de diferentes motivos, de alguna manera los estamos excluyendo.

Un primer paso que han tomado muchas ciudades, en pro de una transformación digital, ha sido el de centrar sus esfuerzos (con distinto éxito) en asegurar la conectividad, de manera que no existan usuarios que carezcan de acceso a internet. Esta parecería ser una política pública muy integradora, más aún luego de la pandemia, en donde ha quedado de manifiesto la necesidad de acceso a internet para cuestiones fundamentales como el acceso a educación, a servicios de salud, entre otros. La nueva exclusión, y la base de muchas desigualdades de oportunidades, hoy es el analfabetismo digital.

Sin embargo, el acceso a internet no necesariamente contempla el nivel de digitalización que tiene una persona. El hecho de tener internet no implica que podamos resolver desafíos, por el solo hecho de que estén disponibles en algún activo como puede ser un sitio o una app. Las herramientas diseñadas por los gobiernos y organizaciones no siempre contemplan a los usuarios con carencias o un nivel de digitalización bajo, como los adultos mayores, o niveles socioeconómicos muy bajos, que muchas veces encuentran una gran dificultad a la hora de intentar resolver cuestiones en por ejemplo una app. Recordemos que esto implica que el usuario debería bajar la app, aprender a usarla, actualizarla, etc, sin contar que debería tener espacio en el teléfono para poder almacenarla.

Evolución de la interacción digital con la ciudadanía

El camino que han seguido los gobiernos no es ni más ni menos que el mismo que cualquier otro sector. Inicialmente, el activo central en el universo digital era el sitio, donde el ciudadano podía ingresar a buscar información o hacer trámites. Luego cuando el usuario empezó a cambiar la manera en que accedía a internet, empezaron a desarrollar aplicaciones para ser consumidas en teléfonos. Esta forma de resolver, sumada a una estructura de silos, nos ha llevado a que los usuarios debían llegar al punto de descargar una app para cada trámite que debían realizar.

Pareciera que el esquema basado en centralizar todo en una app, ha llegado a un límite que compite por la memoria del usuario, la capacidad de sus dispositivos, y la fricción que supone incorporar una nueva herramienta para cada caso de uso.

Tampoco pareciera que volver al esquema de desarrollar sitios, tenga tanto sentido. Después de todo, el teléfono móvil es el driver del consumo de internet, que en Brasil ascendía a más de 5.28 horas diarias en 2023¹ y no son precisamente los browsers donde el usuario pasa más tiempo.

El canal conversacional como alternativa

El chat pareciera ser el canal que los usuarios eligen para interactuar en el día a día. Saludar a un amigo por el cumpleaños, avisar que llegan tarde al trabajo, reservar un turno en la peluquería, etc. El máximo representante del canal es WhatsApp, que tiene actualmente en Latinoamérica una penetración cercana al total de la población y en Brasil representa la app de mayor popularidad².

¹ Fuente: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>

² Fuente: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>

³ Fuente: Sobre Boti puede encontrar más información de su desarrollo en nuestro Policy brief llamado "Estados ágiles en América Latina: la experiencia de Buenos Aires en el uso de canales digitales con ciudadanos", disponible en: <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1879>

El uso de estos canales ha evolucionado, pasando de un uso social, para colarse luego al espectro laboral, y por último al ámbito comercial, empujado en la pandemia por la interacción con comercios de cercanía, pymes y profesionales independientes. Desde hacer un pedido a la verdulería, concertar un turno en el médico o mandar una receta a la farmacia, hasta consultar el precio de una moto en una concesionaria, todo lo resolvemos en el canal conversacional.

A diferencia de los pequeños comercios o profesionales independientes que, en el caso de WhatsApp, utilizan la versión Business, las grandes organizaciones tienen un desafío mucho mayor al querer implementar una solución escalable con la solución API. Esto se debe a que los obliga a pensar en estructuras más complejas, y convertir el canal conversacional en un hub tecnológico dentro de la organización que se conecta con sus sistemas, call center, estructura de datos, sistemas de medición, etc.

El caso Boti³

La primera ciudad del mundo en implementar un canal conversacional para interactuar con los ciudadanos vía WhatsApp fué la Ciudad de Buenos Aires. Algo que parecía una jugada arriesgada, fue incorporando soluciones para abordar las problemáticas que se presentaban en la ciudad, integrando sistemas para que el canal sea transaccional e incorporando colas de operadores para derivar casos específicos.

Hoy Boti cuenta con 70 sistemas integrados, provee 100 soluciones que van desde cómo consultar y resolver infracciones, turnos de vacunación, resultados de salud, recomendaciones de turismo, y muchas otras cosas que antes resolvían con 28 aplicaciones. La gran aceptación que ha tenido el canal se traduce en que hoy sea el canal preferido de los ciudadanos.

Boti, que en enero 2022 llegó a la increíble cifra de 11 millones de conversaciones, en una ciudad de una población de 3,5 millones de personas, empatiza con los usuarios, quienes postean sorprendidos en redes sociales sus interacciones, comentarios como: "Nunca me trataron tan bien"

No es el único caso de uso, pero sí el más longevo y el más famoso. Es por eso que todos se preguntan, cuál ha sido la razón por la que Boti ha logrado transformarse en un caso tan exitoso. El secreto no está en que usa una tecnología diferente, sino en que cuenta con un equipo de trabajo cuyo objetivo era el de desarrollar el canal.

