

Parada visual.

PRECIO 13,95€

SKYPE MEET NOW

**SIN REGISTRO
NI INSCRIPCIÓN**

TECNOLOGÍA VOIP

**UNIFICANDO
LAS COMUNICACIONES**

ECOLOGÍA

**EN LOS
CONTACT CENTER**

CHATBOT

**EL INICIO DE LA
AUTOMATIZACIÓN**

Soluciones informáticas a tu alcance





SUMARIO

04 NOTICIAS

32 LATAM

44 MAROC

57 EVENTOS

58 REVIEWS



APPLE APUESTA POR LA PRIVACIDAD EN SU WWDC 2020

Apple quiere convertirse en un campeón de la privacidad. Es algo en lo que lleva insistiendo con el lanzamiento de sus últimos productos y en esta WWDC 2020 lo ha vuelto hacer. Estos son los principales anuncios que ha anunciado en esta materia.

NUEVA POLÍTICA DE PRIVACIDAD

De los anuncios que Tim Cook ha hecho sobre el escenario virtual de esta WWDC 2020 el más importante relacionado con la seguridad de sus dispositivos, ha sido el que ha anunciado la renovación de su aplicación de privacidad.

Rediseñada desde cero, el nuevo sistema informará a los usuarios que tipo de datos recoge cada aplicación sobre los usuarios. Además cada aplicación deberá informar de forma precisa que tipo de datos utilizan para seguir a los usuarios a través de Internet.

La nueva política de privacidad se integrará en todas las tiendas de aplicaciones de Apple, mientras que hasta ahora, solo se aplicaba en iOS.

La información será visible en la página de cada aplicación, de modo que el usuario sepa exactamente y en cada momento, qué datos está cediendo.

NUEVOS PERMISOS Y LOCALIZACIÓN PROXY

Precisamente, las aplicaciones que siguen la actividad de los usuarios en Internet y recopilan sus datos, deberán a partir de ahora un permiso adicional.

Por otro lado, la compañía facilitará que los usuarios si no lo desean, no ofrezcan una información tan exacta de su localización en tiempo real. Así a partir de iOS 14, los usuarios podrán simplemente compartir sus «localización proxy» con determinadas aplicaciones, en lugar de coordenadas GPS precisas.

MÁS CONTROL SOBRE MICRÓFONO Y CÁMARA

Los de Cupertino también se preocupan en la nueva actuación de sus sistemas operativos, de las aplicaciones que acceden a elementos tan sensibles como el micrófono o la cámara.

En este sentido y tal y como vemos ya en muchos portátiles, cuando una aplicación acceda a micro o cámara, veremos cómo se muestra una señal de «encendido» en la barra de estado.

LA PRIVACIDAD LLEGA A SAFARI

Siguiendo el camino emprendido por los principales navegadores del mercado, este año también veremos una renovada apuesta de Safari por la privacidad. A través de un nuevo botón, los usuarios podrán habilitar tecnologías anti-seguimiento y acceder a información sobre scripts y trackers.

Finalmente, también se ha anunciado una actualización de su sistemas de identificación en web «Sign in with Apple», con el que la compañía quiere plantar a otros tan populares como el de Facebook o el de Google.

SOPHOS

LA CIBERSEGURIDAD EN ESPAÑA

El estado de la seguridad cloud 2020, es el título del informe de Sophos, empresa especializada en ciberseguridad, publicado recientemente y que fue realizado en base a una encuesta internacional realizada a más de 3.500 responsables de TI de 26 países, entre los cuales se encontraban 139 empresas españolas. Según este informe, las empresas que gestionan entornos multinube tienen un 50% más de probabilidades de sufrir un incidente de seguridad cloud que aquellas que ejecutan sus soluciones en una única nube.

En España, el 57% de las empresas afirman haber sufrido ataques a su seguridad en la nube pública en los últimos 12 meses como ransomware y otros malwares (44%), de exposición de datos (18%), a cuentas comprometidas (19%) o criptojacking (8%).

En palabras de Chester Wisniewski, científico investigador principal de Sophos: "El reciente

aumento del teletrabajo ofrece una motivación extra para deshabilitar las infraestructuras cloud. Ahora más que nunca ésta es una gran preocupación para muchas empresas que, a día de hoy, siguen sin comprender cuál es su responsabilidad en la seguridad de los datos y las cargas de trabajo en la nube. Ésta es una responsabilidad compartida y las empresas necesitan gestionar y monitorizar los entornos cloud con cuidado, para poder colocarse un paso por delante del atacante".

El 29% de las empresas españolas (33% en el mundo) informaron que los cibercriminales obtuvieron acceso a través de credenciales robadas en cuentas de varios proveedores cloud.

A pesar de estos datos, sólo un cuarto de las empresas identifica la gestión del acceso a sus cuentas cloud como una de las principales preocupaciones sobre la seguridad.



TELETRABAJO: SE INCREMENTA SU ADOPCIÓN, NO SU SEGURIDAD

Según revela un informe publicado por la compañía de ciberseguridad Bitglass, y que confirma la tendencia que ya venimos viendo desde hace meses, la pandemia de coronavirus ha forzado un cambio masivo hacia entornos de teletrabajo.

Y es que si antes de la llegada del patógeno el 63% de las organizaciones tenían menos de una cuarta parte de los empleados trabajando en entornos remotos / en el hogar antes de la crisis, las organizaciones informan ahora de que más del 75% de su fuerza laboral está trabajando desde casa.

Ahora bien, no está siendo una adopción limpia, ordenada y segura, las organizaciones se han visto forzadas para actuar a la carrera y, a consecuencia de ello, el 41% no ha tomado ninguna medida para ofrecer un acceso seguro a los empleados en situación de teletrabajo. De ellas, el 50% pone como principal razón para ello la falta de medios y, especialmente, de dispositivos con los que equipar a los trabajadores. Dicho de otra manera, una gran parte de la fuerza de trabajo está empleando ahora dispositivos personales para acceder a los recursos corporativos.

Esto podría ser solo preocupante si estuviéramos hablando de una situación temporal, pero en realidad se vuelve crítico si tenemos en cuenta que, según el estudio de Bitglass, hasta el 84% de las organizaciones participantes en el estudio consideran probable mantener el teletrabajo más allá del esperado fin de la pandemia. Es decir, el teletrabajo ha llegado a muchas empresas con la firme intención de quedarse, pero en la situación actual eso supone un problema de seguridad de enormes dimensiones.

La situación es muy compleja, ya que en la mayoría de las ocasiones no se han podido cumplir y aplicar políticas de seguridad en el despliegue del teletrabajo. Y es comprensible, en realidad, ya que a casi todo el mundo la pandemia nos ha sorprendido con el paso cambiado. Sin embargo, es crucial que las empresas den todo el apoyo del mundo a sus responsables de tecnología y seguridad, para que estos puedan reformular por completo los modelos y flujos de trabajo. Solo de esta manera podrán ofrecer a los teletrabajadores un entorno seguro, en el que puedan desarrollar su actividad normal sin, por ello, abrir la puerta a un universo de amenazas.



MOZILLA FIREFOX LANZA SU PROPIA VPN MULTIPLATAFORMA

El desarrollador Mozilla ha lanzado de forma oficial su propia red privada virtual (VPN, según sus siglas en inglés) para su navegador web Firefox.

La VPN de Mozilla está disponible para ordenadores con Windows 10, dispositivos Android y Chromebook, así como los iPhone y iPad de Apple. La compañía ha afirmado que pronto llegará también para Linux y Mac. Asimismo, hasta el momento, la VPN de Mozilla se encuentra únicamente disponible en seis países: Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Nueva Zelanda, Singapur y Malasia, aunque la compañía espera extenderlo a más países.

Mozilla VPN, que inicialmente se llamó Firefox Private Network, emplea el protocolo WireGuard, que la compañía afirma que es más rápido y seguro que otros protocolos más conocidos como OpenVPN, y cuenta con más de 280 servidores alojados en más de 30 países.

El servicio, que se puede obtener a través de una suscripción de 4,99 dólares al mes, permite conectar hasta cinco dispositivos y no almacena los registros de actividad 'online' de los usuarios en los servidores, según explica en su página web.

Mozilla VPN comenzó a probarse el pasado mes de septiembre tras varios años de desarrollo y en febrero la compañía desarrolló una aplicación dedicada para Android y Windows 10 para extender el uso de su VPN.



WIFIDOM Y NET2PHONE SOLUCIONES CONJUNTAS DE TELEFONÍA VOIP PARA EL MERCADO ESPAÑOL



net2phone

Ambas empresas han firmado un acuerdo de colaboración para ofrecer al canal de distribución soluciones globales de comunicación VoIP.

Wifidom es distribuidor de soluciones de movilidad y conectividad en España, y net2phone, compañía tecnológica global especializada en comunicaciones en la nube para el entorno empresarial.

La alianza permite a ambas empresas completar su portfolio de soluciones innovadoras de comunicación VoIP, para proveer al canal de distribución de una oferta de valor añadido con la que satisfacer las necesidades de sus clientes.

Los sistemas de comunicación basados en la nube son una de las soluciones más demandadas por las empresas para afrontar los retos del teletrabajo, la movilidad y para optimizar sus costes y recursos.

Wifidom aporta su experiencia y capacidades en hardware de telefonía, mientras que net2phone contribuye con su tecnología y conocimiento del sector de las comunicaciones en la nube para empresas.



MICROSOFT LANZA SKYPE MEET NOW, VIDEOCONFERENCIA SIN REGISTRO NI INSTALACIÓN

Skype Meet Now es la nueva función del servicio de videoconferencia de Microsoft y no llega por casualidad, sino por causalidad, cubrir una necesidad que para la grandísima mayoría de la gente conectada ya está cubierta, pero con la que se apuntan un tanto frente a la competencia que más desconfianza genera.

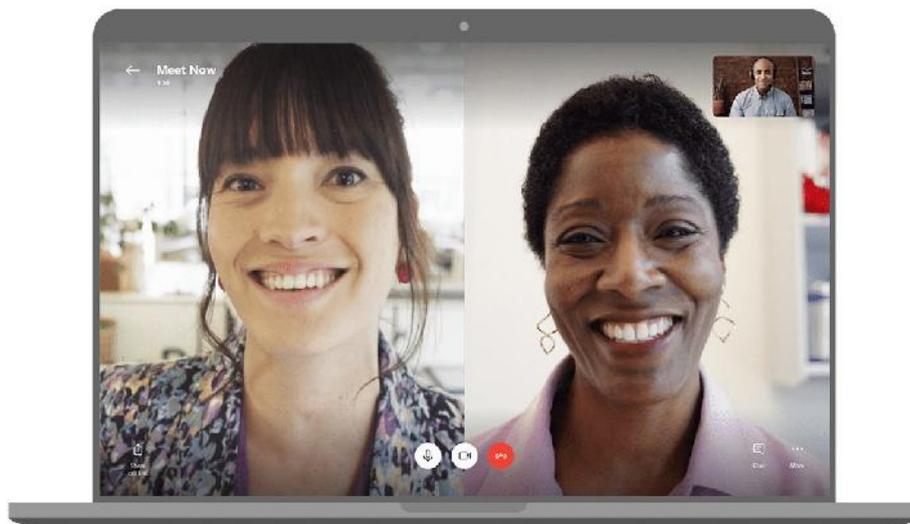
A la fuerza, el monotema lo envuelve y condiciona todo, y debido al confinamiento causado por la pandemia de COVID-19, los servicios de videoconferencia están experimentando un auge histórico, tal y como revelaba hace un par de semanas uno de los grandes expertos del sector. Y si eso sucedía hace un par de semanas, imagínate cómo andan las cosas ahora. De ahí que, a pesar de la oferta existente, Skype Meet Now llegue en un momento idóneo para su expansión.

Primero, porque Skype ya un referente de primer nivel en el segmento de las comunicaciones en línea; segundo, porque con Skype Meet Now se enfoca en la característica que ha convertido en las últimas fechas en todo un éxito a Zoom, un servicio utilizado principalmente por empresas para reuniones laborales, pero que a razón del 'temporal' por el que pasamos se ha extendido a otros ámbitos.

En concreto, Skype Meet Now permite realizar videoconferencias sin la necesidad de registrarse en ningún sitio, o de descargar e instalar ninguna aplicación. Basta con entrar en la página web de Skype Meet Now y con un clic, generar un enlace para compartir con quienes se desee entablar conversación. Tan sencillo como eso. Y si no tienes instalado Skype, se abrirá la aplicación web.

Otras funciones de Skype Meet Now incluyen la posibilidad de grabar las llamadas, así como desenfocar y compartir la pantalla. El límite de usuarios simultáneos no se especifica, pero es de suponer que es el mismo que ofrece Skype, por lo que el servicio permitiría la participación de hasta 50 personas. Toda la información sobre Skype Meet Now en la página de ayuda.

¿Hará mella en Zoom, la «competencia que más desconfianza genera» a la que nos referíamos? No es que Microsoft vaya muy allá en materia de privacidad, pero en comparación a lo que se está contando de Zoom, vale la pena pensárselo. Además, si no en privacidad, en seguridad los servicios del gigante del software son de primera categoría.



ESTADOS UNIDOS: CONTACT CENTER MULTILINGUE DE AYUDA A LOS RESIDENTES DE KANSAS FRENTE AL COVID-19

Durante la pandemia de coronavirus (COVID-19), los residentes del condado de Wyandotte, Kansas, reciben acceso a los servicios de apoyo para el COVID-19 a través de un contact center, llamando al 3-1-1 o al (913) 573-5311.

A pesar de contar menos operadores y un aumento en las llamadas, el centro de contacto 3-1-1 continúa contestando sus teléfonos. Y para ayudar a la diversa comunidad del condado de Wyandotte, el centro ha lanzado la campaña multilingüe bajo el lema "una conversación a la vez".

Las líneas para apoyar en las necesidades de asistencia médica, social y de pequeñas empresas están disponibles en español, swahili, nepalés e hindi. Los servicios de asistencia son proporcionados por el Unified Government of Wyandotte County/Kansas City, Kansas, el Departamento de Salud Pública y el Sistema de Salud de la Universidad de Kansas.



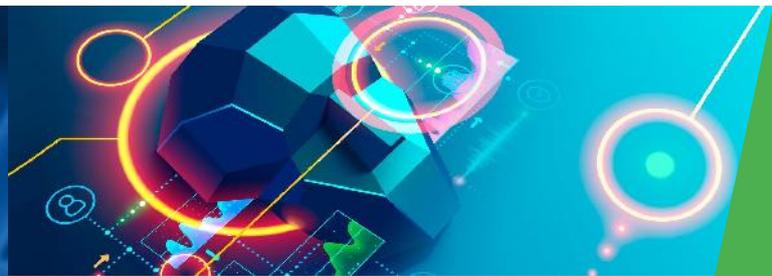
okdiga

SOLUCIONES DE
CONTACT CENTER
www.okdiga.com





LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL INCREMENTA LA FACTURACIÓN Y EFICIENCIA OPERATIVA DE LAS EMPRESAS



La afirmación proviene del informe publicado por el Instituto de Investigación de Capgemini que analiza el ritmo de adopción de la inteligencia artificial (IA) en las empresas en los últimos tres años, y según el cual más de la mitad de las organizaciones (53%) ha superado la etapa experimental, un importante aumento respecto al 36% del informe de 2017.

El 78% de los líderes en IA a gran escala sigue progresando con sus iniciativas al mismo ritmo que antes de la pandemia, mientras el restante 21% ha acelerado su implementación.

El contrapunto lo ponen las empresas con dificultades, entre las cuales un 43% ha retirado sus inversiones y un 16% ha suspendido todas las iniciativas de Inteligencia Artificial por la elevada incertidumbre empresarial relacionada con la crisis sanitaria.

Respecto a lo ingresos The AI Powered Enterprise: Unlocking the potential of AI at scale, expone que la implementación satisfactoria de la IA a gran escala puede tener ventajas tangibles en los ingresos de las organizaciones.

El 79% ha visto un incremento en más del 25% en la venta de productos y servicios tradicionales. Además, el 62% ha reducido el número de quejas de clientes, y un 71% asegura que también ha detectado una significativa disminución, de al menos un 25%, en amenazas de seguridad.

MICROSOFT ACOMETE ACCIONES LEGALES CONTRA LOS CIBERDELITOS RELACIONADOS CON LA PANDEMIA

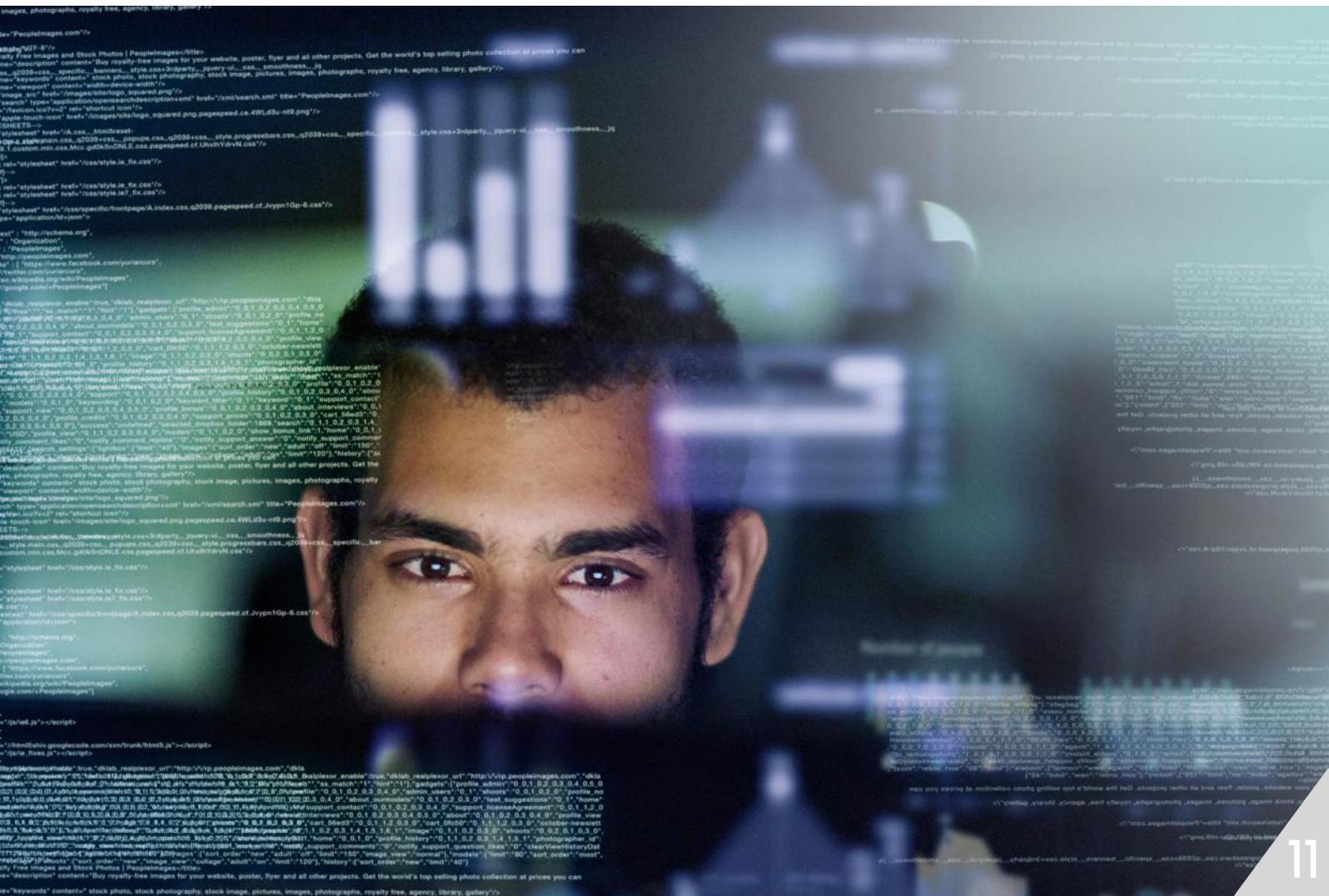
El Tribunal del Distrito Este de Virginia en Estados Unidos, ha recibido el escrito de Microsoft contra los ciberdelincuentes que se aprovechan de la pandemia del coronavirus para intentar estafar a clientes de 62 países de todo el mundo.

