**Asistentes conversacionales con IA, la revolución de la gestión empresarial**

* Los AI Agents y los chatbots logran optimizar los datos de las compañías para sacar un mayor beneficio de ellos en base a sus objetivos
* GB Food logró entender la evolución de su mercado en Ghana gracias la implementación de un AI Agent conversacional

**Madrid, 11 de marzo de 2024.** Los asistentes conversacionales están revolucionando la manera en que las empresas gestionan su información y mejoran sus procesos en diferentes sectores. Dado que las organizaciones generan enormes volúmenes de datos, el reto principal es utilizar esta información de manera eficiente para optimizar procesos y tomar mejores decisiones.

Ante esto, los **AI Agents y los chatbots** emergen como dos de las soluciones más destacadas. [Kraz](https://www.kraz.ai/), la consultora especializada en Data Science y Analítica Avanzada de VIKO, ha dado un paso más allá y ha logrado convertir los asistentes conversacionales en elementos clave a nivel estratégico de cualquier compañía.

**Joan Miró, general manager de Kraz**, explica: *“Sin duda, los asistentes conversacionales son el futuro del análisis de datos, y ya podemos ver cómo están transformando a compañías y sectores clave en nuestra sociedad”*. Además, añade: *“Desde Kraz hemos querido darle una vuelta a estas herramientas de IA y ayudar así a cualquier marca a optimizar y sacar un mayor beneficio de sus datos en base a los objetivos de cada proyecto”*

**Los chatbots, la herramienta estrella para tareas básicas y repetitivas**

Los chatbots son programas automatizados diseñados para realizar **tareas específicas siguiendo guiones predefinidos**. Estos asistentes funcionan a partir de reglas preprogramadas, utilizando árboles de decisión para estructurar sus respuestas. Aunque algunos incorporan procesamiento de lenguaje natural básico, en la mayoría de casos su capacidad de comprensión es limitada a **palabras clave y frases específicas**.

Además, tienen una **rápida y fácil implementación e integración** en plataformas como sitios web o redes sociales, y no requieren conocimientos técnicos avanzados para configurarse. Su uso permite **reducir costes operativos**, al responder preguntas frecuentes sobre aspectos concretos, liberando así recursos humanos para tareas más estratégicas. Los chatbots **pueden gestionar grandes volúmenes de interacciones** a la vez sin comprometer a la eficiencia del servicio.

**Una nueva interacción con los datos: los AI Agents**

Los AI Agents han logrado llevar la interacción a otro nivel. Estas herramientas combinan **modelos de lenguaje como los LLM (Large Language Models) o los NLP (Natural Language Processing) y análisis predictivo para ofrecer respuestas adaptadas**, además de aprender interacciones y ser capaces de anticiparse a las necesidades de los usuarios. A diferencia de los chatbots, los AI Agents cuentan con un aprendizaje continuo gracias al **Machine Learning**, lo que les permite mejorar con cada interacción.

Una de sus principales características diferenciadoras es su **razonamiento contextual**, ya que tienen la capacidad de comprender las intenciones de cada usuario e ir adaptando las respuestas en tiempo real, ofreciendo así respuestas mucho más naturales, efectivas y personalizadas. Además, estos agentes pueden encargarse de **tareas complejas** que van, por ejemplo, desde un análisis financiero hasta un soporte técnico avanzado. Su acceso multicanal les permite también operar en diferentes plataformas, garantizando asistencia a los clientes en todos los puntos de contacto.

**Cómo un asistente conversacional llevó el análisis de mercado de GB Food a otro nivel**

La compañía internacional GB Food cuenta con sede central en Barcelona, donde coordina toda la actividad de los equipos locales en Europa y África. Con el propósito de tomar una decisión de mercado en Ghana, la compañía inició un informe de análisis de mercado en el territorio respecto a uno de sus productos a través de una serie de entrevistas con los consumidores.

GB Food necesitaba un dashboard de reporting inteligente que permitiera la visualización de la información obtenida en el estudio, así que el equipo de Kraz programó un **AI Agent conversacional customizado con los contenidos de las entrevistas**. De este modo, la compañía pudo obtener **respuestas concretas con información cruzada de manera rápida y en tiempo real**, sin necesidad de informes elaborados manualmente.

Los contenidos obtenidos a través del AI Agent conversacional permitieron a GB Food **entender de forma detallada** los motivos de la evolución de ciertos indicadores de las distintas marcas en el mercado de Ghana.

**Mireia San Nicolás, Consumer Insights Director de GB Food África**, afirma: *“Kraz ha sido un partner fundamental en la definición y diseño de herramientas de IA que nos abren la puerta a nuevas dimensiones de análisis, uso y explotación de nuestra información. La ejecución de proyectos con resultados tan satisfactorios nos da la confianza en seguir avanzando en el desarrollo de la IA en nuestra organización.”*

**Sobre Kraz:**

*Kraz es la consultora de Data Science y Advanced Analytics de VIKO que ayuda a las organizaciones a desbloquear el valor de sus datos para tomar decisiones más inteligentes y estratégicas. Con un enfoque en la innovación y la excelencia en el servicio al cliente, Kraz está comprometida a proporcionar soluciones de analítica de clase mundial que impulsen el éxito empresarial en la era digital.*

**Contacto de prensa**

Lídia Moscoso

[lidia@aboutprstudio.com](mailto:lidia@aboutprstudio.com)

+34 655 38 76 30