LA NUEVA ERA DE LA ATENCIÓN DIGITAL:

El papel de los

Humanos Digitales





índice

Qué son los humanos digitales?	4
1.1 Humanos Digitales Interactivos vs No Interactivos	6
1.2 Potenciales aplicaciones de mercado y casos de uso	7
El proceso de creación e integración de un humano digital	8
2.1 Persona: definir su aspecto físico y su personalidad	9
2.2 Inteligencia: la "mente" de un humano digital	10
2.3 Integración: cómo los humanos digitales pueden interactuar	11
con los sistemas de información de las empresas y adaptarse a su entorno	
Asistentes virtuales hechos a medida	12
3.1 Humanos 3D personalizables: encarnan la personalidad, la voz y la naturaleza	13
de cada marca	
3.2 Clones digitales: una representación idéntica a la persona en 3 dimensiones	14
El futuro es ahora	15

La Inteligencia Artificial (IA) se ha convertido en una herramienta clave para asegurar la competitividad a corto y largo plazo de las empresas. De hecho, esta tecnología ya se está aplicando en numerosos sectores para mejorar la eficiencia operativa, aumentar la productividad, entre otros. La IA también ha revolucionado la forma en que las empresas interactúan con sus clientes y usuarios. De hecho, según los datos Globant para el año 2025, se espera que la IA esté involucrada en el 95% de las experiencias de cliente, y el 15% de las interacciones mundiales en servicio al cliente serán impulsadas por esta tecnología.

En los últimos años, las empresas han afrontado numerosas dificultades para poder atender a la cantidad de necesidades planteadas por una cantidad exponencial de usuarios cada vez más digitalizados. Las interacciones con los diferentes públicos han aumentado rápidamente, pero los recursos para atenderlos no han podido crecer a la misma velocidad. Es en este punto donde los humanos digitales pueden convertirse en un potente aliado para ayudar a los equipos y a las empresas a ser más eficientes, mejorar y acelerar la experiencia del usuario.

En este e-book exploraremos en profundidad el papel de los humanos digitales en la era de la atención digital, el proceso de creación de estos, las tecnologías que dan forma a su aspecto y a su personalidad y cómo pueden ayudar a las empresas a mejorar su atención al cliente, optimizar sus procesos de negocio y aumentar el valor de marca.



1. ¿Qué son los humanos digitales?

Los humanos digitales son **avatares realistas impulsados por la inteligencia artificial (IA)** que pueden escuchar y entender a las personas. Estas entidades pueden aplicarse tanto en el mundo físico a través de quioscos como en navegadores web y sistemas operativos móviles, donde pueden atender a un número infinito de clientes simultáneamente.

Las empresas e instituciones necesitan interactuar de forma óptima con sus clientes y **generar una experiencia de usuario impecable para vender productos**, presentar su compañía, atender a sus alumnos o acompañar a sus pacientes. Tareas aparentemente simples como responder preguntas o cobrar por un servicio pueden convertirse en experiencias memorables. ¿Cómo hacerlo posible? Los humanos digitales están diseñados para responder a personalidades bien definidas y ofrecer una experiencia de usuario personalizada, estar disponibles 24x7, tener amplios conocimientos y hablar en cualquier idioma.

Esto es posible porque detrás de un humano digital se encuentra una compleja plataforma de Inteligencia Artificial (IA) que opera en tiempo real, actuando como el "cerebro" que está detrás de cada entidad virtual. Esta avanzada IA no solo guía su comportamiento, sino que también les dota de habilidades de comunicación, permitiendo que las conversaciones con estos agentes autónomos sean naturales y auténticas. De este modo, se abren nuevas posibilidades para la interacción humana con la tecnología.



¡Hola! Soy Ana, tu asistente virtual. Estoy aquí para ayudarte con cualquier pregunta o información que necesites sobre nuestros servicios. ¿En qué puedo ayudarte hoy?