Tras el análisis del caso, el Tribunal ha dictado una orden judicial que permite a Microsoft tomar el control de los nombres de dominio utilizados por los delincuentes para desarticularlos y así impedir los ataques.

La Unidad de Crímenes Digitales de Microsoft (DCU) observó por primera vez a estos delincuentes en diciembre de 2019, cuando desplegaron un nuevo y sofisticado esquema de phishing diseñado para comprometer las cuentas de los clientes de la compañía.

Los delincuentes intentaron obtener acceso al correo electrónico de los clientes, a sus contactos, a documentos confidenciales y demás información valiosa. Basándose en los patrones descubiertos en ese momento, Microsoft utilizó medios técnicos para bloquear la actividad de los ciberdelincuentes y desactivar la aplicación maliciosa utilizada en el ataque. Recientemente, la compañía había observado nuevos intentos de los mismos delincuentes, esta vez utilizando señuelos relacionados con el COVID-19 en los correos electrónicos de phishing para dirigirse a las víctimas.

Esta actividad maliciosa es una forma de ataque de phishing contra las empresas (Business Email Compromise o BEC), que ha aumentado en complejidad, sofisticación y frecuencia en los últimos años.



SPAM Y DOMINIOS MALICIOSOS

Así instrumentalizan el coronavirus los ciberdelincuentes. La preocupación que ha suscitado la emergencia sanitaria provocada por el Covid-19 está siendo aprovechada por el cibercrimen para lanzar campañas maliciosas, en las que predominan las de spam y los dominios maliciosos.

Un estudio ha analizado cómo son, y da las claves sobre cómo defenderse de estas amenazas. Cytomic, la unidad de Panda Security para grandes empresas, ha realizado un informe sobre cómo están los ciberataques instrumentalizando el Covid-19 y, sobre todo, destacan dos tipos de campañas: el spam con contenido ligado a la pandemia y los dominios maliciosos.

Sobre los mensajes de correo electrónico, el informe destaca los siguientes casos como predominantes:

PHISHING QUE SUPLANTA A UNA ENTIDAD BANCARIA

El laboratorio de Cytomic detectó que se está extendiendo una campaña de envío de correos electrónicos fraudulentos que suplantan la identidad de una importante entidad bancaria española. El objetivo de este phishing es dirigir a sus víctimas a una web falsa para robarles sus datos de acceso al banco.

ÚLTIMAS ACTUALIZACIONES DEL CORONAVIRUS

Esta campaña fue detectada en Reino Unido. El correo electrónico viene con un archivo adjunto en formato.dat que supuestamente contiene las últimas actualizaciones de COVID-19, pero dicho archivo contiene un malware.

CORONAVIRUS: INFORMACIÓN IMPORTANTE SOBRE PRECAUCIONES

En este caso, está dirigido a usuarios italianos, un país gravemente afectado por la pandemia. En el cuerpo del correo electrónico, el remitente afirma que el archivo adjunto es un documento preparado por la Organización Mundial de la



Salud (OMS) y recomienda encarecidamente a los lectores que descarguen el archivo comprometido adjunto de Microsoft Word. El archivo malicioso contiene un troyano.

EXCLUSIVA VACUNA PARA EL CORONAVIRUS DETECTADA

Esta campaña en Portugal da un enlace a más información sobre la supuesta vacuna que en realidad contiene el malware.

En lo que respecta a los dominios maliciosos, el laboratorio también ha detectado acccorona [.] com, alphacoronavirusvaccine [.] com, anticoronaproducts [.] com, beatingcorona [.] com, cdc-coronavirus [.] com, contra-coronavirus [.] com, corona-crisis [.] com y corona-emergencia [.] com

Según esta unidad de Panda, la primera línea de defensa ante su malware siempre la constituye la concienciación de los propios empleados y unas buenas prácticas de ciberseguridad, pero "las grandes organizaciones también pueden contar el apoyo de tecnologías avanzadas, que sean capaces de clasificar todos los binarios antes de su ejecución, bloquear aquellos que son maliciosos y que también detecten y anulen comportamientos inusuales", dice su máxima responsable, María Campos.

Por tanto, la recomendación de Cytomic es la combinación de la prevención, a través de la concienciación de los riesgos entre los empleados de la organización, y tecnología.



LANZA EL MERCADO DE ASESORES CERTIFICADOS PARA PEQUEÑAS EMPRESAS CON SALESFORCE

Torchlite, el mercado independiente para todas sus necesidades de Salesforce, anunció el 30 de junio el lanzamiento de Torchlite Marketplace para Salesforce Essentials, una nueva forma para que las pequeñas empresas accedan a Asesores certificados de Salesforce Essentials a pedido sin contratos a largo plazo, mínimos o límites.

A través del mercado Torchlite, los asesores de Salesforce Essentials ahora pueden encontrar trabajo en línea y las pequeñas empresas tienen acceso al talento que necesitan para administrar y hacer crecer sus negocios.

"El mercado de Torchlite para Salesforce Essentials ofrece flexibilidad y agilidad en proyectos de cualquier tamaño a costos asequibles", dice Susan Marshall, CEO y fundadora de Torchlite.

"Estamos entusiasmados de asociarnos con Salesforce para ayudar a las pequeñas empresas durante estos tiempos sin precedentes".

Con Salesforce Essentials, las pequeñas empresas pueden adoptar fácilmente la plataforma CRM #1 del mundo, diseñada para crecer y crecer con ellas. Las nuevas capacidades sociales, de chat y telefónicas en Salesforce Essentials permiten a las pequeñas empresas comunicarse con los clientes en sus canales preferidos, y pueden implementarse en solo minutos.

"Nuestra misión es apoyar a las pequeñas empresas con la tecnología y las herramientas que necesitan para conectarse con los clientes, especialmente en este momento desafiante y orgullosos de asociarnos con Torchlite", dijo Meredith Schmidt, vicepresidenta ejecutiva y gerente general de Salesforce Essentials.

"El nuevo mercado de Torchlite para Salesforce Essentials está ayudando a las pequeñas empresas a implementar las herramientas que necesitan, al mismo tiempo que ayuda a los autónomos capacitados a encontrar un trabajo significativo".

Además de hacer coincidir a los asesores con los clientes, Torchlite Marketplace ayuda a los asesores a gestionar las relaciones con los clientes, encontrar nuevos trabajos y recibir pagos.

Para aquellos interesados en convertirse en un Asesor esencial de Salesforce, visite: salesforce-essentials.torchlite.com/expert-signup y solicite emparejarse con un asesor certificado de Salesforce Essentials, visite también torchlite.com/essentials

Sobre Torchlite

Fundada en 2015, Torchlite permite a empresas de cualquier tamaño acceder y gestionar talentos independientes muy buscados desde cualquier parte del mundo.

Con la plataforma 3.0 de Torchlite, las organizaciones ahora pueden aprovechar la creciente economía independiente y crear sus propios mercados privados de expertos que ayudan a los clientes a aprovechar las potentes tecnologías, bajo demanda. Para obtener más información visite www.torchlite.com.



THE GREEN CONTACT CENTER

QUÉ SIGNIFICAY POR QUÉ ES IMPORTANTE HOY

Si bien la agenda de noticias actual está comprensiblemente dominada por el brote evolutivo de coronavirus, parece cierto que el tema del cambio climático resurgirá a largo plazo en los titulares y una vez más ocupará un lugar destacado en la agenda de noticias.

Esto no es menos importante porque el rápido cambio al trabajo en el hogar y la consiguiente caída en los viajes en avión, tren y automóvil ofrecen una visión tentadora y un punto de referencia demostrable de cómo podría ser el mundo y el medio ambiente, si fuera más verde. Los testigos, por ejemplo, informaron haber visto medusas nadando en los canales de Venecia, que generalmente están turbios con sedimentos, mientras que los fotógrafos han capturado cambios dramáticos en los horizontes de las ciudades capitales, incluida la Nueva Delhi de la India, ya que los niveles de contaminación han disminuido durante el cierre.

Las organizaciones de todo el mundo son cada vez más conscientes de la necesidad de ser ecológicos y de mantener su huella ambiental al mínimo. Algo de esto es impulsado por el cliente. Los consumidores exigen más de las organizaciones a las que compran. Esperan que esas empresas hagan más para ser más ecológicas y causar menos daño al planeta. Los supermercados y las aerolíneas se encuentran entre los tipos de empresas que tienden a estar a la vanguardia de este enfoque. En los últimos tiempos, las aerolíneas de British Airways a Qantas y Lufthansa se han centrado en estrategias e iniciativas diseñadas para que sean más sostenibles. Sin embargo, las empresas de muchos otros sectores de la economía se están concentrando cada vez más en cuestiones de eficiencia ambiental.

Microsoft anunció recientemente sus compromisos de convertirse en carbono negativo para 2030 imponiendo un límite de riesgo para todas las empresas de servicios y de base digital. Ha establecido un hito desde el cual serán juzgadas en el futuro.

Hoy, vemos organizaciones en todo el mundo y en todos los sectores que siguen su ejemplo y se preguntan cada vez más qué pueden hacer para abordar el problema. La industria del centro de contacto no es una excepción a esta regla. También debe hacerse la pregunta: ¿cómo puede estar haciendo esfuerzos para ser "más ecológico"?

CAMBIAR UNA REPUTACIÓN

En el pasado, el sector de los centros de contacto no se asociaba típicamente con la sostenibilidad. Mucha gente que trabaja en la industria ha pasado mucho tiempo viajando a su lugar de trabajo en tren, avión, autobús y automóviles, y ese proceso de traslado a menudo se lleva a cabo las 24 horas porque muchos de estos centros funcionan en un patrón de turnos, a veces 18 -24 horas al día.

De hecho, un documento técnico reciente de Exony argumentó que los profesionales del centro de llamadas del Reino Unido son responsables de 1.3 millones de toneladas de emisiones de CO2 cada año a través de su viaje, una proporción significativa de las cuales podría evitarse mediante una mayor adopción del trabajo a domicilio.

La imagen estereotípica del centro de contacto tradicional de "ladrillos y mortero", con una fila de filas de agentes sentados en filas, agrupados como gallinas de batería, está muy lejos de los conceptos de sostenibilidad y eficiencia ambiental. Sin embargo, cuando pensamos en esto, extrañamos la revolución que ha sucedido silenciosamente pero implacablemente dentro de la industria y que ahora es una realidad forzada. Esa es la capacidad de casi todas las organizaciones de aprovechar la nube y ejecutar una operación de servicio al cliente de manera flexible.

Las empresas están empezando a darse cuenta de que cuanto más sistemas están en la nube, más pueden ejecutar una operación virtual de servicio al cliente donde ya no necesitan esa oficina física.



La pandemia de Covid-19 ha afectado a las empresas de manera importante en todas las industrias, y el bloqueo actual en muchos países ha ejercido una presión significativa incluso en las empresas más resistentes

CENTROS DE CONTACTO DESPUÉS DE COVID-19 YA NO ES EL NEGOCIO HABITUAL



Las empresas han tenido que hacer ajustes importantes, trasladar al personal al trabajo desde casa mientras responden a grandes volúmenes de solicitudes de servicio al cliente. Los viajes y la hospitalidad han tenido un momento particularmente difícil, ya que se trata de reservas canceladas y consultas de clientes en varios idiomas. Sin embargo, esta situación no durará para siempre.

Entonces, ¿qué pueden esperar los centros de contacto cuando la tasa de infección está bajo control y el distanciamiento social llega a su fin?

¿Quién está en la mejor posición ahora?

Enfrentados con el doble desafío de que el personal trabaje de forma remota y un volumen enormemente aumentado de llamadas, las empresas que mejor se manejan en esta situación son aquellas que tienen prácticas de trabajo remotas. Muchos centros de contacto ya se benefician de los empleados que trabajan desde casa / de forma remota como una forma de hacer que su fuerza laboral sea más flexible, y cuentan con la tecnología para agregar y eliminar agentes fácilmente. Para aquellos que no lo hacen, existe una necesidad apremiante no solo de permitir que los trabajadores reciban llamadas de forma segura desde sus hogares, sino también de crear un sentido de comunidad entre los empleados que generalmente se encuentran en el centro de contacto.

La única forma de abordar estos desafíos es implementar nueva tecnología lo más rápido posible, y veremos un gran aumento en la adopción de IA y automatización a medida que esto ocurra. Los aspectos de automatización de la respuesta del cliente aseguran que se gestionen los aumentos repentinos en los volúmenes de contactos, mientras que la traducción habilitada por AI significa que los clientes reciben respuestas sin importar desde dónde trabajan ellos o los agentes del centro de contacto.

DEL BUSTO AL BOOM

Una vez que las medidas de cuarentena se relajen, es probable que haya un aumento en los negocios a medida que las personas se apresuren a compensar las actividades que se perdieron durante el cierre, y los centros de contacto deben estar preparados. Las habilidades que muchas empresas han adquirido ahora: ser ágiles, escalables e involucrar a nuevos agentes de centros de contacto con la ayuda de la subcontratación, la tecnología y la economía de los conciertos, serán vitales cuando llegue el aumento de las consultas de reserva y compras.

Cuando se dispara el arma inicial, las compañías que están listas para la afluencia de clientes llegarán a la cima. No va a ser lo de siempre: aquellos que intentan volver a los modelos de trabajo anteriores a COVID se quedarán atrás. Cuando el cierre llega a su fin, aquellos que se han tomado el tiempo para fortalecer su capacidad no solo se recuperarán de la sequía de la pandemia, sino que se encontrarán en una mejor posición que antes.

ULTIMO LANZAMIENTO DE STORCENTRIC'S NEXSAN 3300 7900

UNITY™ THIRD GENERATION



Nexsan ha anunciado el lanzamiento de sus unidades de almacenamiento unificado de clase empresarial 3300 y 7900 de tercera generación, la plataforma más poderosa de la industria para cargas de trabajo mixtas.

Ofreciendo una nueva y poderosa gama de características, incluyendo Unbreakable Backup, que protege las copias de seguridad en caso de un ataque de ransomware, y los Módulos de migración de datos y Cloud Connector que permiten a los usuarios empresariales mover datos según sea necesario para el almacenamiento en niveles y las infraestructuras de nube híbrida optimizadas.

Unity es una solución de alta disponibilidad diseñada específicamente para empresas, con los modelos 3300 y 7900 que ofrecen configuraciones híbridas flexibles y todo flash para una expansión simplificada, ofreciendo funciones empresariales centrales en una sola plataforma.

Unity satisface las necesidades de las aplicaciones comerciales críticas, con la nueva plataforma que proporciona aumentos significativos de capacidad en configuraciones de HDD y SSD y un aumento de rendimiento de hasta un 50% con respecto a la Unidad de segunda generación.

El almacenamiento de Unity se implementa en los entornos empresariales SAN y NAS más exigentes, desde instituciones financieras, compañías de producción de televisión y películas, hasta hospitales y laboratorios de investigación nacionales. Unity admite aplicaciones que van desde copias de seguridad, virtualización y bases de datos, hasta intercambio de archivos, edición de video y más.

La arquitectura avanzada de Unity funciona a la perfección con la bóveda de datos activos Assureon®, lo que brinda a los clientes la tranquilidad de que sus datos están protegidos para el cumplimiento de las normativas y de las brechas de seguridad, incluido el ransomware.

Como el malware ahora también se dirige a las copias de seguridad, Unity with Assureon ofrece una solución inmutable de copia de seguridad

inquebrantable para que las organizaciones nunca tengan que preocuparse por la capacidad de recuperación. Unity está certificado como Veeam Ready Repository v10 y se ha utilizado en muchos otros entornos de respaldo, incluido Commvault.

La plataforma de almacenamiento avanzada unificada de Unity con el módulo Cloud Connector ahora incluye la capacidad de conectarse a 18 nubes públicas, incluidas Amazon S3 y Google Cloud Storage, lo que permite a las organizaciones mover datos según sea necesario para el almacenamiento en niveles y optimizar las infraestructuras de la nube híbrida. La capacidad de migración de datos hace que la implementación sea aún más fácil al replicar archivos de cualquier sistema heredado. Esto permite ingresar a Unity con un filtro de grano fino y actualizaciones incrementales continuas disponibles para garantizar que el nuevo Unity esté listo para usarse lo más rápido posible.

"Hoy, quizás más que nunca, la flexibilidad de la gestión de datos combinada con una copia de seguridad segura y efectiva es una de las capacidades más críticas en la estrategia de gestión de datos de una organización. Ciertamente, esto es importante desde una perspectiva de eficiencia y costo. Sin embargo, a la luz de la sofisticación del ransomware actual, que ahora no solo trata de atacar los datos de producción in situ, sino de todas las copias posibles, donde sea que residan las copias de seguridad, la copia de seguridad podría ser la diferencia entre la continuidad o el fracaso comercial", dijo Dennis Hahn, Director Analista de almacenamiento en Omdia. "Las capacidades de recuperación y replicación de datos de matriz de almacenamiento ofrecen nuevas capacidades atractivas que pueden proporcionar una solución potencial fuerte para estos desafíos modernos del centro de datos".

"Ofrecer a los clientes una solución como Unbreakable Backup brinda seguridad contra los crecientes ataques de ransomware que enfrentan las empresas hoy en día. Además, los módulos

Voz IP o VoIP (Voice Over Internet Protocol) es una tecnología de telecomunicaciones mediante voz. La voz se empaqueta como si se tratase de datos y se envía a través de la centralita a una dirección IP determinada. Con Voz IP se pueden realizar llamadas telefónicas a través de internet sin la necesidad de recurrir a las llamadas tradicionales analógicas.

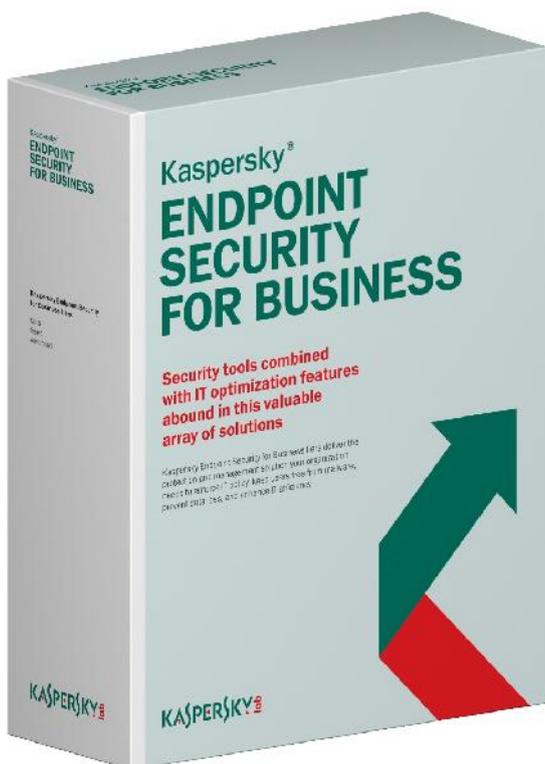
Entre las principales ventajas de utilizar Voz IP podemos mencionar:

- Disminución de costos gracias a la Integración de datos y voz en el mismo servicio, costos de mantenimiento inferiores a los de la telefonía tradicional.
- Facilita la movilidad, es posible realizar llamadas y recibirlas desde cualquier lugar, ya que es posible utilizar un smartphone con los datos del usuario y poder recibir las llamadas en él, mediante el uso de datos.
- Fácil implementación, muy sencilla de instalar la telefonía IP, ya que hace uso de la red de Ethernet ya instalada en la empresa.
- Centralita Virtual, no es necesario disponer de un espacio físico para instalar la centralita. Con una centralita virtual IP PBX como la se obtiene una experiencia unificada a la hora de abordar las comunicaciones de la empresa.