Claves para la implementación de un canal conversacional en el sector público

Existen hoy muchas ciudades, municipalidades y organizaciones gubernamentales que miran con buenos ojos la posibilidad de desarrollar su canal conversacional, pensando en los lineamientos previamente desarrollados.

Entre otros nos encontramos con la Prefeitura de Rio de Janeiro, que rápidamente vio en los canales conversacionales la posibilidad de llegar a los millones de Cariocas. Parte de lo que han identificado es que dicha tarea, requería de mucho más que sólo lanzarse a hacerlo.

Basados en esa premisa, es que recurrieron a especialistas que los acompañaran en abordar los primeros pasos de un proyecto de largo plazo. Durante el proceso de trabajo, se identificaron algunos lineamientos que se detallan a continuación y pueden ser de utilidad para cualquier Gobierno o ciudad que quiera abordar este desafío con éxito.

✓ Visión

El primer paso es desarrollar una visión clara del producto, delimitar qué problemáticas intenta abordar en una primera instancia, qué esperamos de él en el mediano y largo plazo.

✓ El lugar a ocupar

Un canal conversacional puede ser un mero asistente de preguntas frecuentes (FAQs) de un sitio Web o como Boti, el canal central en la estrategia digital de un gobierno. Entonces, algunas preguntas interesantes para hacer son ¿Qué rol tendrá este nuevo activo? ¿Complementa a mi app o sitio? ¿Es el lugar donde espero que sucedan la mayor parte de las interacciones con los ciudadanos?

✓ Gobernanza

Esto es algo que tenemos que establecer si queremos que el canal tenga orden. Para esto debe haber una persona responsable del canal con la capacidad de poder resolver y a su vez con la responsabilidad de desarrollar el activo.

✓ Hoja de ruta

Contemplando que el canal es de naturaleza evolutiva, debemos tener claro el paso a paso de cómo se llevará a cabo la visión definida, así como el proceso por el cual se revisará el camino diseñado.

✓ El equipo

Recordemos que lanzar un canal conversacional es un hito, pero tener un canal conversacional exitoso requiere de un grupo de gente calificada (propia o con asistencia de un especialista). Esto es lo que va a asegurar que el proyecto funcione y agregue valor.

✓ Datos

El canal conversacional es una fuente inagotable de datos. Frente a esto es clave tener procesos para recopilar, analizar y accionarlos. También es fundamental tener claro el tratamiento de datos personales acordes a la legislación vigente de cada lugar.

Hacia donde llevar la interacción digital con la ciudadanía

El avance de la tecnología, en conjunción con las tendencias actuales, hace que el canal conversacional sea cada vez más atractivo para los gobiernos, fundamentalmente por su naturaleza inclusiva.

Pensando en el futuro cercano, nos encontramos con un declive en la preferencia de los canales tradicionales como el email, el SMS o el llamado telefónico. Las nuevas generaciones, entre las que se destaca la denominada "generación muda", consideran que una llamada telefónica es una invasión a la intimidad o que llamar es de mala educación.

Por otro lado, los canales conversacionales, como hemos descrito precedentemente, han pasado de ser un simple IVR de derivación (sistema de respuesta interactivo), a ser experiencias empáticas y transaccionales. WhatsApp ha pasado de ser un lugar donde los usuarios sólo podían escribir, a un espacio donde la experiencia se ha enriquecido mediante botones, catálogos, etc. Se espera que este tipo de canales, sigan evolucionando y por ende brinden al usuario una experiencia más rica.

Si nos salimos meramente de las funcionalidades de canales como WhatsApp y vamos a las tecnologías que lo pueden apalancar, hoy en día se está transitando hacia la aplicación de soluciones conversacionales avanzadas con IA como el caso de ChatGPT que resultan extremadamente atractivas a la hora de pensar sus aplicaciones en el canal de chat.

En el ámbito privado, se están implementando experiencias impensadas en canales conversacionales, que tienen que ver con abrir una cuenta bancaria con la cuenta chat del Banco Itaú, consultar el estado de un vuelo con ADA de AA2000, hacer una compra de supermercado en la India con la empresa JioMart o el monitoreo de pacientes crónicos en México con Clivi. Pareciera que se está configurando un nuevo modo de consumo de internet, ajustado desde el comportamiento del usuario, haciendo los avances tecnológicos accesibles, sin fricción y con altísimo impacto.

La actualidad en materia de experiencias conversacionales está en una versión 1.0 y el futuro se está escribiendo sin encontrar sus límites aún. Lo que está claro, es que el futuro es conversacional.

4 Fuente: <https://www.ambito.com/negocios/itau/con-el-impulso-cuenta-chat-reporto-un-crecimiento-clientes-del-50-n5534284>

5 Fuente: <https://about.fb.com/news/2022/08/shop-on-whatsapp-with-jiomart-in-india/>





caf.com
@AgendaCAF