

PERSONAS & EMPRESAS & OFICINAS

Siete claves de la transformación

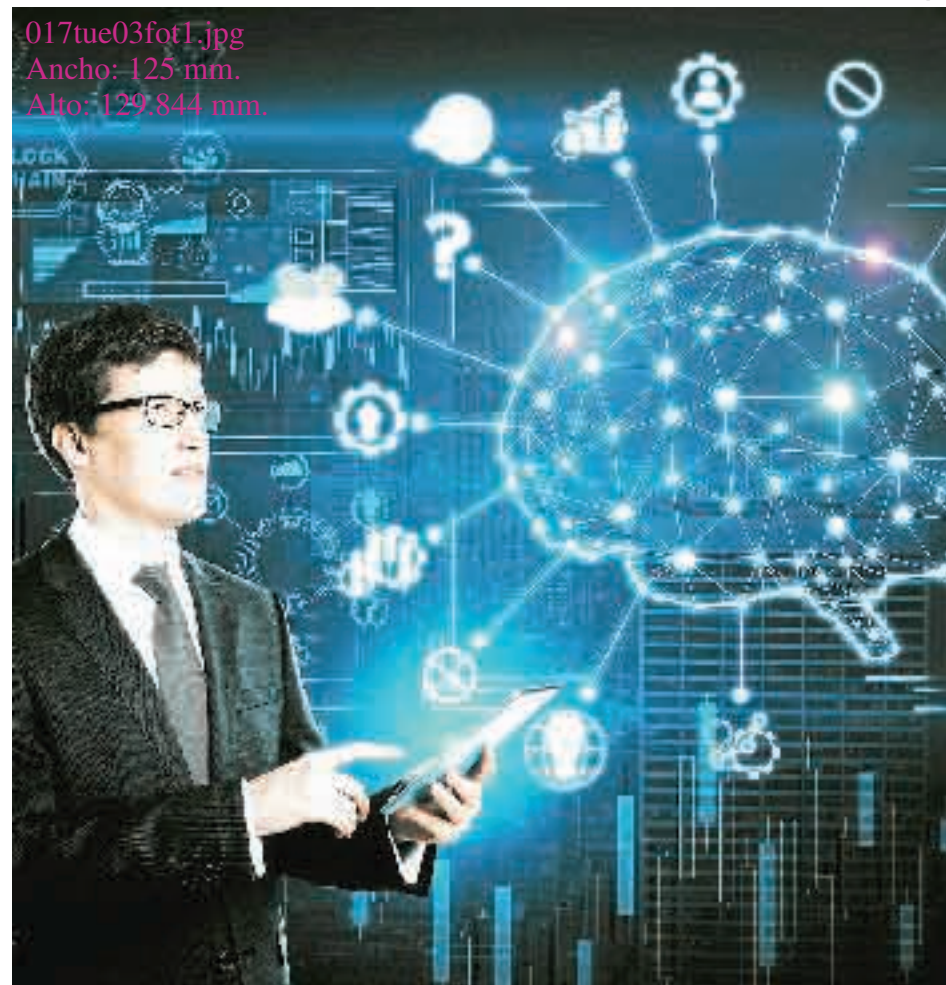


Pido disculpas porque hoy he venido a hablar de mi libro: «7 claves de la transformación». Un libro que arranca con esta frase de Christoph Mueller, director general de Digital & Innovation en Emirates Group: «Si logramos transformar la ansiedad por el futuro en emoción por el futuro potencial, no habrá ningún problema». Porque de esto se trata, de la visión del líder hacia una transformación en positivo. Con la llegada de la transformación digital a principios de este siglo, desde nuestro equipo sentimos que no podíamos seguir diseñando espacios bajo los paradigmas de la era industrial. Todo estaba cambiando y queríamos acompañar a las compañías en sus procesos de adaptación a esta nueva normalidad. Con este objetivo, desde el año 2006 organizamos unas conferencias internacionales, que hemos llamado «Smart Conversations», en las que integramos el conocimiento disponible sobre lo que significa este desarrollo tecnológico y su influencia en los modelos de negocio y en la manera de trabajar. Durante más de una década hemos reunido a expertos en diversas áreas de empresa: tecnología, personas, espacios, etcétera, de más de 15 países. Hace tres años, dimos un paso más allá e involucramos a la figura principal del proceso de la transformación: el líder. A través de unos talleres a puerta cerrada bajo el lema: «El líder ante al cambio», alrededor de 100 líderes han compartido su conocimiento y experiencias entre ellos y con nosotros, que unido a los más de 150 ponentes internacionales que han participado en las «Smart Conversations» hasta ahora, ha dado como resultado una enriquecedora visión global del presente y del futuro, que queda plasmada en este libro, que iré desgranando en próximas semanas. Desde aquí mi agradecimiento a todos ellos por su generosidad y a Ana Bustelo, editora con quien he trabajado codo con codo en la redacción del libro.