¿QUÉ ES LA VOZ IP?



INTEGRATED ENDPOINT SECURITY: LA NUEVA SOLUCIÓN EDR DE KASPERSKY PARA PYME'S



Kaspersky presenta Integrated Endpoint Security, un nuevo enfoque dedicado a las PYME's que ahora incluye una consola de administración en la nube y las herramientas Kaspersky EDR Optimum y Kaspersky Sandbox.

La solución Kaspersky EDR Optimum proporciona visibilidad instantánea de las amenazas detectadas por Kaspersky Endpoint Security for Business e indica el contexto de todas las actividades maliciosas identificadas: datos de alerta enriquecidos y visualización de la ruta de propagación del ataque. Además, los investigadores de Kaspersky encontraron un aumento del 46% en los ataques lanzados contra usuarios de terminales Linux entre 2018 y 2019. Para evitar que estos ataques afecten a las empresas, la nueva solución Kaspersky Endpoint Security fortalece la protección de las terminales que operan bajo Linux con los componentes de protección contra amenazas de red y web; el tráfico entrante y saliente ya no contiene actividad maliciosa. La protección de datos se ve reforzada por una función de control del dispositivo que permite definir reglas para transferir datos a otros terminales o equipos de TI.

LA EXPERIENCIA DE PARA LA SATISFACCIÓN Y RETENCIÓN

La investigación de casi 1,400 consumidores estadounidenses se realizó en mayo de 2020.

Para muchos minoristas ha sido un desafío comprender el efecto general de las devoluciones de comercio electrónico, ya que el proceso generalmente ha sido manual, no digitalizado como otros procesos, incluidos la entrega y el pago.

Sin tener una idea real del impacto de los retornos, se los ha considerado un costo necesario pero desafortunado y, por lo tanto, se han dejado de lado en términos de importancia, particularmente en lo que respecta a la satisfacción y retención general de los clientes.

Curiosamente, sin embargo, la encuesta de Duddle descubrió que los consumidores sopesan las devoluciones tan importantes como la entrega y el pago con respecto a su experiencia general de comercio electrónico, incluso un poco más.

El 84 por ciento dijo que la experiencia de devoluciones es importante con respecto a su opinión sobre un minorista, y el 83 por ciento dijo lo mismo para la entrega y el pago, respectivamente. También descubrió que casi las tres cuartas partes de los encuestados (74 por ciento) sienten que las experiencias de devolución de los minoristas necesitan ser mejor.

LOS SIGUIENTES SON ALGUNOS ASPECTOS DESTACADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE DODDLE:

El 84 por ciento de los encuestados dijo que una experiencia de retorno positiva los alienta a comprar con un minorista nuevamente.

El 74 por ciento de los consumidores señaló que los minoristas de EEUU deberían hacer más para mejorar sus experiencias de devolución.

CUANDO SE LE PREGUNTÓ QUÉ HARÍA A LOS ENCUESTADOS RECONSIDERAR LAS COMPRAS CON UN MINORISTA EN EL FUTURO

El 60 por ciento dijo que si tenían que pagar las tarifas de envío para devolver un artículo.

Con el aumento esperado de las devoluciones de comercio electrónico después de COVID-19, los minoristas deben asegurarse de que sus procesos y sistemas de devoluciones estén listos, ya que el 74 por ciento de los encuestados cree que los minoristas necesitan mejoras en las devoluciones



DEVOLUCIONES ES CRÍTICA DEL CLIENTE, ENCUENTRA DODDLE SURVEY

Doddle, un proveedor internacional líder de soluciones de comercio electrónico que diseña, desarrolla e integra la tecnología de cumplimiento y devolución de consumidores, anuncia los resultados de una encuesta que realizó para descubrir la importancia que la experiencia de devoluciones de comercio electrónico es para los consumidores.

El 40 por ciento dijo que si tomaba mucho tiempo asegurar un reembolso a su regreso.

El 38 por ciento dijo que si la ventana de política de devoluciones era demasiado corta.

El 32 por ciento dijo que si necesitan obtener una autorización de devolución de atención al cliente.

El 30 por ciento dijo que si no podían rastrear un artículo devuelto.

CUANDO SE LES PREGUNTÓ QUÉ PREFERIRÍAN DE LOS MINORISTAS AL DEVOLVER UN ARTÍCULO

El 68 por ciento de los encuestados dijo devoluciones gratuitas.

El 45 por ciento dijo ubicaciones convenientes para devolver un artículo(s)

El 44 por ciento dijo que el empaque reutilizable / resellable puede usarse para devoluciones.

El 41 por ciento dijo comunicaciones y visibilidad (seguimiento del paquete, confirmación de recepción, información de reembolso, etc.).

El 38 por ciento dijo ser reembolsado una vez que se envió el artículo.

El 33 por ciento dijo que no era necesario imprimir una etiqueta de devolución.

La encuesta de Doddle fue realizada por YouGov. Todas las cifras, a menos que se indique lo contrario, son de YouGov Plc. El tamaño total de la muestra fue de 1.386 adultos. El trabajo de campo se realizó entre el 5 y el 7 de mayo de 2020. La encuesta se realizó en línea. Las cifras se han ponderado y son representativas de todos los adultos estadounidenses (mayores de 18 años).

TECNOLOGÍA VOIP UNIFICANDO LAS COMUNICACIONES

Las nuevas tecnologías de la comunicación y la información permiten acceder a numerosos canales de comunicación de forma unificada, obteniendo de ello numerosos beneficios en cuanto a efectividad, rapidez, movilidad y ahorro de costos.

Hoy en día es posible realizar una migración a la tecnología IP con una empresa especializada y con experiencia en el sector para mejorar y unificar las comunicaciones beneficiándose de las numerosas ventajas que ofrece VoIP, incluso mejorando los servicios de telefonía analógica a través de la Identificación avanzada de llamadas, Números virtuales alrededor del mundo, Repetición y devolución de llamadas, Llamadas múltiples, Llamadas en espera, Grabación de llamadas.

Las comunicaciones son parte muy importante para las empresas dentro de un mercado tan competitivo y globalizado como el actual, por eso la tecnología VoIP constituye una alternativa a considerar a la hora de optimizar las comunicaciones elevando la productividad.



EFFICY INSTALA UN CRM EN TU EMPRESA

Sabemos que no es lo más importante, pero es nuestro granito de arena”.

¿Hasta cuando puede solicitarse? Conforme vayan recibiendo las solicitudes de clientes se irán retirando las cantidades, afirman.

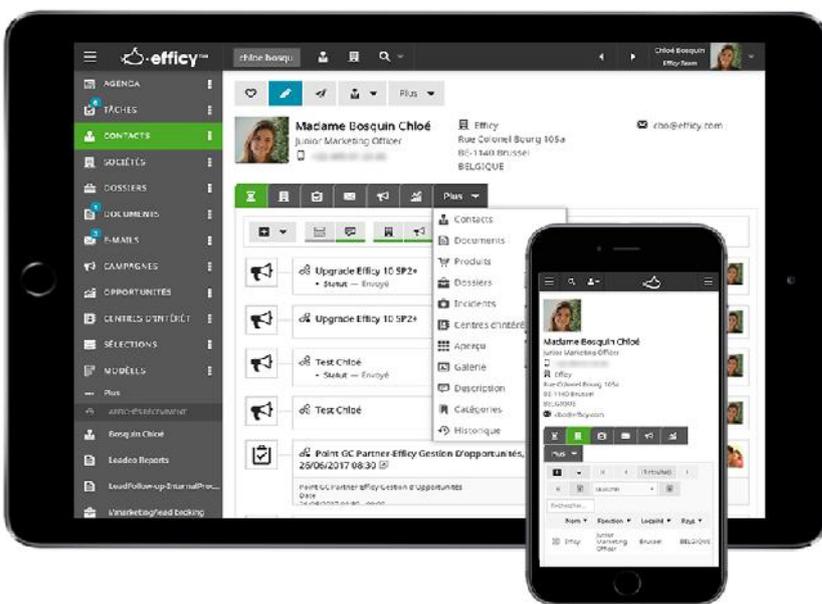
No existe un límite máximo a solicitar y se podrá otorgar todo lo que cada empresa necesite.

SumaCRM, ahora parte de Efficcy, se ha caracterizado desde el inicio de su empresa por ayudar a las empresas tanto con su CRM, como su blog, en el que durante cuatro años han contado con 100% transparencia y datos reales todo lo que iban haciendo en su empresa.

Si estás interesado en aplicar para acceder a las ayudas, Efficcy ha puesto en marcha un formulario en su página:

<https://www.efficcy.com/es>

Es tan fácil como rellenar los datos y ellos se ponen en contacto.



Efficcy, es un CRM europeo de origen belga para medianas y grandes empresas, ha puesto a disposición de las compañías un fondo de un millón de euros para ayudar a poner en marcha CRMs en las empresas españolas.

En palabras del director general de Efficcy en España, Alfredo Nicolás: “queremos ayudar en estos momentos tan difíciles. Y por ello, dentro del presupuesto que damos a nuestros clientes hemos decidido asumir el coste del servicio de aquí a finales de año. Para ello, hemos creado un fondo de 1.000.000 euros para empresas.

COSECHAR LAS RECOMPENSAS DE IMPLEMENTAR UN CHATBOT NO REQUIERE UN PROCESO COMPLEJO, LENTO Y COSTOSO

Es hora de revelar cualquier mito que pueda haber encontrado con estos simples pasos para la implementación de chatbot:

VIAJE

Es importante definir el viaje y con qué quiere exactamente que ayude su chatbot. ¿Será para un propósito específico, como la automatización de reembolsos? ¿O actuará como un primer puerto de escala antes de que los clientes sean transferidos a un agente? En esta primera etapa, también es esencial averiguar el proceso de configuración y acordar los recursos y el enfoque, como la forma de medir las métricas de éxito y quién será el propietario de la entrega del chatbot.

DIÁLOGO

Aquí es donde se construye la base de datos y se reúne todo el contenido de las respuestas del chatbot. Obtenga un experto en la materia que lo ayude aquí para asegurarse de que no se pierda nada. También es donde usted decide un tono de voz para el bot y si desea que brinde respuestas directas o más diálogo conversacional para ofrecer un viaje completo de extremo a extremo.

COMPILACIÓN

El contenido de preguntas y respuestas se importa aquí y ahora es el momento de decidir cómo desea diseñar la interfaz de chatbot predeterminada (DCI), es decir, cómo desea que se vea su chatbot. ¿Se parecerá a un robot o tendrá un avatar humano? ¿Tiene un nombre o una paleta de colores? Es hora de ser creativo antes de agregar el script DCI a su sitio web o aplicación.

LANZAMIENTO

Prueba y aprende. Este es un paso crucial y no debe ser olvidado. Es obligatorio probar el bot para ver dónde puede faltar contenido, necesita refinar algunas respuestas o cambiar su apariencia antes de presionar el botón de inicio.

MEJORAR

Una vez en vivo, el monitoreo continuo de los paneles del chatbot le permitirá optimizar el contenido donde mejor le parezca, desarrollar un nuevo diálogo para responder preguntas más complejas y asegurarse de que todo se mejore constantemente.



LOS CHATBOTS SON SOLO EL COMIENZO

Esta implementación y un chatbot completamente operativo se pueden lograr en solo unos pocos días, un día por etapa en promedio. Por lo tanto, no crea en los rumores de que necesita un proyecto de transformación masiva y grandes equipos especializados para implementar su propio chatbot.

Al aprovechar plataformas preexistentes, como las preguntas frecuentes de su sitio web, para obtener información sobre sus fuentes de datos y obtener los conocimientos de expertos en la materia, puede reducir drásticamente la carga de trabajo. También siempre permanecerá seguro y conforme, ya que el chatbot solo le dará las respuestas que le diga; Los aspectos de procesamiento de lenguaje natural y AI del bot también ofrecerán informes intuitivos, dando una visión clara de todas las plataformas. Como producto SaaS, los chatbots son inherentemente flexibles cuando se trata de precios y escalabilidad, por lo que tampoco tiene que preocuparse por romper el banco.

Cuando se trata de un viaje de automatización, los chatbots son un lugar sólido para comenzar. No tiene que sumergirse inmediatamente en bots complejos y personalizados, especialmente si está buscando una implementación rápida para ayudar con las necesidades de los clientes de Covid-19: comience de manera simple y avance. Nunca se sabe a dónde podría llevarlo el viaje, especialmente cuando el polvo pandémico se ha asentado

SISTEMA TELEFÓNICO BASADO EN LA NUBE

ESTAS SON LAS COSAS DE LAS QUE SE BENEFICIA CADA EMPRESA QUE UTILIZA UN SISTEMA TELEFÓNICO BASADO EN LA NUBE.

TIENEN QUE VER CON:

- ✓ **GASTOS**
- ✓ **GESTIÓN Y**
- ✓ **PROCESOS.**

EFICIENCIA DE COSTO

Comúnmente, los servicios de VoIP se cobran por minuto y tienen precios transparentes. No hay tarifas adicionales que descubra demasiado tarde, por lo que es fácil planificar el presupuesto sin temor a sorpresas. Los proveedores de VoIP generalmente cobran menos que los fijos, además de cambiar a una nube es asequible y sin problemas. Por lo tanto, hay muchos gastos que esta solución puede reducir.

ADMINISTRACIÓN FÁCIL

Además de una conexión clara y precios transparentes, los sistemas telefónicos basados en la nube brindan a las empresas muchas oportunidades en términos de administración. Cualquier gerente puede manejarlo sin ninguna formación técnica o educación, ya que solo un poco de incorporación funcionará. Además, hay muchas más configuraciones disponibles, por lo que puede ajustar su sistema a sus necesidades comerciales particulares. ¿Para ver cómo funciona su centro de llamadas? Consulte las estadísticas detalladas de cualquier período. ¿Necesita mejorar la gestión de clientes? Integre este sistema telefónico con su CRM. ¿Quieres ver cómo es una conversación con clientes? Convierta cualquier llamada telefónica a texto. Y sí, todas estas características y muchas más están disponibles en una sola interfaz.

FLEXIBILIDAD

Puede suponer por su nombre que un sistema basado en la nube almacena todos sus datos en línea. Es fácil monitorear el desempeño de los agentes de forma remota, conquistar nuevos mercados en el extranjero y escalar la empresa. Su proveedor puede proporcionarle números DID VoIP en otros países para llegar a nuevas audiencias en el extranjero, incluso si no está físicamente allí. Es fácil establecer una presencia local en el país de destino y ampliar su alcance.



¿LA TELEFONÍA EN LA NUBE ES TAN PERFECTA COMO GENERALMENTE SE DESCRIBE? VEAMOS TODOS SUS PROS Y SUS CONTRAS



Si decide cambiar a un sistema telefónico basado en la nube, estas son las dos desventajas que puede enfrentar.

DEPENDENCIA DE INTERNET

Si es la primera vez que prueba un sistema telefónico basado en la nube en su centro de llamadas, puede ser un poco caro.

LA FORMACIÓN DEL PERSONAL

Cambiar a una lista de verificación de soluciones basadas en la nube

Si ya desea que su empresa disfrute de todos los beneficios de VoIP y esté listo para manejar los problemas que puede traer la migración, aquí le mostramos cómo hacerlo aún más fácil.

Antes de acercarse a su proveedor, describa todas las necesidades que tiene su empresa.

Considere lo siguiente:

- Calcule cuántos empleados usarán la línea simultáneamente (su ancho de banda dependerá del número).
- Articule las características que busca en una solución.
- Considere la posibilidad de escalar (para poder expandir su negocio en el futuro).
- Verifique las capacidades de su CRM (por lo general, las soluciones de VoIP son compatibles con la mayoría de ellas).
- Considere si existe algún riesgo de trasladar su comunicación comercial a la nube.

Cuando haya terminado con esta lista de verificación, estará listo para hablar con su proveedor. Dígame a su gerente todos los requisitos y preocupaciones, y le ofrecerán una solución en la nube óptima para su negocio.

CURSOS ONLINE

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

¿Y SI APROVECHAS
EL TIEMPO
QUE ESTÁS
EN CASA?

- BALANCED SCORECARD:
CUADRO DE MANDO INTEGRAL
- DIRECCIÓN ESTRATÉGICA
- RESPONSABILIDAD SOCIAL



www.formantec.es



hola@formantec.es

formantec



POR QUÉ DEBEMOS DEJAR DE DECIR QUE EL CENTRO DE LLAMADAS ESTÁ MUERTO

Hace tiempo que escuchamos que la muerte del centro de llamadas está cerca, pero ¿son válidas estas afirmaciones? Los artículos que datan de 2000, e incluso tan recientemente como el mes pasado, cantan la misma canción. Todos afirman que el centro de atención telefónica se está desvaneciendo y está siendo reemplazado por chat en vivo, autoservicio y otros canales de comunicación, en los cuales solo confiaremos en el futuro.

Este tropo perezoso, aunque se vende como "con visión de futuro", es tan anticuado como sus orígenes Y2K. Hay una razón por la cual el centro de atención telefónica sigue vivo y bien hoy y lo estará durante los próximos 20 años. Al igual que muchas facetas de la tecnología, se está adaptando al panorama empresarial actual y será más vital que nunca.

LOS ROBOTS QUE REEMPLAZAN EL CENTRO DE LLAMADAS SON HUMO Y ESPEJOS

Los robots alimentados por IA no reemplazarán el centro de llamadas. Más bien, la tecnología de automatización complementará a los humanos para hacer que el centro de llamadas sea más inteligente, más rápido y más fuerte.

Según Gartner, solo el 9% de los clientes informan que resuelven problemas a través de tecnologías de autoservicio. A pesar de una minoría vocal de evangelistas chatbot listos para unguir el chat en vivo y el autoservicio como el nuevo rey de la experiencia del cliente, cuando se trata de empujar, nada puede reemplazar a un humano en el otro extremo de la línea.

LA INTERACCIÓN HUMANA NUNCA HA SIDO MÁS ESENCIAL

Todos tienen una historia frustrante de que los chatbots y los sistemas de autoservicio los corren en un intento de resolver un problema con una empresa. Teniendo en cuenta los impactos que se enfrentan debido a COVID-19, la demanda de interacción humana ha aumentado rápidamente; cualquier cosa menos no lo reducirá.

Las tensiones son rampantes y una mala experiencia puede arruinar una relación con el cliente para siempre.

La necesidad de centros de atención telefónica ha sido exacerbada por COVID-19, especialmente en industrias como la salud, los seguros y la banca. En medio de una recesión económica, lo último que quieren los consumidores es un chatbot anónimo que arrastra el proceso de pago de facturas, traslado de fondos o clasificación de información actualizada de empleo o seguro.

LOS CALL CENTERS DEL FUTURO SE ADAPTARÁN A LOS NUEVOS DESAFÍOS

Aunque los centros de llamadas son críticos para los negocios, aún deben adaptarse a un panorama empresarial en constante cambio. Han venido para quedarse, pero se verán muy diferentes que nunca, incluso dentro de un año. Potencialmente podríamos ver desaparecer el centro "físico" dado el surgimiento de los modelos de centros de llamadas remotos y atados.