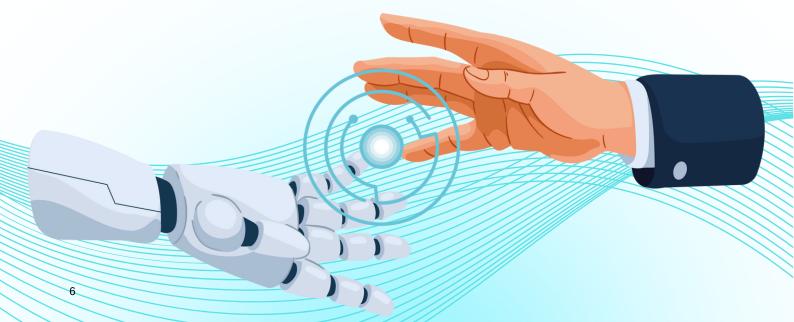
El humano digital dispone de un cerebro de IA que le permite conectarse a cualquier sistema de conocimiento, ya sea un motor de procesamiento de lenguaje natural (NLP), una IA generativa (LLM) o un knowledge base. También basa su conocimiento en la colaboración con el humano que supervisa su aprendizaje y capacitación, ajuste y mejora del funcionamiento. Por ejemplo, los expertos pueden proporcionar orientación, correcciones y retroalimentación para ayudar a afinar y mejorar las respuestas y habilidades de la IA en un proceso de aprendizaje colaborativo.

Los humanos digitales tienen una capacidad de retención permanente del conocimiento adquirido y pueden transformarse de manera ágil en una entidad altamente eficiente con acceso a una infinita base de datos de respuestas lo que les habilita para gestionar múltiples interacciones de usuarios de manera simultánea y ofrecer soluciones efectivas a una amplia diversidad de preguntas y requerimientos

1.1 Humanos Digitales Interactivos vs No Interactivos

Los humanos digitales interactivos son aquellos que pueden interactuar con los usuarios en tiempo real. Pueden responder preguntas, proporcionar información y adaptar sus respuestas basándose en las entradas del usuario. Estos humanos digitales pueden ser utilizados en una variedad de aplicaciones, desde asistentes de atención al cliente hasta coaches de acompañamiento emocional.

Por otro lado, **los humanos digitales no interactivos** son aquellos que no tienen la capacidad de interactuar con los usuarios en tiempo real, como podría ser u**n personaje en un videojuego o una película animada**. Aunque pueden parecer y actuar como humanos, no pueden responder a las entradas del usuario o adaptar sus respuestas basándose en la interacción del usuario.



WEHUMANS

1.2 Potenciales aplicaciones de mercado y casos de uso

Más allá de la digitalización y la sostenibilidad, cambios de inevitable recorrido para cualquier empresa que quiera liderar su sector en 2023, existe una creciente **demanda de "humanización" de productos y servicios.** Múltiples estudios demuestran que los humanos digitales pueden aumentar la sensación de comodidad de los usuarios y también reducir los temores de los clientes ante el juicio externo, ya que pueden facilitar un 100% de confidencialidad y están disponibles 24x7.

En ese sentido, además de los campos básicos de evolución de los bots en la atención digital, surgen nuevos espacios de trabajo entre los que se encuentran el **sector financiero**, en el que los agentes autónomos administran la información del usuario, confirman la viabilidad, presentan opciones de crédito e informan sobre el estado del proceso de tramitación. **En el ámbito deportivo, surge la figura del embajador digital** de un club de fútbol encargado de manejar las interacciones con la afición actuando como host web y como presentador de eventos y animador de las previas de los partidos.

Otros casos de uso incluyen el **sector retail,** con la figura del **personal shopper virtual** entrenado con lA para conocer la colección, los productos estrella de una marca y las tendencias de temporada, además de asistir en todo el proceso de compra online. En el caso del sector salud, la implementación de humanos digitales en la continuidad asistencial conlleva una mejora significativa en la coordinación entre diferentes centros de atención médica.