FRANCISCO VÁZQUEZ MÉDEM
Presidente 3g Smart Group

Inteligencia artificial y humana, un cóctail perfecto para buscar talento

Las compañías empiezan a utilizar técnicas que ayudan a predecir el éxito del potencial candidato si se incorpora a la organización



La inteligencia artificial no está exenta de riesgos en los procesos de selección

ROSA CARVAJAL

«La inteligencia artificial y las máquinas tienen un margen de error del 3% mientras que los humanos lo tenemos del 5%. A día de hoy son mejores que nosotros». Son palabras de Anita Shjøll Brede, CEO y cofundadora de Iris.ai, una de las «start-ups» de inteligencia artificial más innovadoras de 2017, en el evento SingularityU Spain Summit 2019, organizado por Talent Garden. La inteligencia artificial se está convirtiendo en el gran aliado del hombre por su capacidad para resolver problemas. «Sólo hay que pensar en cuánto tardamos los humanos en desarrollarnos y en cuánto tarda un robot en aprender la complejidad del entorno y tomar sus propias decisiones», señaló en el mismo evento el ingeniero biomédico Adam Pantanowitz. Pero, ¿debemos confiar en los robots a la hora de contratar personal? Nadie cuestiona su utilidad pero debemos ser conscientes de sus riesgos. Experiencias pasadas demuestran que la imparcialidad en los procesos de selección es todavía un reto de la inteligencia artificial (IA). Como muestra un

botón. Amazon intuyó la posibilidad de contratar con la ayuda de los ordenadores en 2014, pero por desgracia los resultados fueron infructuosos porque estaba discriminando mujeres. El sesgo de género no fue el único problema. Su programa también ofrecía candidatos que no estaban cualificados para el puesto.

No existe la fórmula mágica a la hora de seleccionar personal y aunque en la actualidad otras grandes compañías como LinkedIn está implementando la IA para garantizar la igualdad de oportunidades y eliminar los prejuicios, todavía no puede reemplazar al reclutador en sí. «La tecnología es una aliada, está ayudando a muchos profesionales en el campo de los recursos humanos automatizando tareas como la selección y filtro del currículum, las primeras entrevistas (con entrevistas en vídeo), las pruebas con herramientas de gamificación, etc. Esto permite al reclutador centrarse más en la cuestión cultural, los aspectos emocionales del entrevistado y le negociación final, por ejemplo. Por lo tanto, las habilidades digitales y humanas son la combinación perfecta para encontrar

el candidato ideal», según Davide Dattoli, CEO y cofundador de Talent Garden. La mayoría de los problemas con la tecnología son humanos. «Tenemos que ser conscientes de que el aprendizaje de las máquinas depende de lo que aprenda de nosotros en aspectos positivos y negativos al mismo tiempo. Así que las máquinas pueden aprender también de nosotros los prejuicios», añade Dattoli.

CREATIVIDAD

Los sistemas de inteligencia artificial son hoy en día sistemas complejos dedicados en la mayor parte de los casos a tareas sencillas o poco críticas. Son, en opinión del «headhunter» Carlos Recarte, socio director de Recarte & Fontenla, uno de los factores negativos de la IA en los procesos de selección. «Los robots limitan la creatividad. Solo actúan para lo que están programados. A las personas nos gusta tratar con personas, por lo que a la hora de elegir un proyecto tendremos en cuenta el aspecto personal, algo que hasta el momento las máquinas no son capaces de manejar. La parte química es por ahora difícil de emular. Pero si algo positivo tiene la IA es que ayuda a discriminar cuando el volumen de candidatos es elevado, permite agilizar procesos y liberar al trabajador de las tareas más tediosas. En definitiva, los robots y algoritmos pueden clasificar y filtrar candidatos en base a una serie de parámetros objetivos, pero el ser humano sigue necesitando ver, sentir, percibir aspectos que un robot a fecha de hoy no puede transmitir».

Con la ayuda de la IA, las compañías empiezan a explorar técnicas que ayudan a predecir el éxito del candidato si se incorpora a la organización, también a entender cómo será su potencial a largo plazo. Es lo que se conoce como tecnologías de análisis predictivo. «Este tipo de análisis toma cada vez mayor protagonismo. Identifica palabras del lenguaje escrito de los currículum, interpreta el contexto de la experiencia y, en base a las necesidades requeridas para el perfil, clasifica a los aspirantes. Así se agiliza el trabajo en las primeras fases del proceso y el reclutador recibe los perfiles filtrados, según las necesidades requeridas», explica Antonio Díaz, director general de la «start-up» E-volucionaria. Algunas compañías como Banco Santander, compañía «top employer», ya está utilizando estas técnicas para conocer el grado de adecuación del perfil de un candidato a una oferta antes de un primer contacto. La entidad ha diseñado un algoritmo predictivo de clasificación que analiza los datos que proporciona el aspirante y, además tiene en cuenta datos históricos de otros que tuvieron éxito en el mismo proceso.