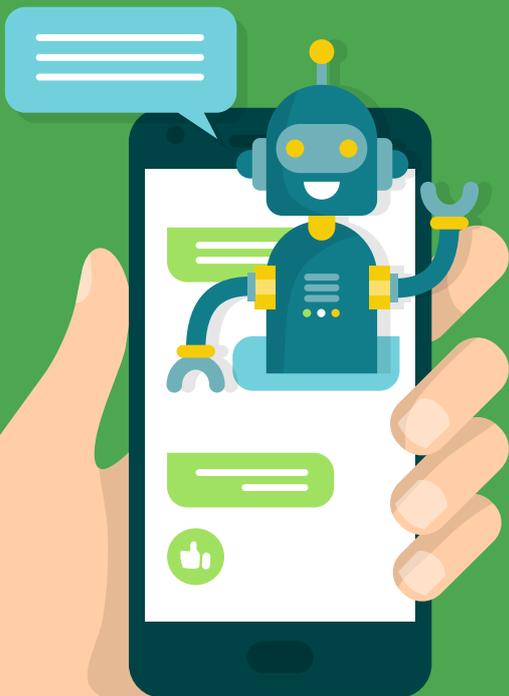
Los nuevos desafíos de COVID-19 han llevado al surgimiento de centros de contacto virtuales, que vienen con su propio conjunto de oportunidades para compañías capaces de hacer el cambio. Los datos recientes muestran que la disminución de los gastos operativos es el beneficio más grande que las empresas ven en el cambio a centros de llamadas remotos, seguido de cerca por un menor ausentismo y una mayor satisfacción de los agentes. Como el 74% de los directores financieros dicen que el teletrabajo pronto será permanente, es seguro decir que los centros de contacto virtuales representan el futuro del servicio al cliente.

El centro de llamadas, aunque cambia, no está desapareciendo. Si bien el modelo del centro físico puede estar en peligro, aún veremos una demanda de agentes humanos ayudados por la tecnología. El centro de llamadas continuará evolucionando para satisfacer las necesidades de los clientes y aclimatarse a las nuevas solicitudes del mercado, pero la idea de que está "muriendo" sigue siendo tan errónea hoy como lo fue hace 20 años.

¿POR QUÉ AHORA ES EL MOMENTO DEL CHATBOT DE CONTACT CENTER?

Los efectos del bloqueo del coronavirus en la industria de la experiencia del cliente han sido innumerables. Desde los agentes que desarraigan sus estaciones de trabajo desde los centros de contacto hasta las oficinas en el hogar, hasta que los servicios en la nube se vuelven más una necesidad que nunca, las empresas han tenido que evolucionar como nunca antes para mantener las operaciones en funcionamiento y el servicio al cliente en funcionamiento.

Uno de los mayores cambios que las empresas han tenido que promulgar, incluso fuera de la pandemia, es pasar a una tecnología más automatizada en el centro de contacto. A medida que la tecnología automatizada se vuelve más prolífica fuera del mundo CX con personas como Siri y Alexa, los consumidores se han familiarizado con la idea de la tecnología automatizada de autoservicio para encontrar sus respuestas, y no esperan menos cuando se trata de servicio al cliente. Con la industria de servicio al cliente actualmente preparándose para el impacto, ya que se enfrenta a los efectos de Covid-19, la automatización no viene más bien empaquetada que en la forma del chatbot, por lo que es el primer bloque de construcción ideal para aquellos que buscan moverse. Automatización para adaptarse a la evolución del comportamiento del cliente y para aquellos que necesitan una ayuda adicional en estos tiempos caóticos.



ES HORA DE AUTOMATIZAR

Antes de que el coronavirus llegara a escena, la fuerza impulsora detrás de los chatbots en el servicio al cliente era automatizar las conversaciones al estilo de preguntas y respuestas.

De hecho, muchos chatbots son simplemente preguntas frecuentes dinámicas disfrazadas, que ayudan a los clientes a responder preguntas directas. Desde que se estableció el bloqueo, con interrupciones tanto en el centro de contacto como en el lado del consumidor, ha habido un mayor impulso para automatizar solicitudes más complejas, especialmente en industrias que han sentido las ondas de choque particularmente fuerte.

En el sector de seguros, por ejemplo, que actualmente está experimentando una gran agitación, las compañías están tratando de automatizar los reclamos y reembolsos a medida que las aseguradoras reaccionan ante la pandemia.

Se puede entregar un chatbot de reembolso, por ejemplo, para reducir los volúmenes de llamadas que necesitan asistencia humana, lo que permite a los agentes dedicar más tiempo a los clientes con asuntos más complejos, una tarea que difícilmente hubiera sido una prioridad para la automatización hace varios meses.

Ciertamente, las empresas no son las habituales de muchas organizaciones, y los planes de continuidad nunca tuvieron en cuenta una pandemia. Pero si bien no existe una solución "única para todos" para cada sector que enfrentará sus propias dificultades, buscar la ayuda de herramientas de automatización para el viaje del cliente es la clave, sea cual sea el escenario. De hecho, hay muy poco que un chatbot no pueda manejar. Por ejemplo, debido a que las respuestas de chatbot están preprogramadas, puede asegurarse de que los consejos que brindan sean consistentemente precisos y compatibles. También proporciona información de forma inmediata y en cualquier momento, particularmente útil para aquellos trabajadores clave que toman el turno de trabajo y que no pueden acceder a un teléfono o en línea durante el horario normal de atención.

Otros beneficios son que los chatbots permiten la escalabilidad inmediata para satisfacer los picos de demanda, ayudar a reducir el tiempo de espera y mejorar la resolución del primer contacto, teniendo en cuenta que la investigación de Forrester encontró que el 65% de las personas valoran las resoluciones de primer contacto por encima de todo lo demás, este es un beneficio particularmente crucial. También vale la pena señalar que Deloitte descubrió que el 80% de los adultos ahora tienen un teléfono inteligente, así que utilícelo para su ventaja al brindarles a los clientes otra forma de comunicarse con usted de una manera que les sea familiar.

PAPIER MINORISTA DE PAPELERÍA PERSONALIZADO CUMPLE CON LOS DESAFÍOS DEL MERCADO A TRAVÉS DE PRUEBAS Y PERSONALIZACIÓN DE KAMELEON

Kameleoon anunció el 30 de junio que el minorista internacional de artículos de papelería en línea Papier está utilizando su plataforma de personalización y pruebas A / B para mejorar la experiencia del visitante, aumentar los ingresos y responder rápidamente a las condiciones cambiantes del mercado.

Los cambios realizados en el sitio de Papier luego de las pruebas iniciales A / B realizadas con Kameleoon han agregado un 6% adicional a los ingresos anualizados en solo tres meses, logrando un retorno de la inversión (ROI) de más de 50 veces, al tiempo que ayuda a la marca a cambiar su enfoque a medida que avanza. La demanda de papelería personalizada ha aumentado en un 300% desde el comienzo del bloqueo.

Con grandes objetivos de crecimiento y rentabilidad, Papier vio el potencial de las pruebas y la experimentación para ayudarlo a alcanzar sus objetivos. Seleccionó a Kameleoon como la tecnología para respaldar su programa de pruebas A / B en marzo de 2020 debido a su profundidad de características, rendimiento, funcionalidad integral, facilidad de uso, recomendaciones de la industria y promesa de un rápido retorno de la inversión. El módulo de personalización avanzada de Kameleoon también proporciona a Papier el potencial para implementar futuras experiencias digitales personalizadas.

"En Papier, nuestro objetivo es ayudar a las personas a conectarse entre sí de una manera más reflexiva que a través de medios

digitales como WhatsApp o correo electrónico", dijo Allison Devine, directora de marketing de rendimiento de Papier. "La pandemia ha hecho que esto sea aún más importante, lo que significa que hemos redoblado nuestro enfoque en ofrecer la mejor experiencia posible para nuestro creciente número de visitantes. Trabajar con Kameleoon nos ha permitido iniciar rápidamente nuestro programa de pruebas A / B, sin una larga curva de aprendizaje, para ayudar a lograr esto. Nuestros experimentos ya nos han ayudado a generar ingresos incrementales sustanciales y contribuir a alcanzar nuestros objetivos comerciales".

Tras el éxito de sus experimentos iniciales, dos de los cuales impulsaron las transacciones de pedidos y aumentaron los ingresos, Papier está buscando expandir las pruebas que realiza.

"Tenemos audiencias muy diferentes para diferentes productos y queremos asegurarnos de que todos reciban la experiencia adecuada, por lo que estamos ampliando nuestras pruebas para ofrecer un viaje personalizado a todos los visitantes", agregó Nikita Kursov, Gerente de Optimización de Conversión, Papier. "Trabajar con Kameleoon es perfecto: su tecnología no solo tiene la flexibilidad para satisfacer nuestras necesidades cambiantes, sino que el equipo comprende nuestros objetivos y responde rápidamente para apoyarnos".

Kameleoon es una plataforma de personalización y pruebas A / B



Kameleoon

impulsada por la inteligencia artificial para propietarios y comercializadores de productos digitales que desean aumentar las conversiones e impulsar un crecimiento exponencial de los ingresos en línea.

Con características que incluyen pruebas A / B, segmentación de usuarios, seguimiento de comportamiento y datos en tiempo real, Kameleoon ayuda a las empresas a aumentar las conversiones en línea y maximizar los ingresos.

Kameleoon permite a las marcas crear experiencias digitales verdaderamente individuales, personalizando el recorrido del cliente para maximizar el compromiso y garantizar que las marcas alcancen y superen sus objetivos de marketing.

Su plataforma de personalización mide la intención de compra de los visitantes en tiempo real y adapta mensajes, contenido, navegación y ofertas en todos los canales.

Con características que incluyen pruebas A / B, segmentación manual del usuario, orientación predictiva de IA, seguimiento del comportamiento del cliente y datos en tiempo real, Kameleoon ofrece una experiencia mejorada para cada visitante.



eGain[®]
Trusted by Leaders™

AGREGA EL SOPORTE DE MENSAJES COMERCIALES DE GOOGLE A SU CENTRO DE MENSAJERÍA

eGain, el proveedor líder de soluciones de interacción con el cliente, anunció hoy su apoyo a los mensajes comerciales de Google para el servicio al cliente y la participación conversacional, como parte de eGain Messaging Hub™.

Los centros de contacto ahora podrán manejar el ciclo de vida completo del manejo de los mensajes comerciales de Google con eGain, al tiempo que integran las interacciones con otros puntos de contacto para una visión completa del cliente.

SOLUCIONES DESTACADAS

CONECTAR

Mensajes de clientes en dispositivos móviles con Android para interactuar con empresas a través de mensajes comerciales, desde puntos de entrada como Búsqueda y Mapas. Enrutamiento basado en inteligencia artificial basado en análisis de conversación en tiempo real, preferencia del cliente y contexto comercial, mejorado con aprendizaje automático.

RESOLVER

Conversaciones guiadas con asistente virtual integrado, inteligencia artificial y conocimiento para un manejo preciso y consistente de las consultas de los clientes. Ricas experiencias de los clientes con soporte de pago, enlaces profundos, respuesta estructurada, mapa y búsqueda.

La solución se adapta automáticamente a las funciones específicas del canal. Conocimientos de orientación de procesos mantenidos sin participación de TI.

OPTIMIZAR

Análisis granular y conectado para optimizar la efectividad de la conversación y la eficiencia operativa.

A diferencia de los productos puntuales y los kits de herramientas API, eGain Messaging Hub ofrece un conjunto completo de capacidades para la automatización de la conversación basada en mensajes. Construido sobre una arquitectura Bring Your Own Bot (BYOB)™, el hub facilita agregar nuevos puntos de contacto de mensajería fácilmente, al tiempo que aprovecha la plataforma omnicanal unificada de eGain para inteligencia artificial, conocimiento y análisis.

"La mensajería para la participación del cliente ha pasado de ser agradable a tener a tener", dijo Ashu Roy, CEO de eGain. "Nuestro enfoque de concentrador hace que sea fácil conectar nuevos puntos de contacto basados en mensajes, lo que nos permite agregar rápidamente soporte para los mensajes comerciales de Google".

Estas soluciones omnicanal de interacción con el cliente potencian las primeras experiencias digitales para marcas líderes. Infundida con inteligencia artificial, aprendizaje automático, conocimiento y análisis, la galardonada plataforma ayuda a los clientes a automatizar y optimizar los viajes de los clientes a través de asistencia virtual, mensajería, redes sociales, móviles, web y centros de contacto. Para obtener más información sobre eGain, visite www.eGain.com.



ADQUIERE SPOT PARA OPTIMIZACIÓN DE SISTEMAS EN LA NUBE

NetApp es una compañía especializada en servicios de datos en la nube, ha anunciado la adquisición de Spot, empresa de gestión computacional y optimización de costos en la nube pública, para convertirse en uno de los referentes en la optimización de sistemas cloud.

Spot proporciona infraestructuras condicionadas por las aplicaciones (ADI), en la nube para el análisis y aprendizaje automático (Machine Learning) con la necesidad de adaptar sus aplicaciones continuamente e impulsar la optimización de recursos en la nube en tiempo real, tanto para computación como para almacenamiento.

Las ADI proporcionan automáticamente el rendimiento y capacidad que necesitan las aplicaciones al menor costo, acelerando la implementación e innovación de las aplicaciones. Las ADI ayudan a los equipos de aplicaciones a recortar los ciclos de implementación y poner más aplicaciones en funcionamiento en la nube. Así, los clientes pueden ahorrar hasta un 90% de sus gastos en sistemas de computación y almacenamiento que representa un 70% del gasto total en la nube, manteniendo sus SLA y SLO.

EL INFORME DE DGM CELEBRA LA COMPAÑÍA DE COMPROMISO CON EL CLIENTE

Si bien el centro de contacto cambió de forma virtual y se cambió a un modelo de la FMH, la experiencia del cliente debe ser excepcional. La innovación es fundamental para la estrategia del proveedor de soluciones de centro de contacto, ya que ofrece inteligencia artificial, asistentes virtuales y otras herramientas modernas de servicio al cliente.

El Informe de Producto y Mercado de Agente Virtual Inteligente 2020/2021 de DMG Consulting LLC destacó Verint (News - Alert), ya que The Customer Engagement Company obtuvo puntajes muy satisfechos de los clientes en satisfacción general del proveedor, satisfacción del producto e implementación.

Específicamente hablando, Verint obtuvo las mejores calificaciones en comprensión del lenguaje natural / generaciones de lenguaje natural, capacidades de autoservicio del cliente e inteligencia artificial. Profundice un poco más: el informe también elogió la capacidad de Verint para mejorar la participación / satisfacción del cliente, su optimización continua del sistema y el cumplimiento de las normas de cumplimiento y privacidad.



El éxito del Verint Intelligent Virtual Assistant es fundamental para el éxito de Verint, ya que aprovecha la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para ofrecer experiencias más personalizadas a los clientes a través de los canales de voz y digitales.

"Las empresas creativas están pidiendo mucho a sus asistentes digitales, y los IVA más flexibles están respondiendo con una rapidez nunca experimentada con los IVR", señala Donna Fluss, presidenta de DMG Consulting. "Si bien muchas de las funciones realizadas por IVA estaban disponibles en IVR de lenguaje natural sofisticado, la velocidad de comercialización de los nuevos IVA es un cambio de juego para las empresas".

NOBLE CONVERSATIONS ANALYTICS INSIGHT 2.0



NOMBRADO PRODUCTO DEL AÑO 2020

Noble Systems, un líder mundial en soluciones tecnológicas omnicanal de centros de contacto, anunció que TMC (una compañía global de medios integrados) ha otorgado a Noble® Conversations Analytics 2.0 un Premio al Producto de Soluciones de Comunicaciones 2020 del año.

Noble Conversations Analytics Insight 2.0 proporciona una visión más profunda de las interacciones con sus clientes, por lo que puede mejorar continuamente la calidad y crear una mejor experiencia para el cliente. La nueva "Nube comparativa" le permite comparar las frases utilizadas en llamadas sin éxito con las que tienen éxito.

Utilizando el marco de análisis de voz inteligente de Noble y el motor de

transcripción de texto de clase mundial, la funcionalidad de Comparative Cloud hace que sea más fácil que nunca encontrar las frases correctas para usar en las interacciones con los clientes para obtener el mejor resultado posible, así como las que deben evitarse. Con Noble CA Insight, podrá comparar fácilmente cómo se comunican sus agentes menos exitosos en comparación con sus agentes más exitosos.

Noble Systems es un líder mundial en la industria de las comunicaciones con los clientes y ofrece soluciones innovadoras para las tecnologías de Contact Center, Workforce Engagement, Analytics y Gamification.

Decenas de miles de agentes en instalaciones de clientes en todo el mundo usan plataformas Noble para administrar millones de contactos de clientes cada día.

Noble ofrece un conjunto unificado de comunicaciones omnicanal entrantes, salientes y combinadas, planificación estratégica, gestión de recursos y herramientas de cumplimiento para empresas de todos los tamaños.

Muchas organizaciones ahora usan una combinación de servicios automáticos, automáticos y con tecnología de inteligencia artificial para ayudar a los clientes a servirse a sí mismos y luego unir a un grupo de personal altamente calificado que se enfrenta al cliente que puede ayudar a resolver todas las cosas incómodas y feas que son automáticas y automáticas. los sistemas no pudieron. Pero de manera crucial, estos "expertos en red" podrían estar sentados en cualquier parte del mundo, agregando valor en su especialidad dada.

Por lo tanto, usar herramientas de colaboración como la nube y comunicaciones unificadas y usar plataformas de colaboración como Microsoft Teams o Slack para compartir materiales y documentación y rastrear la comunicación dentro del grupo es clave. Y usar tecnologías de videoconferencia como Vidyó, para unirse como un equipo virtualizado para compartir los pensamientos e ideas y resolver cuál es la resolución, es importante. Por lo tanto, toda esta capacidad de colaboración permite y alienta al personal a tener la capacidad de trabajar desde casa, lo que significa que menos trabajadores hacen un viaje diario y una instalación de oficina central más pequeña, que requiere menos consumo de energía para funcionar.

La crisis actual muestra sin lugar a dudas que la capacidad de trabajar desde casa está aquí y es real. Incluso antes de los acontecimientos de los últimos meses, la opción de trabajar desde casa ya se estaba utilizando mucho más en la industria de los centros de contacto que antes, y la situación actual la ha acelerado significativamente. Hoy en día, trabajar desde casa es una necesidad en tiempos oscuros y difíciles, pero a largo plazo los beneficios que los centros de contacto pueden obtener en términos de mayor flexibilidad y agilidad probablemente sean de gran alcance.



DESARROLLAR UN AMBIENTE COLABORATIVO DE CONTACT CENTER ECOLÓGICO Y SUSTENTABLE

En el futuro, es probable que veamos más y más centros de contacto que busquen crear un marco de pago, gestión y medición que permita y aliente activamente a las personas a trabajar desde casa cada vez más de manera flexible.

MIRANDO HACIA EL FUTURO

Cuando buscamos encapsular la demanda de los consumidores para que las empresas se vuelvan más ecológicas y sostenibles para el medio ambiente, es poco probable que desaparezcan. Es probable que veamos más empresas grandes siguiendo el liderazgo de Microsoft y facilitando iniciativas audaces para ayudar a contrarrestar el cambio climático.

Ya existen tecnologías que permiten que este movimiento impulse la eficiencia ambiental, no solo la nube, aunque es importante, sino también las plataformas de comunicaciones unificadas y la capacidad asociada de ejecutar soluciones de voz sobre IP y usar conectividad mejorada para enrutar las interacciones hacia el medio y hacia atrás oficinas.

Los clientes pueden ser autoservicios, los bots pueden ejecutarse, la infraestructura de la nube está ahí, las comunicaciones unificadas allí, al igual que la capacidad de conectar expertos de red dentro y fuera de su organización para ayudar a resolver los problemas de los clientes, al igual que la capacidad de ejecutar una plataforma social de servicio al cliente .

Reconozcamos que hay desafíos, esta es una industria preocupada por los altos niveles de rotación de personal, los altos costos de capacitación y los altos niveles de absentismo.

Los gerentes de los centros de contacto a veces son reacios a dejar que su personal trabaje desde casa. La crisis actual ha creado un cambio de perspectiva. Estos son tiempos difíciles y problemáticos, pero a largo plazo, si el cambio a la tarea se mantiene, ayudará a garantizar que la industria del centro de contacto pueda hacer todo lo posible para ayudar a reducir el cambio climático y traer beneficios para ellos, su personal y el planeta.