En definitiva, estos asistentes virtuales son el perfecto aliado para complementar, ayudar y potenciar las capacidades humanas en ámbitos tan diversos como la automoción (gestión de citas de taller), la educación (onboarding de alumnos y tutoría virtual), consumo (maestro cervecero) y smart facilities (control de accesos y gestión de recepción), entre muchas otras posibilidades.



2. El proceso de creación e integración de un humano digital

Los humanos digitales nacen a través de una plataforma automatizada de IA que les permite **gesticular**, **reaccionar con empatía y hasta bromear**. La tecnología detrás de estos humanos digitales utiliza el Procesamiento del Lenguaje Natural (PLN) para comprender y generar conocimientos a partir del lenguaje, mediante análisis sintáctico, semántico y pragmático. Además, se combinan modelos 3D avanzados con voces generadas por IA y un modelo cognitivo para ofrecer una experiencia comunicativa completa.

Esta tecnología mejora la eficiencia del funnel de conversión al utilizar formas de comunicación auditiva, textual y visual. Por ejemplo, los humanos digitales de Wehumans son unos asistentes digitales hiperrealistas, capaces de aprender y mejorar a través de algoritmos de IA y Machine Learning. Pueden replicar conversaciones reales y ser programados para una variedad de funciones adaptadas a las necesidades de cada empresa, lo que los hace únicos.

El proceso de creación de los humanos digitales abarca principalmente tres áreas que dan forma a seres con aspecto y personalidad únicos.

2.1 Persona: definir su aspecto físico y su personalidad

La personalización es una fase crucial en la creación de un humano digital, ya que permite definir su aspecto físico y su personalidad. Este proceso requiere atención al detalle para crear un humano digital completo y con una identidad única. Cada factor físico y rasgo de carácter se entrelaza para dar vida a un ser digital con una apariencia y personalidad distintivas. Para definir el aspecto físico del humano digital, se pueden utilizar herramientas como modelos 3D avanzados y técnicas de animación facial para crear expresiones y gestos realistas.

En cuanto a la personalidad, se pueden utilizar diferentes técnicas para definir los rasgos de carácter del humano digital. Desde el análisis de datos para determinar los intereses y preferencias del usuario y adaptar la personalidad del humano digital en consecuencia, hasta técnicas de Procesamiento del Lenguaje Natural (PLN) para permitir al humano digital comprender y generar lenguaje natural y así interactuar de manera más efectiva con los usuarios.

Además, el espacio y las pantallas en las que se presenta el humano digital también son importantes para maximizar su capacidad comunicativa. Se pueden utilizar diferentes formatos y diseños para adaptarse a las necesidades de cada empresa y ofrecer una experiencia de usuario personalizada.



2.2 Inteligencia: la "mente" de un humano digital

El proceso de entrenamiento es fundamental para que el humano digital pueda aprender y mejorar con el tiempo. Durante este proceso, se le proporciona información y se le enseña a interpretarla y a tomar decisiones basadas en ella. El objetivo es que el humano digital pueda adaptarse a diferentes situaciones y ofrecer respuestas personalizadas y relevantes a cada usuario.

Además, existen diversas técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas para dotar de inteligencia a estos seres digitales. Por ejemplo, el aprendizaje automático (Machine Learning) puede ser utilizado para mejorar la capacidad del humano digital para aprender y adaptarse a nuevas situaciones.

Y el **Procesamiento del Lenguaje Natural** (PLN) puede ser utilizado para permitir al humano digital comprender y generar lenguaje natural.



2.3 Integración: cómo los humanos digitales pueden interactuar con los sistemas de información de las empresas y adaptarse a su entorno



El proceso de integración de un humano digital en el tejido tecnológico de una empresa es crucial para garantizar una interacción fluida y eficiente. Para lograr una integración exitosa, se deben considerar diferentes factores. En primer lugar, es importante que el humano digital pueda interactuar con los sistemas de información de la empresa de manera segura y confiable. Para ello, se utilizan técnicas de autenticación y encriptación para proteger la información y garantizar la privacidad de los usuarios.