Por Jeremy Payne



LIBERA ASPECT WORKFORCE OPTIMIZATION VERSIÓN 20

El centro de contacto está bajo mayor presión para estar de pie y entregar en estos días. Desde que abandonaron la oficina, se presentan innumerables obstáculos a las organizaciones y a su personal para mantener un excelente estándar de productos, servicios y soporte. Afortunadamente, para el servicio al cliente existe el centro de contacto en la nube.

Promocionando una interfaz de usuario móvil rediseñada y mejorada de la fuerza laboral, un acceso más rápido y fácil de usar para los informes de rendimiento y las integraciones de la nube pública Aspect presentó la versión 20 de Aspect (News - Alert) Workforce Optimization

Además de las mejoras mencionadas anteriormente, Aspect realizó el nuevo lanzamiento con funcionalidad extendida en la nube como interfaces estandarizadas para plataformas de centros de contacto en la nube como NICE inContact, Twilio Flex o Five9 (News - Alert); simplificó la migración de datos y aumentó la escalabilidad de la nube de Microsoft Azure a 15,000 usuarios, lo que coincide con la capacidad actual de la nube de AWS.

Los miembros del equipo pueden administrar fácilmente las notificaciones desde dispositivos móviles o computadoras de escritorio, y pueden administrar fácilmente la interfaz para una productividad óptima. Los mapas de calor ofrecen a la administración la capacidad de identificar instantáneamente los niveles de rendimiento de los agentes, para luego adaptar la capacitación y el entrenamiento o entregar honores. La versión 20 cuenta con características de inteligencia artificial más robustas para abordar la agilidad del cronograma.

"Ahora, más que nunca, los servicios de Contact Center tienen una gran demanda ya que los consumidores manejan prácticamente todo en línea. Ir a 'la oficina' tiene un nuevo significado, y los agentes deben poder trabajar desde cualquier lugar", dijo Michael Harris, Director de Marketing de Aspect. "Nuestra nueva versión 20 de WFO responde a la llamada".

BRITA OPTIMIZA Y PERSONALIZA OPERACIONES EUROPEAS INTEGRANDO ERP Y CRM



IFS (compañía global de aplicaciones empresariales) anunció que BRITA, una de las compañías líderes en optimización y personalización de agua potable, ha seleccionado su solución de gestión integral. La herramienta será utilizada por el personal de servicio al cliente y de campo de BRITA en Alemania, Francia, Suiza, Benelux y el Reino Unido y se integrará completamente con los sistemas existentes de planificación de recursos empresariales (ERP) y gestión de relaciones con el cliente (CRM) de la compañía.

En palabras de Marcus Pannier, Director Gerente de IFS, Alemania, Suiza y Austria: "Nos honra trabajar junto a una marca tan reconocida a nivel mundial como BRITA. En todo el mundo, los fabricantes de vanguardia como BRITA están buscando estrategias de servicio. En IFS, hemos anticipado este cambio y estamos listos para equipar a los clientes con un software empresarial robusto diseñado para mejorar la eficiencia de la fuerza laboral y al mismo tiempo salvaguardar una excelente experiencia del cliente".

SOLUCIONES DE AVAYA PARA SEGUIMIENTO DE CONTACTOS

AVAYA
The Power of We™



El Gobierno de la Ciudad de México implementó el Programa de Detección, Protección y Resguardo de Casos COVID-19 y sus contactos con las soluciones de Seguimiento de Contactos de Avaya.

Contact Center, CPaaS (plataforma de comunicaciones como servicio) y las soluciones de Comunicaciones Unificadas son tecnologías clave que permiten a las organizaciones globales escalar capacidades de rastreo de contactos de manera rápida y eficiente, y con una población de casi nueve millones de habitantes, el Gobierno de la Ciudad de México está recurriendo a sus socios tecnológicos de confianza para satisfacer sus necesidades.

Locatel ha adicionado 1,500 agentes incluidos 130 médicos dedicados al programa las 24 horas del día, los 365 días del año.

Los médicos realizan videollamadas, monitoreo de la salud, coordinación entre múltiples proveedores de atención médica y hospitales, y brindan servicios de consulta que incluyen apoyo a personas con comorbilidades que los ponen en mayor riesgo.

Avaya proporciona la plataforma de Comunicaciones y Colaboración para los Contact Center de Locatel como parte de su transformación a un Centro de Contacto Inteligente para modernizar y brindar mejores experiencias a los millones de ciudadanos que confían en sus servicios.

El programa realiza 2,700 pruebas cada día en 117 centros de salud en la Ciudad de México; con sistemas de rastreo, notificación y monitoreo para mitigar los impactos de la pandemia.

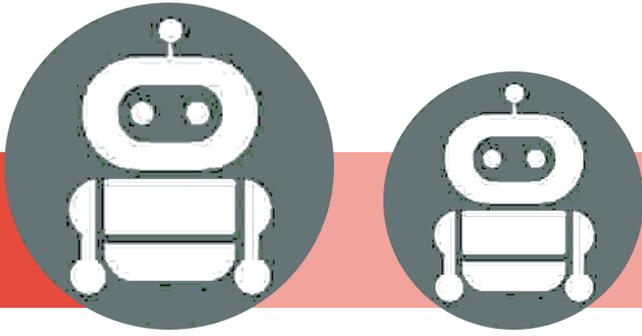
CALL CENTER DE APOYO ALIMENTARIO

Más de 100 mil solicitudes de apoyo alimentario vía telefónica recibió el call center del programa Jalisco Sin Hambre, operado durante 90 días por el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) Jalisco, el cual concluyó sus operaciones tras dar respuesta al 80% de los folios.

DIF Jalisco informó que las personas que ya tienen su folio se les hará entrega de su despensa en los próximos días, a través de llamada del personal de este organismo asistencial y de los DIF municipales quienes les notificarán el día, hora y lugar para recoger su apoyo.

La línea 30 30 46 36 fue habilitada el pasado 15 de abril con el fin de hacer llegar alimento a las familias en situación de vulnerabilidad tras el cierre de la actividad económica a raíz de la pandemia por el coronavirus.

El call center inició con 14 líneas telefónicas. Debido al incremento en la demanda de apoyos, se habilitó un número telefónico y tres áreas más, donde se llegó a ofrecer atención simultánea a un total de 60 beneficiarios.



LA CRECIENTE UTILIDAD DE LOS CHATBOTS

El chatbot del BBVA en México ha realizado un aproximado de 1.7 millones de transacciones, desde el 2019. Forma parte de una tendencia para asistentes virtuales a resolver las solicitudes y preguntas de los clientes.

Los Asistentes virtuales generan beneficios para el usuario gracias a una comunicación transaccional 24/7, pero para el banco requieren un planeamiento cuidadoso para incorporarlos a la estrategia de comunicación. En el centro de contacto de BBVA México, el 80% de las llamadas son para resolver temas muy similares, lo cual habilita la necesidad del chatbot.

En palabras de Hugo Nájera, jefe de desarrollo de negocios y banca digital: “Creo que tenemos que dejarle al chatbot todas aquellas acciones que fácilmente la IA puede ir entrenando, y empezar a hacer los reskillings en las personas físicas abocadas

a la atención, para que hagan las cosas que aún requieren un nivel de asesoría de mayor envergadura.”

Para los próximos cuatro años se espera que el tamaño del mercado de chatbots supere los US\$ 9 billones, con una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 29.7%. El 45% de clientes bancarios en Argentina, Brasil, Colombia y México emplea el chat de su banco para comunicarse con éste. Sin embargo, la cifra competía muy de cerca con el 44% que opta por llamar a un call center.

La elevada penetración de smartphones en la región, la tendencia creciente por asistentes virtuales y el aislamiento a nivel mundial son algunos de los factores que han hecho de los chatbots un canal de comunicación cada vez más popular.

79% DE LAS EMPRESAS MANTENDRÁ EL TELETRABAJO PASADA LA CUARENTENA

De acuerdo con la firma Atento, las empresas se percataron que el teletrabajo postcoronavirus puede ser una buena opción, esto debido a que comprobaron durante varios meses que pueden mantener estándares de calidad y eficiencia similares con sus empleados más motivados trabajando desde la protección de su casa.

En tal sentido, destacaron en un comunicado que el 79% de las empresas en México consideran ampliar el trabajo remoto una vez se termine el confinamiento.

Según lo que explican en el documento publicado, para Atento: “resulta bastante revelador que, tras la crisis, los clientes tengan tan claro que el trabajo remoto ha venido para quedarse.

Sin duda, vemos una gran oportunidad en la implantación a largo plazo del modelo de home office. Los resultados están demostrando que se pueden mantener los mismos estándares de calidad y eficiencia con empleados más motivados, aplicando herramientas de seguimiento adaptadas a la nueva situación”.

El escenario que prevé Atento está sustentado sobre la base de los resultados de una encuesta que aplicaron a varias compañías de diferentes sectores: retail, banca, seguros y telecomunicaciones. En este aspecto el 27% de los consultados prevé invertir más en aplicaciones móviles, mientras que el 23% lo hará en aplicaciones web y el 21% en invertirá en soluciones de contact center durante los próximos meses.



GSS DEL GRUPO COVISIAN SE EXPANDE EN LATINOAMÉRICA CON SU LLEGADA A COLOMBIA

COLOMBIA

La compañía GSS, perteneciente al Grupo italiano Covisian, presente en España y América Latina en servicios de outsourcing y en soluciones de contact center, anunció su llegada al mercado colombiano, como parte de su proceso de crecimiento y expansión en la región.

GSS Grupo Covisian es una multinacional con más de 17.000 colaboradores que ofrece servicios avanzados para la gestión de clientes, apoyados en las tecnologías más innovadoras. Llegó a América Latina en 2007, abriendo su primera sede en Lima, y hoy ya cuenta con 20 sedes y más de 150 clientes en todo el mundo.

La reciente adquisición del Grupo Avanza en Colombia le permitió abrir este nuevo mercado que supone un crecimiento inmediato de la presencia de GSS, puesto que desde este país se apoyará la operación local y de clientes en España, Chile, Perú, Puerto Rico y Estados Unidos.

RECOMENDADO:

Conozca soluciones digitales clave para la reapertura económica. Hay que decir que desde la compra de Avanza en noviembre de 2019, y a pesar de la situación global a causa del Covid-19, la compañía aumentó su personal de 800 a más 1.500 agentes y se espera tener un incremento superior al 35 % en este país.

Según Cesar López Pérez, CEO de GSS “se espera reforzar la posición del Grupo Covisian en el mercado de habla hispana y alcanzar una facturación a nivel grupo por encima de los 340 millones de euros”.

El directivo afirmó también que “con esta nueva operación en Colombia, se espera que en los próximos años Latinoamérica aporte el 70 por ciento del ingreso de GSS”.

Entre tanto, vale destacar que, en la región, Brasil ocupa la mayor parte del mercado de BPO con (33 %), seguido por México (15 %) y Colombia (13 %); los países de Centroamérica y el Caribe, representan juntos el 25 % del mercado.

Asimismo, Colombia ha tomado un importante liderazgo debido a factores como la disponibilidad, calidad y costo de mano de obra, conectividad, dinámicas de mercado, posición estratégica y apoyo gubernamental. Esta combinación de ventajas competitivas lo ha consolidado como uno de los mejores entornos de América Latina para la prestación de servicios de Contact Center y Centros de Servicios Compartidos (CSC).

RECOMENDADO

Invest in Bogotá cerró en 2019 su mejor año en atracción de inversión extranjera; TIC's gran jalonador. De acuerdo con la Asociación Colombiana de BPO (Business Process Outsourcing), en los últimos cinco años, este sector ha tenido un crecimiento acumulado de 14,7 %, genera cerca de 600.000 empleos y representa el 2,8 % del PIB.

El 80% de la fuerza laboral de este sector son jóvenes, Bogotá mantiene la más grande participación (43%) en plazas de empleo, muy por encima de Antioquia (16%), Valle del Cauca (8%) y Atlántico (5%).



COLOMBIA

**PODRÍAN SER 130.000
AGENTES DE
'CONTACT CENTERS'
AL FINAL DEL AÑO**

En medio de la crisis de desempleo que vive el país, las compañías de BPO (Business Process Outsourcing) tienen planes de crecimiento y generación de empleo. El cálculo es de 16.000 nuevos puestos en los próximos seis meses.

Un encuesta de la Asociación Colombiana de BPO con la agencia de promoción de inversión extranjera Invest in Bogota y la compañía Talentu, dice que son 15.986 personas las que el sector emplearía. Serían 9.498 puestos en Bogotá, 3.098 en Medellín, 1.150 en Barranquilla y 765 en el Eje Cafetero.

Ana Karina Quessep, presidenta Ejecutiva de la Asociación Colombiana de BPO (BPrO) consideró que "el país se ha convertido, cada vez más, en un destino muy atractivo para las empresas de este sector y para sus clientes locales y multinacionales. La ubicación geográfica, ser una industria consolidada y posicionada en la región, disponibilidad de mano de obra calificada, costos más competitivos en la región, una población en edad de trabajar de 39,6 millones de personas, alta capacidad de educación superior, infraestructura y su madurez legal, son algunos aspectos que hacen poner los ojos sobre el país en Latinoamérica".

Por su parte, Flavia Santoro, presidenta de ProColombia, indicó que "este sector BPO sigue adelante con su internacionalización y está en constante crecimiento. Tiene una tasa anual de aumento en sus ingresos de 3,8% de aquí al 2022, según Frost & Sullivan. Asimismo, Colombia es el tercer país con más agentes de contact centers en la región con cerca de 124.000 y se estima que para 2020 supere los 130.000. Esto se suma al hecho que el país cuenta con experiencia exportadora y gran posicionamiento regional, al representar el 13,1% de las ventas de contact center en la región en el 2019".

OPORTUNIDADES

La multinacional de contact center GSS, del italiano Grupo Covisian, especializada en servicios de outsourcing y soluciones de contact center, oficializa su entrada a Colombia, tras la adquisición - a finales del 2019- del Grupo Avanza.

Podrá atender la operación local y de clientes en España, Chile, Perú, Puerto Rico y Estados Unidos. Desde la compra de Avanza en noviembre de 2019, y a pesar de la situación global a causa de la covid-19, la compañía aumentó su personal de 800 a más 1.500 agentes. César López Pérez, CEO de GSS, dijo que "con esta nueva operación en Colombia, se espera que en los próximos años Latinoamérica aporte el 70 por ciento del ingreso de GSS".

La llegada de esta empresa es una muestra de la posición que juega Colombia como hub de BPO en las región y de las perspectivas para generar empleo. César López, de GSS, explica que "Colombia ha tomado un importante liderazgo debido a factores como la disponibilidad, calidad y costo de mano de obra, conectividad, dinámicas de mercado, posición estratégica y apoyo gubernamental. Esta combinación de ventajas competitivas lo ha consolidado como uno de los mejores entornos de Latinoamérica para la prestación de servicios de Contact Center y Centros de Servicios Compartidos (CSC).

El confinamiento que afecta la prestación de servicio de manera presencial, hacen que las empresas busquen soluciones remotas. Estados Unidos es un cliente importante.

Firmas establecidas como Teleperformance, las antioqueñas Konecta Colombia y One Link, y la barranquillera Atlantic BPO, dicen que gracias a nuevos clientes internacionales tienen planes de generar empleo.

Konecta Colombia, proveedor de servicios de outsourcing, dice que este año incrementará puestos de trabajo gracias a su nueva plataforma Konecta Cloud, que permite la labor remota.

Andrés Bernal – CEO de Teleperformance CGP (Colombia-Guyana-Perú), firma de outsourcing que trabaja en sectores de salud, transporte, energía, alimentos, servicios, entretenimiento, entre otros, genera 4.000 puestos. "Esperamos un aumento de ingresos entre 25% y 30%, y en términos de creación de empleo deberíamos estar por encima de los 6.000 puestos de trabajo al final del año", dijo.

INGRESOS DE HOTELES CAEN 93,5% MIENTRAS LOS DE CONTACT CENTERS SUBEN 11,9%

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) colombiano publicó resultados de las encuestas mensuales de servicios y del sector hotelero. Se observa un comportamiento negativo en diversos sectores como es el caso de servicios y el hotelero. En el primer grupo solo 2 de los 14 sectores analizados tuvieron crecimiento, destaca el de contact centers cuyos ingresos aumentaron en un 11,9%.

En mayo de 2020, la tasa de ocupación hotelera fue 7,9%, cifra inferior en 47,3% frente a la registrada en mayo de 2019, esto como resultado de las medidas de aislamiento obligatorio y suspensión de actividades turísticas. Los ingresos reales de los hoteles disminuyeron 42,7% en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Los contact centers registraron

un crecimiento de 11,9% en los ingresos nominales, el personal ocupado total presentó un crecimiento de 10,5% y los salarios registraron un crecimiento de 4,1%, en comparación con mayo del año pasado.

El otro sector que creció fue el de servicios de desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos registraron un crecimiento de 0,3%.



COLOMBIA

DESPEGA LA BANCA WHATSAPP

Los brasileños usan la aplicación de mensajería para chatear con el robot de Bradesco y renegociar la deuda en el Banco do Brasil, a medida que la banca digital avanza.

La aplicación de mensajería más popular de América Latina está adquiriendo cada vez más importancia para los bancos que quieren tratar con clientes en su territorio. Y los clientes están respondiendo con entusiasmo, según los últimos informes financieros de los bancos.

Los clientes del Banco Bradesco utilizaron WhatsApp para consultar el bot de chat, alimentado por inteligencia artificial del banco, 88.5 millones de veces el año pasado. Eso es un aumento de 16 veces en comparación con las interacciones de WhatsApp del año anterior. Más de 3,5 millones de clientes han interactuado con el banco a través de su servicio WhatsApp, dijo Bradesco en sus resultados financieros de 2019, publicados a principios de este mes.

BRASIL



El aumento de las interacciones bancarias basadas en WhatsApp se produce a medida que los bancos de toda Latinoamérica trabajan en mejores formas de ofrecer servicios a los clientes. Los bancos se están moviendo más allá de sus propios espacios de marca, y hacia las aplicaciones y plataformas que sus clientes utilizan diariamente.

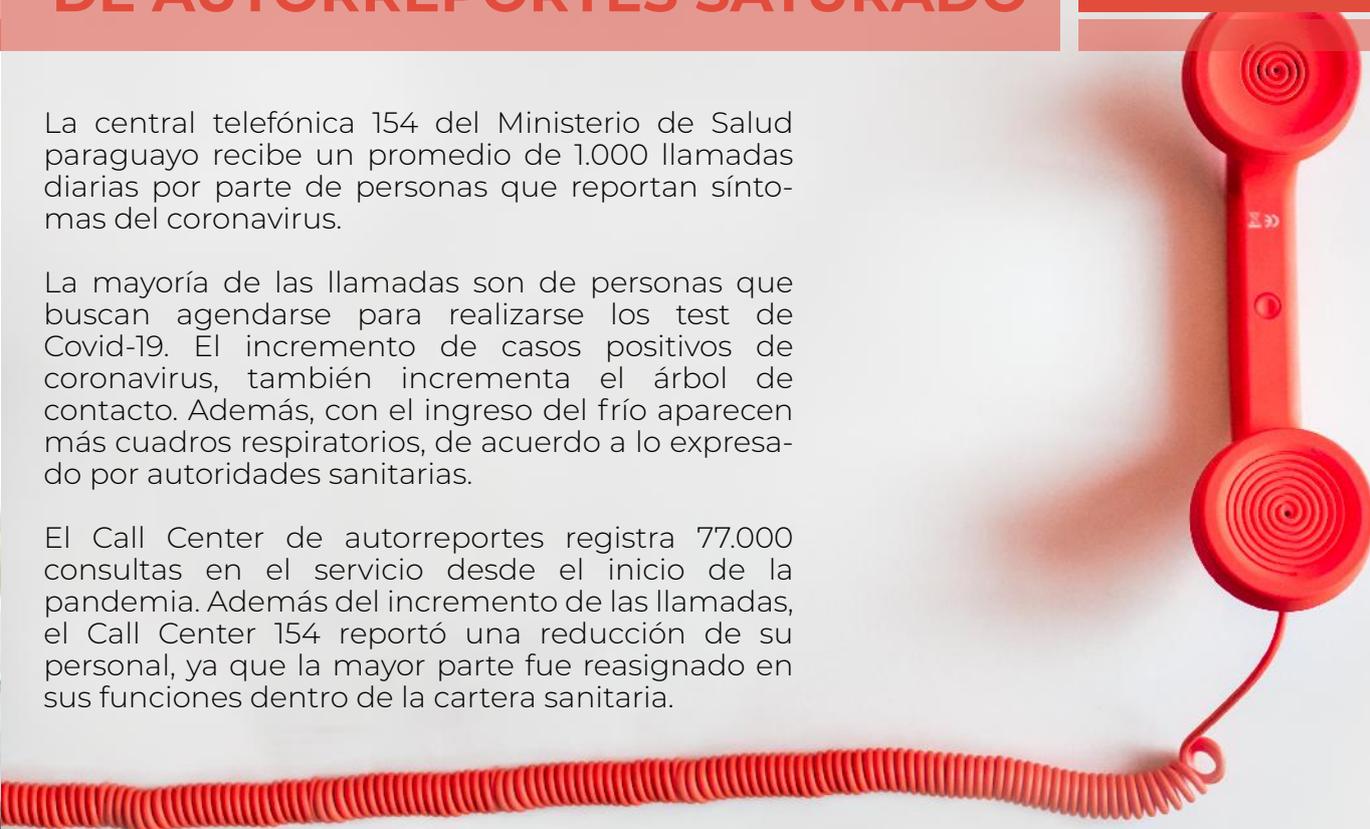
CALL CENTER DE AUTORREPORTES SATURADO

La central telefónica 154 del Ministerio de Salud paraguayo recibe un promedio de 1.000 llamadas diarias por parte de personas que reportan síntomas del coronavirus.

La mayoría de las llamadas son de personas que buscan agendarse para realizarse los test de Covid-19. El incremento de casos positivos de coronavirus, también incrementa el árbol de contacto. Además, con el ingreso del frío aparecen más cuadros respiratorios, de acuerdo a lo expresado por autoridades sanitarias.

El Call Center de autorreportes registra 77.000 consultas en el servicio desde el inicio de la pandemia. Además del incremento de las llamadas, el Call Center 154 reportó una reducción de su personal, ya que la mayor parte fue reasignado en sus funciones dentro de la cartera sanitaria.

PARAGUAY



CALL CENTER INFORMA RESULTADOS DE PRUEBAS PCR

HONDURAS



La Secretaría de Salud del país centroamericano habilitó un call center con varios números de teléfono en San Pedro Sula para que los ciudadanos que padecieron de covid-19 puedan agendar una cita y les practiquen la prueba de control y también para que quienes se hicieron por primera vez la PCR conozcan el resultado.

Asimismo se notificó que se han habilitado cuatro líneas telefónicas para que la población pueda hacer las consultas vía WhatsApp.

Esta acción complementa la de las brigadas que buscan pacientes sospechosos que están desplegadas desde el inicio de la pandemia, en los 11 municipios del país y con 50 equipos de respuesta rápida que hasta ahora han visitado 38,907 viviendas y más de 100,000 habitantes intervenidos.

INVOITION LANZA CANAL ONLINE PARA APOYAR A PYMES'S

INVOITION creó la primera y única herramienta online homologada que permite a cualquier MiPyMe gestionar el cobro en el mismo día. La Factura de Crédito desde su inicio se presentó como un instrumento financiero de alto impacto, sobre todo por su probada robustez.

Desde su nacimiento, el instrumento demostró un marcado crecimiento a pesar de la economía en recesión; continuidad operativa durante el cambio de gestión de gobierno e inicio de la pandemia (mientras otros instrumentos se detuvieron completamente) y permanente tendencia a la baja de tasas de manera natural, sin necesidad de subsidios y garantías forzadas como sucede con el cheque. Inclusive, la operatoria evolucionó alcanzando una simplicidad extrema. En ese sentido, INVOITION lo sabe muy bien. La firma creó la primera y única herramienta online homologada que permite a cualquier MiPyMe, independientemente de su capacidad crediticia, nivel de facturación, banco con que opere o conocimientos técnicos en la materia, crear una cuenta online, auto gestionarla y comenzar a administrar, descontar y gestionar el cobro de Facturas de Crédito Electrónicas en el mismo día.

"En la actualidad estamos sustentando la mayor cantidad de las operaciones de descuento de Facturas de Crédito electrónicas en el mercado argentino.



ARGENTINA



Concretamos nuestra primera operación hace un año y desde ese momento no paramos. Probablemente seamos uno de los equipos de personas con mayores conocimientos técnicos-operativos en la materia y con mayor experiencia", destacó Bruno Cosentino, CEO y Co Fundador de la plataforma.

"Sabemos que, en nuestro país, desde la puesta en marcha de este Régimen, cerca de 1.000.000 de Facturas de Crédito, por un monto promedio aproximada de \$350.000, podrían haber sido descontadas por unas 200.000 Pymes y Monotributistas, pero no lo hicieron por dos fundamentales motivos: no se enteraron de que podían y sintieron no tener los conocimientos técnicos necesarios para operar el instrumento. El mundo del descuento de Facturas ya no es el mismo. Es mucho más simple que hace un año, mucho más democrático, al alcance de cualquiera. Éste es el verdadero desafío, permitir que todo el mundo sepa. Es por todo esto que decidimos hacer público nuestro conocimiento y crear un canal abierto, online y gratuito, de consultas para quien lo necesite", agregó el ejecutivo.

En rigor, se trata de un canal de WhatsApp en donde los expertos de la plataforma atenderán todo tipo de preguntas asociadas exclusivamente con la operatoria de Facturas de Crédito Electrónicas provenientes de MiPyMEs o Grandes Empresas.

"En principio lo mantendremos así dos meses, para luego evaluar si dejarlo permanentemente activo. Todas las MiPyMe tienen que saber de este instrumento y cómo evolucionó, sobre todo por el impacto que puede tener en las finanzas de cada negocio en esta profunda crisis", explicó su CEO. El servicio estará presente en el sitio de la plataforma www.invoition.com y sus redes sociales, pero abierto a todo tipo usuarios.

LAS COOPERATIVAS SE POSTULAN COMO VEHÍCULO PARA LLEVAR INTERNET A BARRIOS POPULARES EN ARGENTINA

ARGENTINA



La Cámara de Cooperativas de Telecomunicaciones (Catel), la Cooperativa de Provisión y Comercialización de Servicios Comunitarios de Radiodifusión (Colsecor) y la Federación de Cooperativas de Electricidad y Servicios Públicos de la Provincia de Buenos Aires (Fedecoba) presentaron un plan al gobierno argentino para ocuparse de la provisión del servicio de Internet en 358 barrios populares de todo el país.

La propuesta surge a partir de la resolución nacional 477/2020. La normativa modifica la ley que detalla los alcances de los Fondos de Servicio Universal y añade la posibilidad de ejecución directa en circunstancias excepcionales. En este contexto crea el Programa de Emergencia para garantizar el acceso a servicios TIC para habitantes de barrios populares en el marco de la pandemia y aprueba un presupuesto de 100 millones de pesos (1,4 millones de dólares) para su ejecución.

Las tres entidades representan más de 400 cooperativas con presencia en todas las provincias del país.

De los barrios populares a los que se alcanzarán, 158 son parte de los conglomerados del Gran Buenos Aires, Gran Rosario y Córdoba.

Las partes señalaron que sus asociados se encuentran “en condiciones de ejecutar eficientemente proyectos de despliegue de redes de fibra óptica tipo FTTH/GPON y/o redes wireless tipo Carrier-Grade WiFi en los barrios populares de sus zonas. Contarán con el apoyo institucional correspondiente y con los aportes no reembolsables dispuesto por el Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom) para tal fin”.

En esta propuesta se mezclan varios puntos que habitualmente son parte de las discusiones del sector. Por un lado, la relevancia de los pequeños para llevar Internet a sitios remotos o no atendidos por el resto y, por el otro, la decisión local de modificar la ejecución de los fondos sectoriales pero para planes que atañen al sector, un tema que en este momento está en discusión en otros países como Costa Rica. Así las cosas, el contexto obliga a nuevas estrategias y las cooperativas se preparan para ejecutarlas en Argentina.

¿QUÉ COSAS DEBEMOS SABER SOBRE CHINA, AMÉRICA LATINA Y 5G?

La importancia tecnológica de la implementación de las nuevas redes de tecnología móvil 5G se ha visto algo opacada en los reportes de prensa por los esfuerzos de Estados Unidos de impedir que las compañías de China adquieran una porción de este mercado. Washington ha presionado a sus aliados para que no usen los equipos del gigante de las telecomunicaciones Huawei en las redes 5G y está teniendo éxito, particularmente en Europa. Sin embargo, en América Latina, muchos de cuyos países tienen negocios con Beijing, el resultado podría ser otro.

¿QUÉ COSA ES LA TECNOLOGÍA 5G?

El término 5G no es otra cosa que “quinta generación” de conectividad de internet móvil, la cual permitirá descargas mucho más rápidas, una cobertura mucho más amplia y conexiones más estables.

¿QUIÉN LLEVA LA DELANTERA EN EL DESARROLLO DE ESTA TECNOLOGÍA?

China lleva la delantera en el lanzamiento de estas redes, con servicios 5G en más de 50 ciudades del país. Está previsto que todo el mundo utilice esa conectividad para 2025.

Huawei es una empresa de telecomunicaciones china que fue fundada en 1987 por Ren Zhengfei, un exoficial del ejército quien comenzó fabricando equipos de comunicaciones para redes de telefonía móvil y actualmente es un líder mundial del sector. Actualmente es el segundo proveedor de teléfonos inteligentes del mundo después de Samsung y por delante de Apple y otros.

¿QUÉ SUCEDERÁ EN AMÉRICA LATINA?

La disponibilidad de la tecnología actual 4G varía notablemente en América Latina y su adopción y su uso real en la región sigue siendo relativamente bajo.

De acuerdo con un artículo publicado en el sitio The Dialogue en diciembre de 2019, como hasta ahora la implementación de 5G solo existe en un número limitado de mercados globales, como China, Corea del Sur y Estados Unidos, son pocos los países latinoamericanos que está tomando medidas para una eventual implementación de 5G. Entre ellos se menciona a México, Brasil, Uruguay, Chile y Argentina.

The Dialogue dice que los operadores de móviles de la región, como América Móvil y Millicom, probablemente se focalicen en construir sus redes 4G antes de invertir ampliamente en nuevas tecnologías.

¿HAY TEMORES A HUAWEI EN AMÉRICA LATINA?

Latinoamérica parece estar más centrada en lograr el acceso a tecnologías de telecomunicaciones de alta velocidad que en la posibilidad de vigilancia y otros riesgos para la seguridad desde China, afirma The Dialogue.

Para la mayor parte de América Latina, el interés en atraer inversiones chinas es inquebrantable, ya sea en telecomunicaciones u otras industrias, y Huawei está priorizando su presencia en América Latina por esta misma razón.



EL COVID-19 ACELERA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EL IMPACTO EN AMÉRICA LATINA

La irrupción del covid-19 a principios de este año, y particularmente a partir de marzo en América Latina, está planteando una serie de desafíos absolutamente impensados hace tan solo seis meses. A diferencia de otras crisis como la del año 2000, o las provocadas por escasez de espectro, lo inédito de esta situación es que los acontecimientos se desarrollaron en el lapso de unas pocas semanas y se encontraron con el ecosistema TIC respondiendo de manera formidable, demostrando la robustez de las redes e infraestructuras y potenciando actividades que permiten amortiguar muchos de los efectos de la pandemia en la salud y la economía.

Ya desde las primeras semanas de confinamiento los operadores fijos y móviles enfrentaron incrementos de tráfico de hasta el 50 por ciento, así como cambios en los patrones de uso sin mayores complicaciones. Esto básicamente obedece al comportamiento del lado de la demanda, ya que tanto las empresas como los usuarios adoptaron rápidamente estrategias de uso de tecnología para sostener sus actividades.

Algunas de las herramientas utilizadas, a las que a esta altura podemos llamar los “ganadores” dentro de las desgracias que nos deja el covid-19, son por ejemplo las aplicaciones colaborativas, que han visto crecer hasta 200 por ciento la cantidad de usuarios y tráfico. El e-commerce en todas sus formas también es otro de los beneficiados: alimentos, artículos de cuidado personal, informática y libros son las categorías de mayor crecimiento, en algunos casos superando el 50 por ciento.

El cloud merece un párrafo aparte. La infraestructura en la nube y su rol como soporte de aplicaciones aporta la flexibilidad necesaria para —y se está demostrando— ser una verdadera herramienta de “business continuity”.

Quedarse en casa también nos ha dado tiempo libre para el entretenimiento digital. La plataforma de streaming Disney+ reportó un crecimiento de suscriptores de casi el 50 por ciento durante la pandemia y, por su parte, tanto Amazon Prime como Netflix incrementaron el ritmo de nuevos clientes más del 60 por ciento.

Haciendo foco en nuestra región, en líneas generales estamos experimentando todos los efectos mencionados a nivel global. Sin embargo, y dadas



las características y el estado de evolución de cada servicio, resulta interesante remarcar algunos aprendizajes y oportunidades que América Latina debería aprovechar a la salida de la pandemia. Uno de los grandes aspectos pendientes de Latam, que se ha puesto de manifiesto ahora, es el de la baja bancarización de la población, lo que ha hecho difícil para el sector más vulnerable el acceso a asistencia económica sin poner en riesgo su salud. La base instalada de smartphones provee una plataforma inmejorable para el despliegue de soluciones de e-banking y mobile money, pudiendo ayudar a estas personas a mejorar el acceso a productos financieros, crédito y el comercio electrónico.

El impulso que ha recibido el e-commerce como estrategia de supervivencia, particularmente de las pequeñas y medianas empresas, dejará un legado de transformación muy importante.

Las pymes representan un 30 por ciento del PBI y generan casi la mitad de los empleos. Sin embargo, solo una cuarta parte del volumen de ventas es digital, mientras que en Estados Unidos está cerca del 70 por ciento. Las deficiencias en la logística y seguridad en el pago son los principales factores a mejorar para que el comercio electrónico logre finalmente masificarse, ayudando a las pequeñas empresas a contar con un poderoso canal de comercialización que les permitirá ganar competitividad.

Finalmente, 5G abre una nueva ventana de oportunidad. Varias de las aplicaciones de 5G son específicas para industrias clave en la economía latinoamericana como la minería, la actividad petrolera y la agricultura. Los incrementos de productividad de algunos de los factores de producción pueden superar el 30 por ciento con el uso de 5G. Esto puede ayudar a nuestra región a dar un salto de competitividad que permita una recuperación más rápida el “día después” de la pandemia.

PROTOCOS DE CALL CENTERS APLICARÁN A BANCOS, ASEGURADORAS U OTROS QUE SE DEDIQUEN A VENTAS TELEFÓNICAS

PERÚ

Las empresas de los diferentes sectores industriales deberán cumplir los protocolos sanitarios establecidos por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) para las actividades realizadas a través de centrales telefónicas y call centers.

Las compañías que se dedican a la venta por departamento, aseguradoras, entidades bancarias, financieras, empresas de atención al ciudadano y aquellas que realizan servicios mediante las centrales telefónicas, deberán aplicar las medidas dispuestas para el trabajo en call centers que establece el protocolo sanitario sectorial para la prevención del COVID-19, para los servicios de telecomunicaciones.

Entre las medidas, se establece que las compañías deberán incrementar la frecuencia de limpieza y desinfección de sus áreas comunes, disponer gel antibacterial al alcance de todos los trabajadores, otorgar equipos de protección al personal, realizar controles de salud diariamente; así como evitar las aglomeraciones, entre otras disposiciones que permitan prevenir el contagio del coronavirus en sus instalaciones.

Para el registro de las empresas de su plan para la vigilancia, prevención y control del COVID-19 en el trabajo, el estado peruano dispuso el siguiente enlace: <https://saludtrabajo.minsa.gob.pe/>



CURSOS ONLINE

COMERCIAL Y VENTAS

¿Y SI APROVECHAS
EL TIEMPO
QUE ESTÁS
EN CASA?

- DIRECCIÓN COMERCIAL
- DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
- GESTIÓN COMERCIAL
- NEGOCIACIÓN COMERCIAL
- SERVICIO POSTVENTA
- TÉCNICAS DE VENTA PERSONAL



www.formantec.es



hola@formantec.es

formantec

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL NO ES UN FENÓMENO DE LA MODA

Hicham Chiguer es Tesorero General de La Asociación de Usuarios de Sistemas de Información en Marruecos (AUSIM) y Director de Sistemas de Información en Majorel Afrique. En esta entrevista realizada por el portal ausimaroc.com y traducida para ParadaVisual.com, habla de los retos que enfrenta el proceso de digitalización digital en Marruecos.

¿CUÁLES SON LAS VÍAS DE RECUPERACIÓN PROPUESTAS POR AUSIM?

AUSIM realizó 8 seminarios web para apoyar a sus miembros y a la comunidad de TI y digital. Hemos abordado temas como el BCP (Plan de continuidad del negocio), la comunicación de crisis, el teletrabajo... No somos inmunes a un retorno al encierro parcial o general, dependiendo de la situación de salud en el país. Para esto, es imprescindible preparar un plan de recuperación. Hemos propuesto ciertas vías para la recuperación, como capitalizar las plataformas digitales creadas durante este período de crisis, acelerar el movimiento y adoptarlo oficialmente y continuar este comienzo de inteligencia colectiva que surgió de forma natural y espontánea. También se trata de tomar medidas drásticas en los sectores vitales y prioritarios: salud, justicia, educación, gobierno electrónico...

¿CÓMO HA CAMBIADO LA ACTIVIDAD EL COVID-19?

La crisis de salud ha abierto los ojos de los líderes sobre la importancia de liderar la transformación digital dentro de las empresas públicas/privadas de las administraciones. Demostró las debilidades y la falta de madurez de nuestras infraestructuras en varias áreas. Hoy, existe unanimidad sobre la urgencia de esta transformación. ¡No es un fenómeno de la moda! AUSIM publicó, en septiembre pasado, un libro blanco que describe cómo liderar esta transformación digital en Marruecos con un análisis de la situación actual y testimonios de expertos, CIO y directores digitales, disponibles en nuestro sitio web.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PROBLEMAS Y DESAFÍOS RELACIONADOS CON LO DIGITAL?

En los últimos años, Marruecos se ha quedado atrás de otras naciones. Nuestro ritmo no está adaptado en comparación con la tendencia mundial. Recomendamos lanzar un grupo de trabajo para acelerar la digitalización en Marruecos al servicio del ciudadano. El 11 de junio, el CESE (Consejo Económico, Social y Medioambiental de Marruecos) consultó a AUSIM. El propósito de esta audiencia fue poder discutir nuestra visión y nuestras recomendaciones sobre inclusión digital.



¿QUÉ FALTA EN TÉRMINOS DE REGULACIÓN Y LEGISLACIÓN?

También debatimos este aspecto de la ley y la regulación con el CESE. Marruecos necesita fortalecer el sistema regulatorio y legal para facilitar el uso de las Nuevas tecnologías en beneficio de los ciudadanos. Creemos que es importante crear o fortalecer el marco regulatorio sobre firma electrónica para acelerar su generalización, sobre datos abiertos para construir un ecosistema que alimente a las partes interesadas, sobre el teletrabajo como una nueva forma de trabajar con ventajas integrado en el Código Laboral, y en la nube para alentar su adopción "Cloud primero".

¿CUÁLES SON LAS LECCIONES QUE SE PUEDEN APRENDER DE ESTA NUEVA CRISIS?