Además, es fundamental que el humano digital pueda adaptarse al entorno de la empresa y ofrecer una experiencia de usuario personalizada.

Esto implica comprender las necesidades y preferencias de los usuarios y adaptar la personalidad y las respuestas del humano digital en consecuencia. También se pueden utilizar técnicas de análisis de datos para recopilar información sobre el comportamiento de los usuarios y mejorar la capacidad del humano digital para interactuar con ellos.

3. Asistentes Virtuales hechos a medida

El trabajo en el **Estudio 3D** de Wehumans juega un papel clave en la realización de los distintos humanos digitales.

Este consta de un trabajo diario en el estudio y en el análisis de diferentes formatos de trabajo para permitir la creación de los humanos digitales en el menor tiempo posible, así como garantizar que el despliegue e integración de los humanos digitales funcione de manera fluida.



3.1 Humanos 3D personalizables: encarnan la personalidad, la voz y la naturaleza de cada marca



Características físicas



Vestimenta



Animaciones



Fondos



Idiomas

El diseño de un humano digital personalizado permite la elección entre cientos de variables de aspecto, el tono de voz, la ropa, el idioma y todas las características necesarias para representar un negocio en el entorno virtual. La creación de un humano digital personalizado es la materialización del empleado ideal, aquel que mejor represente los valores de la marca y emane la visión y la misión de la compañía.

Entrenados con una potente Inteligencia Artificial y algoritmos de Machine Learning, estos avatares entienden 350 idiomas y son capaces de responder a miles de personas a la vez, las 24 horas y los 365 días del año. Además, están dotados de capacidad de aprendizaje, movimiento y simulación de sentimientos. Los humanos digitales de Wehumans hablan, escuchan y se mueven. Tienen personalidades bien definidas y tras ellas hay una plataforma de IA que

que la conversación pueda fluir de forma natural. Los humanos personalizados **encarnan la personalidad, la voz y la naturaleza de la marca a la que representan.**

determina el comportamiento, la ecualización y el habla en tiempo real para

3.2 Clones digitales: una representación idéntica a la persona en 3 dimensiones

Los clones digitales nacen a imagen y semejanza de una persona real. A partir de imágenes del rostro y del estudio de gestos, desde Wehumans generamos un **modelo idéntico en tres dimensiones.**

En un mundo cada vez más digitalizado y competitivo, los clones digitales aportan valor añadido al ecosistema de competencias, formación y talento. Un clon digital puede atender una web, impartir formación, presentar anuncios, o generar contenidos audiovisuales. Las aplicaciones son casi infinitas: hasta donde la imaginación permita.





4. El futuro es ahora

Emergen Research estima que el tamaño del mercado mundial de avatares humanos digitales alcance los 527.580M de dólares en 2030 y que registrará una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 46,4% durante este periodo. Las principales tendencias tecnológicas y económicas sugieren que los humanos digitales serán cada vez más relevantes en el futuro cercano y las empresas que adopten esta tecnología tendrán una ventaja competitiva significativa al ofrecer una experiencia de cliente personalizada y altamente eficiente.

Los humanos digitales representan una innovación tecnológica que está revolucionando la forma en que las empresas interactúan con los clientes en un mundo cada vez más digital en el que, al mismo tiempo, el 85% de los usuarios afirma preferir hablar con una persona que interactuar con una máquina. Estos avatares dotados de capacidad de aprendizaje, movimiento y simulación de sentimientos permiten a las empresas interactuar de una manera más humana y eficiente, fortalecer y personalizar su vínculo con sus usuarios, diferenciarse y ser más competitivos suponiendo un perfecto aliado para que los equipos humanos puedan centrarse en tareas de alto valor, supervisión y mejoras.





UUEhUMONS ABAÌ COMPANY