Tenemos la oportunidad de aprovechar el momento, ya que aquellos que lanzaron su transformación digital han demostrado su capacidad de supervivencia, resiliencia y continuidad comercial en varios niveles: administraciones públicas, empresas privadas y profesiones. liberal. Todos hemos visto cómo hemos salvado la educación con el aprendizaje a distancia gracias a digital, la ventanilla única digital con ADD que surgió durante este período de crisis y permitió el procesamiento de documentos durante aproximadamente quince administraciones. Tenemos un capital humano competente y competitivo, pudimos llevar a cabo proyectos en un tiempo récord, hubo una voluntad del gobierno de tomar medidas valientes. Es hora de mantener este impulso, tener éxito en el cambio digital y ganar impulso en un mundo donde las compañías digitales han degradado a las grandes compañías petroleras, automotrices y agroalimentarias. AUSIM siempre ha sido un precursor en el campo digital al lanzar debates constructivos y vanguardistas para alentar al ecosistema marroquí a adoptar las últimas tecnologías, y tener el coraje de liderar una transformación fundamental.

EL PRIMER SITIO 100% DIGITAL DE SEGUROS DE AUTOMÓVILES Y VIAJES



En una sociedad que cambia rápidamente, el corredor de seguros Beassur Marsh y el grupo Geomedia se complacen en anunciar el lanzamiento de AssurH24, el primer sitio de suscripción de seguros en línea. Este sector, todavía no muy inclinado a la digitalización, se acelera con esta plataforma innovadora que ofrece asegurar su vehículo o su viaje, al principio.

Ansioso por ofrecer las mejores ofertas y servicios para facilitar la vida cotidiana de los consumidores, el sitio AssurH24.ma es intuitivo y de fácil acceso para permitir a los usuarios de Internet obtener una cotización en 5 minutos o contratar un seguro de automóvil. o viaje, rápidamente, simplemente con unos pocos clics.

AssurH24.ma también ofrece suscribirse a su contrato por teléfono o directamente en su agencia ubicada en Casablanca. Un equipo de expertos también está disponible por teléfono para asesorar y apoyar a los clientes en su enfoque.

OFERTAS AL MEJOR PRECIO

Todos los nuevos clientes de AssurH24 se beneficiarán de ofertas prenegociadas al mejor precio.

El seguro de viaje se ofrece a 450 Dh por año para toda la familia (1 vehículo incluido), un precio competitivo para permitir que la mayor cantidad posible de personas viajen en paz.

Mientras tanto, el seguro de automóviles ofrece fórmulas igualmente atractivas adaptadas a todas las necesidades y presupuestos, desde 2239 Dh.

Como recordatorio, AssurH24 es el resultado de una asociación a gran escala entre el grupo Geomedia (H24Info, Plurielle, L'Officiel, etc.) y la firma de corretaje de seguros Beassur Marsh. Una alianza basada en un modelo innovador: Beassur Marsh aporta experiencia y recursos de seguros competentes y el grupo Geomedia proporciona sus espacios de promoción y su conocimiento en marketing en línea.

"Cada vez más marroquíes usarán Internet para contratar un seguro. Suscribirse a AssurH24 en línea le permite comprar más rápido, en cualquier momento y al mejor precio. En resumen, estamos ofreciendo una nueva experiencia del cliente que está más en línea con la digitalización y los nuevos hábitos en el consumo de servicios", dijo Mehdi TAZI, presidente y CEO de Beassur Marsh.



kaspersky

REPORTA 13.4 MILLONES DE CIBERATAQUES EN TRES MESES

Se detectaron 13.4 millones de ciberataques entre abril y junio de 2020 en Marruecos. Esto se refleja en el boletín trimestral de ciberseguridad de Kaspersky para el país.

La encuesta, realizada utilizando Kaspersky Security Network, pone de relieve tres tendencias principales, a saber: la ingeniería social en el que Marruecos está en 32º lugar a nivel mundial, las amenazas locales (48º en el mundo) y Servidores de roles alojados en el territorio (61º posición mundial).

Y, en general, el informe señala que los ataques a través de navegadores son el método principal para propagar malware.



CAPTUREDOC DIGITALIZACIÓN DE DOCUMENTOS SE ARRAIGA EN MARRUECOS



CaptureDOC

CaptureDoc se instala en Marruecos. El integrador de soluciones de robótica y transformación de documentos digitales del Grupo Outsourcia, ofrece un conjunto de servicios de automatización inteligente (captura cognitiva multicanal, automatización de procesos robóticos, gestión electrónica de documentos, firma electrónica, impresión inteligente, etc.) agrupados dentro de la misma plataforma escalable: Kofax Total Agility, de la cual CaptureDoc es el representante exclusivo en Marruecos y África francófona.

Claramente, la compañía apoya a las compañías en su transformación digital digitalizando sus flujos de documentos y rediseñando sus procesos comerciales. Por lo tanto, el desafío de CaptureDoc es generar costos más bajos para las tareas manuales de bajo valor, reducir los errores y finalmente mejorar la participación del cliente.



PANIERFRAIS

UNA PLATAFORMA DE E-COMMERCE PARA CONECTAR AGRICULTORES Y CONSUMIDORES

PanierFrais es una plataforma de comercio electrónico para conectar a los agricultores y residentes marroquíes de Casablanca. Panierfrais.ma ofrece entrega a domicilio de frutas y verduras frescas en menos de 24 horas desde 99 DHS.

Este sitio favorece productos frescos, locales y de temporada. El 99% de las frutas y verduras ofrecidas provienen de la agricultura local, con la excepción de algunas variedades, ampliamente consumidas por los hogares marroquíes, que el país no cultiva.

Para garantizar la frescura de los productos, la plataforma adopta un enfoque de stock cero. El suministro se realiza diariamente con los agricultores locales y los pedidos se mantienen frescos, en una habitación fría, hasta su envío el mismo día. Es este enfoque el que protege al consumidor y garantiza la calidad de los productos "desde la granja hasta la mesa", de acuerdo con el lema de PanierFrais.

Preocupado por la satisfacción y tranquilidad de sus clientes, este sitio es el único que ofrece la opción del horario de entrega. Esta funcionalidad optimiza el circuito de entrega y evita que los clientes realicen entregas repentinas y demoras inesperadas. Además, PanierFrais empaqueta y empaca cuidadosamente sus productos para

mantener su calidad y facilitar su almacenamiento en la recepción. La plataforma también garantiza a sus clientes precios competitivos actualizando sus precios cada 48 horas de acuerdo con los precios del mercado.

La misión de PanierFrais es doble: "promover el consumo marroquí apoyando a los pequeños y medianos agricultores locales y simplificar la vida de los habitantes de Casablanca evitando el estrés de las compras y ofreciéndoles un considerable ahorro de tiempo", subraya Jaafar Belkora, miembro fundador del sitio.

Agregó que PanierFrais.ma optó por un corto circuito al reducir los intermediarios en un enfoque eco-responsable y un espíritu de economía solidaria. De hecho, este circuito permite controlar la calidad de los productos, limitar el transporte y ahorrar dinero tanto para el agricultor como para el consumidor.

La plataforma tiene la intención de extender su servicio a otras ciudades en los próximos meses y desarrollar su oferta ofreciendo productos etiquetados como "residuo cero" en asociación con las federaciones agrícolas de acuerdo con las especificaciones para respetar mejor la salud de los consumidores.

MARRUECOS ES LA QUINTA ECONOMÍA MÁS FUERTE DE ÁFRICA

Nigeria figura en la parte superior de la lista como la mayor potencia económica en África, seguida de Sudáfrica, Egipto y Argelia.

El Banco Mundial ha revelado la posición de Marruecos como la quinta economía más fuerte de África en su clasificación de PIB recientemente lanzada en 2019. Los nuevos datos muestran a Marruecos con un PIB creciente que alcanzó un pico en 2019. Marruecos ocupó el puesto 59 a nivel mundial.

Nigeria figura en la parte superior de la lista como la potencia económica más grande de África, seguida de Sudáfrica, Egipto y Argelia.

Según el último informe del Banco Mundial, el PIB de Marruecos es de \$ 118,725 mil millones, lo que lo convierte en el único país entre los cinco principales de África con un PIB en continuo crecimiento en 2019.

El informe también reveló que los países dotados de recursos naturales, como petróleo, gas natural y minerales como fosfatos, cobalto y hierro, también tienen economías fuertes en términos de PIB. Sin embargo, los economistas predicen que las economías no diversificadas, altamente dependientes de la producción de combustibles fósiles, sufrirán un gran impacto en el PIB en 2020 debido a la fuerte caída de los precios del petróleo.

La clasificación sigue el préstamo del banco de \$ 500 millones a Marruecos, aprobado el 22 de junio y otorgado para apoyar el plan de Marruecos para impulsar la inclusión digital. El préstamo forma parte del Proyecto de Financiamiento de Políticas para el Desarrollo de la Inclusión Financiera y Digital (DPF) para impulsar los mecanismos que promueven la transformación digital en el país.

La asistencia llegó con el objetivo de reforzar la inclusión financiera. También está configurado para mejorar el acceso a infraestructura y servicios digitales competitivos.

Este proceso es una necesidad para Marruecos, como para muchos otros países, especialmente dadas las circunstancias especiales de la crisis de COVID-19, que provocaron un impulso para la digitalización.

Durante la crisis, "la transición digital de Marruecos se aceleró rápidamente, lo que demuestra la capacidad del país para una mayor ampliación", dijo el director del Banco Mundial del Magreb, Jesko Hentschel, expresando optimismo por las reformas de Marruecos.





MÁS DE 118.000 BUSCADORES DE TRABAJO INTEGRADOS EN EL MUNDO PROFESIONAL

Más de 118.000 solicitantes de empleo se han integrado en el entorno profesional como parte de los programas de promoción de empleo asalariado "IDMAJ" y "TAHFIZ", pilotados por la Agencia Nacional para la Promoción del Empleo y las Habilidades (AN-APEC), dijo en Rabat, el director de este organismo público, Abdelmounaïm Madani.

Al presentar el informe de actividades para el año 2019 a la junta directiva de ANAPEC, el Sr. Madani señaló que se realizaron 118.308 inserciones como parte de los programas de promoción de empleo asalariado "IDMAJ" y "TAHFIZ", un logro del 125% del objetivo para el año 2019 y un aumento del 9% en comparación con 2018. Los logros bajo el programa "IDMAJ" para el año

2019 ascendieron a 108.800 inserciones, dijo el Sr. Madani, señalando que 15.268 son parte de la colocación internacional (más de 6% en comparación con 2018).

Con respecto al programa "TAHFIZ", el director señaló que los protocolos de beneficios presentados y validados a nivel ANAPEC beneficiaron a 9.508 personas y 3.290 empresas.

Asimismo, señaló que para el año 2019, unos 120.600 solicitantes de empleo se beneficiaron de entrevistas de trabajo, 78.500 jóvenes de talleres de búsqueda de empleo y casi 7.200 empresas en el esquema de contrato de trabajo e inserción mejorada.

En cuanto al desglose por sectores de actividad, el Sr. Madani

indicó que el sector automotor sigue siendo el principal proveedor de empleos (31%), seguido de nuevas tecnologías de información y comunicación con ofertas recurrentes para operadores de centros de llamadas (12%), agregando que el sector agrícola, forestal y pesquero ocupa el cuarto lugar, pero su necesidad sigue dominada por perfiles poco calificados.

Con respecto a los proyectos de autoempleo, el gerente subrayó el lanzamiento de una misión relacionada con el enriquecimiento de la oferta del servicio de Auto Empleo en beneficio de los líderes de proyectos del mundo rural y el desarrollo de términos de referencia para su adaptación a las necesidades de los titulares de proyectos migratorios regularizados.

EL AMRC

QUIERE ESTABLECER EL TELETRABAJO COMO UN MÉTODO DE TRABAJO INNOVADOR

La Asociación Marroquí de Relaciones con el Cliente muestra su convicción de establecer el teletrabajo como un método de trabajo para los empleados del sector.

Es en este sentido que ha elaborado una declaración de intenciones que define 12 compromisos en los que los miembros firmantes tendrán que confiar para implementar el teletrabajo en las mejores condiciones. "Queremos establecer el teletrabajo como un método de trabajo innovador para las empresas firmantes, de manera sostenible, cuando sea posible, y contribuir a su desarrollo y al uso de métodos para promoverlo y hacerlo completamente efectivo", explica AMRC, que indica:

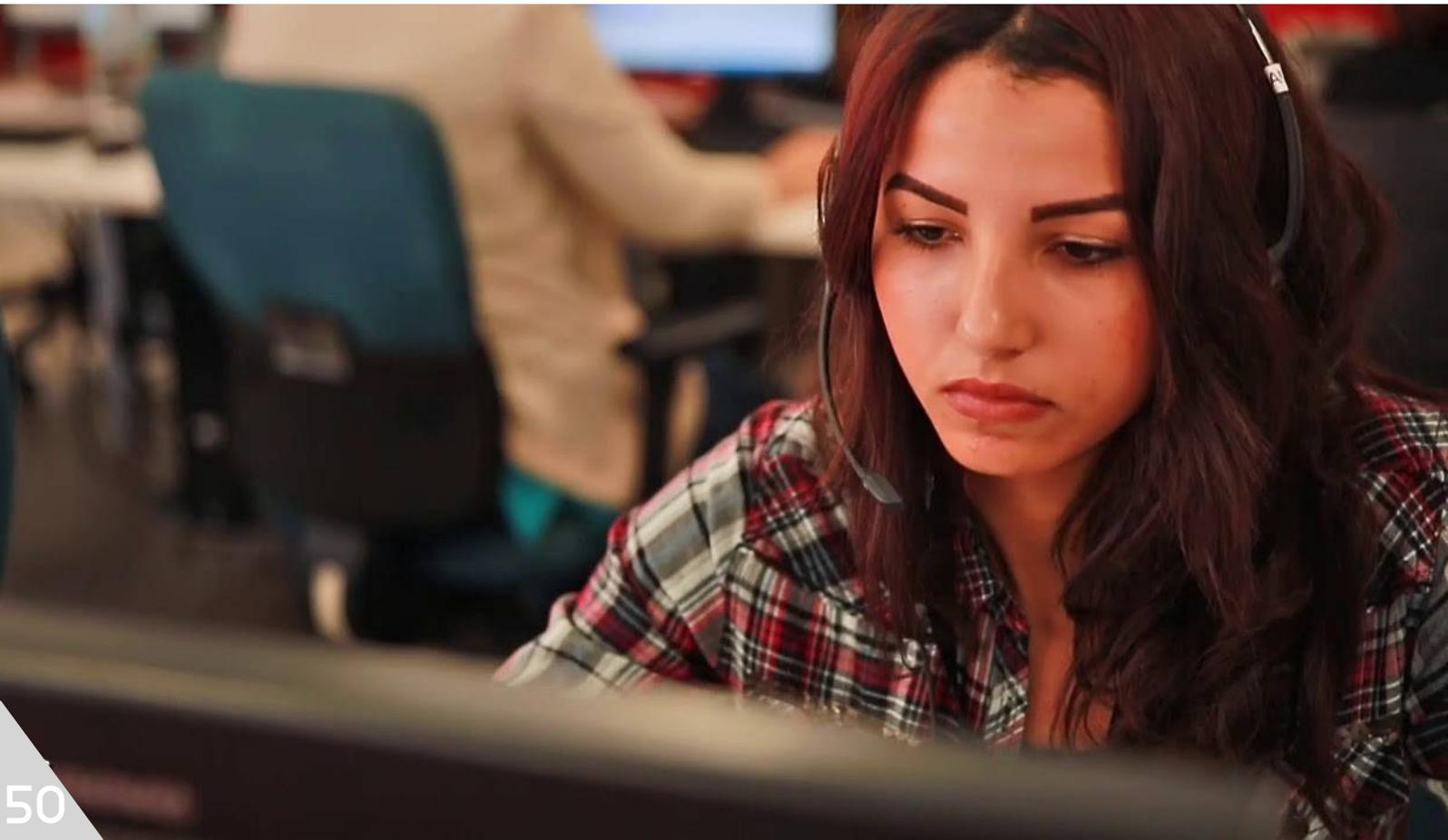
"Creemos que es importante ofrecer a nuestros empleados una organización de teletrabajo cuando esto sea posible, donde se reconozca el talento y el mérito personal, se valore la diversidad, se respete la privacidad y el equilibrio adecuado entre la vida laboral y personal y la vida personal tomada en cuenta".

De hecho, la declaración de intenciones ofrece un

conjunto de pautas de alto nivel destinadas a hacer que el teletrabajo sea accesible para los empleados, respetando plenamente los valores de la AMRC. "Esta declaración de intenciones no tiene fuerza de ley, la aplicaremos en ausencia de un marco legal que rijan el teletrabajo, nos comprometemos a respetar las intenciones de esta declaración en la implementación del teletrabajo en nivel de empresas miembros de AMRC."

"Esta declaración de intenciones no es definitiva, está sujeta a cambios en el futuro", subraya el AMRC. Así, entre las orientaciones citadas, encontramos "organización", "Acuerdo mutuo", "no discriminación", "equidad interna", "igualdad profesional", "vínculo social", "apoyo laboral", "desarrollo profesional", "regionalización del empleo", "vida privada" y "salud y seguridad".

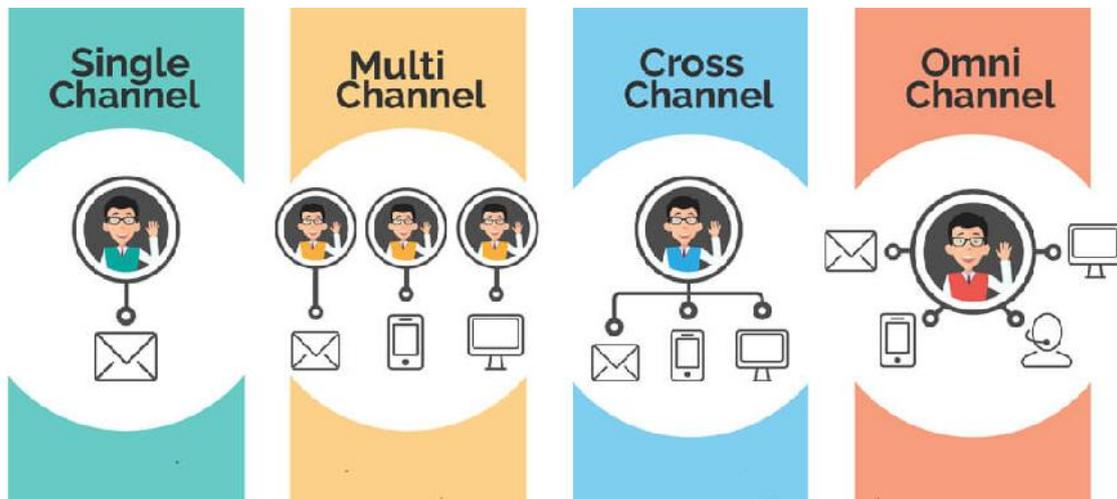
En ausencia de un marco legal específico que regule el teletrabajo en Marruecos, el AMRC ha iniciado un conjunto de disposiciones prácticas que permiten a sus miembros perseguir el teletrabajo más allá de la crisis de Covid-19 y hacerlo una palanca para el atractivo económico y social.





SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE MAROC INNOVA CON LANZAMIENTO DE SERVICIO OMNICANAL SOGÉ



Con esta oferta, SoGé se convierte en la primera oferta bancaria en Marruecos que ofrece lo esencial de la "banca diaria" a distancia y sin condiciones de edad o ingresos.

Está surgiendo un nuevo modelo relacional y se define como un banco en línea con varias promesas y un desafío clave: servir al cliente a distancia garantizando autonomía, simplicidad y seguridad. Lanzado por Société Générale Maroc y bautizado SoGé, este nuevo modelo se materializa a través de una agencia virtual que ofrece un servicio de recepción, escucha y asesoramiento en amplios horarios.

Se basa en una oferta de servicio omnicanal, que apuesta por una mejor proximidad relacional entre el cliente y su banco,

gracias al soporte personalizado proporcionado por un equipo de telebanqueros, que permanece accesible durante un horario extendido hasta las 8:30 p.m.

El banco insiste en querer contribuir humildemente al bienestar de los marroquíes y declara que varios estudios han demostrado una correlación directa entre la tasa de uso bancario y la mejora de las condiciones socio-económicas de las poblaciones, en particular a través de una mejor gestión de sus finanzas y amplio acceso a una gama de productos y servicios bancarios.

SoGé, con su oferta "Liberty", ofrece servicios bancarios gratuitos para todos los "sujetos a uso". SoGé completa así la gama de servicios de Société Générale Maroc, al satisfacer una mayor

necesidad de clientes en términos de autonomía, soporte personalizado y precios adaptados. De hecho, con esta oferta, SoGé se convierte en la primera oferta bancaria en Marruecos que ofrece lo esencial de la "banca diaria" a distancia y sin condiciones de edad o ingresos.

Entre las principales características de la solución SoGé, los clientes pueden beneficiarse de la accesibilidad de servicios exclusivamente en línea, en particular para los residentes extranjeros en Marruecos, la suscripción a la aplicación móvil Société Générale Maroc, la apertura de una cuenta corriente en dirhams y/o dirhams convertibles, una tarjeta bancaria nacional (Visa clásica, sin contacto) y asistencia personalizada a través del número dedicado 2288.



MAROC TELECOM MUESTRA SU RESISTENCIA

Maroc Telecom registra ingresos semestrales casi al mismo nivel en comparación con el mismo período del año pasado. A pesar del contexto de la crisis de salud, la compañía revela una facturación consolidada de 18.300 millones de DH a finales de junio de 2020, un ligero aumento del 2,7% en comparación con la primera mitad del año pasado.

En referencia a los resultados de medio año de Maroc Telecom publicado el lunes, esta estabilidad se justifica por el crecimiento de los datos móviles y fijos en Marruecos y en sus filiales. Muestra una facturación de 8,3 MMDH en el extranjero, un 6,3% más en comparación con 2019. Cabe señalar que el crecimiento de los servicios de Data Mobile y Mobile Money compensó con creces la disminución Ingresos de voz.

En Marruecos, las actividades del Grupo en términos de facturación alcanzaron los 10.520 millones de dirhams a finales de junio, mostrando una disminución de 1,8% en comparación con el mismo período en 2019. Y por una buena razón: la caída de CA Mobile debido al impacto de la crisis, en particular en las actividades de prepago y roaming internacionales entrantes, salientes. Esta disminución se ve mitigada por el aumento de los datos móviles y fijos.

TELECOM TIENE MÁS DE 68 MILLONES DE CLIENTES EN TOTAL

La base de clientes del Grupo aumentó un 9,1% en un año, llegando a 68,4 millones de personas a finales de junio de 2020. Este desarrollo se atribuye en parte a la integración de Tigo Tchad en el redil del Grupo desde el 1 de julio 2019. En Marruecos, los Parques Fijos e Internet registraron un crecimiento de 6.9% y 10.5% respectivamente. Según la misma fuente, las instalaciones de líneas de fibra óptica se están disparando (+40% de la flota FTTH). También deberíamos notar el crecimiento de la flota ADSL (+9%).

En términos de la flota móvil, el Grupo tiene 19,6 millones de clientes, un ligero aumento del 0,1% en un año gracias al aumento de la flota de pospago (+7,1%). Resulta que la rotación móvil ha bajado un 2,6%, registrando 6.77 mil millones de dirhams.

GESTIÓN DE COSTES OPTIMIZADA

En el contexto de la crisis de salud, el Grupo está revelando la capacidad de recuperación de sus actividades, en particular el mantenimiento de una "buena rentabilidad" vinculada a una gestión de costos optimizada.

Al final de los primeros 6 meses de 2020, la tasa de margen EBITDA se situó en 52.4%, un aumento de 0.7 puntos. Los ingresos operativos antes de la amortización (EBITDA) del Grupo Maroc Telecom alcanzaron los 9.600 millones de MAD a finales de junio de 2020, un 2,1% más (+1,4% sobre una base comparable) gracias a la mejora en la tasa de margen bruto de 1.6 pt (+1.3 pt sobre una base comparable). En cuanto a la ganancia operativa ajustada (EBITA) del Grupo Maroc Telecom, se situó en más de 5,83 mil millones de dirhams, un aumento del 0.2%. En cuanto al beneficio neto ajustado atribuible al Grupo, ascendió a más de 3.000 millones de dirhams, un aumento del 1,5%.

PERSPECTIVAS 2020: SE ESPERA QUE LAS VENTAS DISMINUYAN

Para 2020, el Grupo anticipa una ligera caída en la facturación, una disminución del EBITDA y un CAPEX de alrededor del 10% de la facturación, excluyendo frecuencias y licencias. Estas previsiones se realizan sobre la base de los elementos disponibles hasta la fecha y debido a las incertidumbres generadas por la crisis vinculada a Covid19.

descuelgo

PORTAL DE EMPLEO PARA CONTACT CENTER

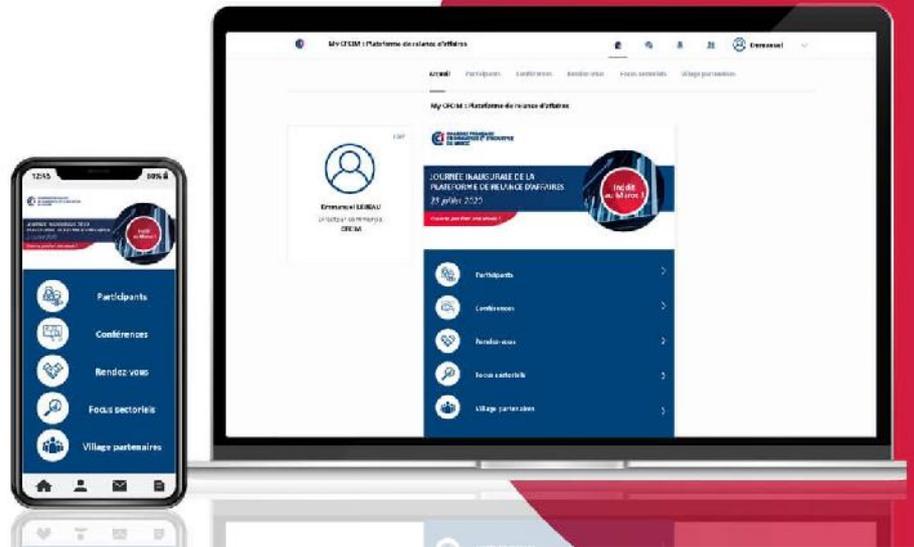
**ENCUENTRA
EL TRABAJO QUE SUEÑAS**

Nuevo portal de empleo para
teleoperadores y empresas
de centros de llamadas

www.descuelgo.com

MARRUECOS: LANZAN MY CFCIM UNA PLATAFORMA DINÁMICA DE RECUPERACIÓN DE NEGOCIOS

La plataforma reunirá notablemente a la comunidad empresarial de CFCIM y su ecosistema: miembros de Casablanca y las regiones, socios, etc. Permitirá así que las empresas participantes intercambien puntos de vista a través de una herramienta de redes impulsada por inteligencia artificial.



En un contexto marcado por una crisis de salud sin precedentes, ha llegado el momento de la recuperación económica. Para apoyar a sus miembros, así como a los operadores económicos que lo deseen en esta fase decisiva, la Cámara de Comercio e Industria de Marruecos (CFCIM) está lanzando una plataforma dinámica para la "recuperación empresarial" que, combinada con un sistema de apoyo, estará en vigencia por un período de un año.

Después de un largo período de confinamiento, los actores económicos ahora se están embarcando en un proceso de recuperación gradual. Para ayudar a las empresas a enfrentar los muchos desafíos que deben cumplirse, CFCIM está lanzando una plataforma sin precedentes para la reactivación de negocios, digital, inmersiva y 100% en línea. Después del día inaugural del 23 de julio, My CFCIM (versión web y aplicación móvil) permanecerá a su disposición durante 12 meses.

UNA NUEVA EXPERIENCIA 100% EN LÍNEA

El teletrabajo, la videoconferencia u otras interfaces colaborativas se generalizaron durante el período de confinamiento; esta tendencia debería continuar. De hecho, la mayoría de las empresas ahora están ampliamente familiarizadas con estas herramientas y continuarán usándolas mucho después de la fase de recuperación.

Durante un año, My CFCIM les permitirá multiplicar los contactos con clientes y socios potenciales a través de una experiencia digital inmersiva.

MY CFCIM OFRECE MUCHAS VENTAJAS QUE INCLUYEN:

- Acceso libre a un espacio de redes impulsado por inteligencia artificial;
- Discusiones de video chat;
- Una plataforma web y móvil "multiservicio",
- Sesiones de transmisión en vivo para interactuar en tiempo real;
- Un programa rico e interactivo;
- Optimización del tiempo gracias a la posibilidad de establecer contactos mientras participa en conferencias.

A través de este dispositivo único en Marruecos, el CFCIM confirma una vez más su compromiso como un "socio comercial" privilegiado para las empresas.





"MAROC WEB AWARDS" PREMIÓ A LO MEJOR DE LA CREACIÓN DIGITAL MARROQUÍ

La 13ª edición de los "Maroc Web Awards", que conecta y premia cada año a los mejores creadores digitales marroquíes, se celebró el sábado 11 de julio. Una ceremonia 100% digital en vivo, a la que asistieron más de 200.000 personas.

Esta es la apoteosis que ha finalizado la 13ª edición de Maroc Web Awards (MWA). Con el apoyo de inwi, una de las competiciones web más grandes del norte de África y Oriente Medio se ha convertido en el evento imperdible para conectarse y dar prioridad a los creadores digitales del año. Varias innovaciones marcaron esta 13ª edición del MWA, cuya ceremonia de clausura tuvo lugar el sábado 11 de julio. Esta reunión anual es el fruto de varias sesiones de trabajo organizadas por el club MWA y en las que participaron varios jugadores líderes de la web marroquí (jóvenes empresarios, periodistas, ganadores de ediciones anteriores, etc.).

Este año nuevamente, y a pesar de la crisis de salud, el entusiasmo de los usuarios de internet marroquíes por la competencia estaba intacto. Socio oficial del evento durante cinco años, inwi reafirma constantemente su compromiso junto con la comunidad web marroquí para perpetuar este evento, permitirle evolucionar y apoyar la dinámica de la creación digital 100% marroquí.

"En inwi, apoyamos la innovación y la expresión en todas sus formas. Es por eso que llevamos 5 años apoyando los Maroc Web Awards, el evento dedicado a los creadores de contenido digital. Así es como apoyamos la evolución de la web marroquí, alentando a los creadores de contenido a innovar,

promover la economía digital y la cultura tecnológica", dijo Brahim Amdouy, Gerente de Contenido en inwi. Inwi coloca la innovación, anclada en su ADN, en el centro de todas sus acciones con respecto a su ecosistema. Por lo tanto, dado el contexto particular de salud, la 13ª edición de la ceremonia de trofeos tuvo lugar en un formato único 100% digital, sin la presencia física del público.

Más de 105 finalistas participaron en esta edición, en 5 categorías diferentes que cubren los temas más populares en el campo digital: blogger creativo, Instagram, canal de YouTube, página de Facebook, aplicación, música, viajes, cocina, ciencia y educación, humor, juegos, moda y belleza, tecnología, deporte y bienestar, artículo en línea, fotografía, video y sitio de noticias.

Como un programa de entrevistas, se organizó un concierto en un ambiente relajado, para presentar a los ganadores de las diferentes categorías. Fue moderado por Yassine Jarram, anfitrión y creador de contenido y ex ganador de MWA.

El público en general pudo seguir, en tiempo real, los resultados de la competencia gracias a una transmisión en las redes sociales inwi y las plataformas web de 2M y de "Maroc Web Awards".

La amplia difusión de este evento atestigua su alcance como un evento imperdible dedicado exclusivamente a la creación de contenido digital. Permite una mayor apertura a un público más amplio y más ecléctico, así como una mejor promoción de MWA.



PLATAFORMA DIGITAL "DATES-CONCOURS.MA" ORIENTA A ESTUDIANTES MARROQUÍES DE SECUNDARIA



Más de 48.000 solicitudes de información procesadas en los últimos 12 meses. Esta es la primera evaluación elaborada por la plataforma de orientación para graduados de secundaria, "Dates-concours.ma", que celebra su primer aniversario.

Guía de referencia para acceder a toda la información sobre las fechas de los concursos de las escuelas y universidades marroquíes, la plataforma ha acogido con satisfacción, desde su lanzamiento hace un año, más de 48.000 solicitudes de información procesadas por consejeros.

"Con casi 33.000 (68%) solicitudes realizadas, la categoría de bachillerato o futuro bachillerato lidera por tipo de perfil, seguido por los estudiantes de educación superior (22%) y los padres de estudiantes (10%), indica un comunicado de prensa de YM África, iniciador de la plataforma.

Por distribución de tiempo, el pico de solicitudes se registró en mayo con más de un tercio de todas las solicitudes (+16,000) y junio con un poco menos de un tercio (+14,000); mientras que el último trimestre del año tuvo la menor demanda.

Por clasificación según el sector, las Ciencias Físicas toman la mayor parte con más de 16.300 solicitudes, o más de un tercio de todas las solicitudes procesadas.

Esto es seguido por economía, matemáticas y SVT (Ciencias de la Vida y la Tierra) con 5.082, 3.663 y 2.860 solicitudes respectivamente.

Más de 2/3 de estas solicitudes, o más de 37.400, se refieren a Marruecos. "Las escuelas y universidades marroquíes tienen un lugar especial con el público de Dates-concours.ma. Una situación que se explica, entre otros factores, por la multitud de establecimientos de educación superior de excelencia en el Reino", señala la misma fuente.

A nivel internacional, Francia sigue siendo el destino preferido para futuros graduados (+14,000 solicitudes), seguido de Canadá (+6,000) y los Estados Unidos (+5,600).

En términos de capacitación, las escuelas de negocios son las más demandadas (+7,900). Les siguen las escuelas de ingeniería, odontología y medicina general con 6.434, 5.354 y 5.038 solicitudes de información respectivamente.

En el registro de financiamiento, el comunicado de prensa explica que más de 2/3 de los estudiantes y futuros titulados de bachillerato (30,437) cuentan primero con sus propios fondos contra 7,634 para el préstamo estudiantil y 3,619 para las becas.



ma
DATES-CONCOURS
Le guide de concours au Maroc



e enerTIC AWARDS 2020



El 1 de septiembre finaliza el plazo de recepción de candidaturas a proyectos para los enerTIC Awards 2020 'Premios a la innovación y tecnología para la eficiencia energética en la era digital'. Podrán optar a este premio aquellos proyectos que hayan contribuido a reducir el consumo energético con la aplicación de nuevas tecnologías como IoT, BigData, Blockchain, Augmented Reality, Artificial Intelligence...

Con esta iniciativa, la Plataforma enerTIC permite identificar, premiar y divulgar casos de éxito y buenas prácticas que sirvan de referencia para

avanzar y concienciar sobre las oportunidades de ahorro energético que ofrece la digitalización de ciudades, industrias, centros de datos...

Organizaciones, tanto públicas como privadas, pueden participar y presentar iniciativas y proyectos que destaquen por su innovación en el uso de las TIC para la mejora de la eficiencia energética. La sostenibilidad y competitividad energética son dos grandes retos del Programa Horizonte Europa y es necesario el compromiso de todos los stakeholders.

SERVIDOR HPE PROLIANT MICROSERVER G10 PLUS

UN SERVIDOR DE NIVEL BÁSICO COMPACTO Y ASEQUIBLE



¿Tienes una pequeña oficina, oficina en casa o pequeña empresa con sucursales que buscan desarrollar una solución personalizada para la oficina? HPE ProLiant MicroServer Gen10 Plus ofrece un servidor de nivel básico compacto asequible, pero potente que puedes personalizar de forma local o para las posibilidades que brinda la nube híbrida. Es el MicroServer más compacto que HP ha lanzado hasta la fecha, y puede colocarse de forma horizontal o vertical en función del espacio. Los más recientes procesadores Intel® Xeon® E y Pentium® ofrecen rendimiento de computación, así como seguridad y administración remota en el servidor mediante la raíz de confianza de silicio de HPE iLO.

Junto con otras mejoras integradas como las 4 NIC de 1 GbE y el USB 3.2 de tipo A Gen2, descubrirás que el concepto de «micro» se queda pequeño en el HPE ProLiant MicroServer Gen10 Plus.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

TIPO DE PROCESADOR INTEL

FAMILIA DEL PROCESADOR INTEL® XEON® DE LA SERIE E-2200,
PROCESADOR INTEL® PENTIUM®

MEMORIA MÁXIMA 32 GB CON 16 GB DDR4 UDIMM

RANURAS DE MEMORIA 2

FUNCIONES DE PROTECCIÓN DE MEMORIA ECC SIN BÚFER

UNIDAD ADMITIDA 4 HDD SATA LFF NHP O 4 SSD SATA SFF NHP

NÚCLEO DE PROCESADOR DISPONIBLE DE 2 A 4 NÚCLEOS

CACHÉ DE PROCESADOR DE 4 A 8 MB L3, SEGÚN EL PROCESADOR

NOMBRE DEL PROCESADOR INTEL® XEON® DE LA SERIE E-2200,
PROCESADOR INTEL® PENTIUM®

NÚMERO DEL PROCESADOR 1

VELOCIDAD DEL PROCESADOR 3,8 GHZ

TIPO DE MEMORIA MEMORIA ESTÁNDAR HPE DDR4

TIPO DE FUENTE DE ALIMENTACIÓN ADAPTADOR DE ALIMENTACIÓN

EXTERNO DE 180 W

RANURAS DE EXPANSIÓN 1 RANURA PCIE GEN3 X16

CONTROLADOR DE RED ETHERNET 4 PUERTOS POR CONTROLADOR

CONTROLADOR DE ALMACENAMIENTO 1 HPE SMART ARRAY S100I

FORMATO MICROSERVER

PESO 9.33 LB

DIMENSIONES DEL PRODUCTO (H X B X T) 4.58 X 9.65 X 9.65 IN



El objetivo de HP es crear un servidor perimetral capaz de prestar servicios a pequeñas oficinas, puntos de venta e incluso entornos domésticos de alta gama. Y vaya que lo han logrado, no pierda la oportunidad de adquirir este servidor para su empresa

ORDENADOR PC ALL IN ONE AIO



La elegancia de un diseño que se caracteriza por reducir el espacio manteniendo todas las funcionalidades de un computador de mesa a un precio ideal.

Este ordenador all in one phoenix unity touch, es elegante y potente, todo en uno para satisfacer a todos.

Todo lo que buscas en un all in one con una pantalla 21.5 full hd táctil -altavoces - conexión wifi y disco duro ssd de gran capacidad para darte la máxima velocidad.

Adquirir este modelo es sin duda una gran inversión si su objetivo es alcanzar los mas altos estándares de funcionabilidad y elegancia de su equipamiento tecnológico

CARACTERSTCAS PRINCIPALES

PROCESADOR: INTEL I5 9400

PLACA BASE: ASUS H310

MEMORIA RAM: 8 GB DDR4

ALMACENAMIENTO: 480 GB SSD

FUENTE DE ALIMENTACIÓN: ADAPTADOR EXTERNO 90W

GARANTÍA: 3 AÑOS

1x TARJETA WIFI INTEL 3168 1X1AC/ BT/ M.2 2230

1x MICRO. INTEL I5 9400 FCLGA 1151 9ª GENERACION 6 NUCLEOS/ 2.9GHZ/ 9MB/ IN BOX

1x MEMORIA DDR4 8GB CRUCIAL / SODIMM / 2400MHZ / PC4 19200 / CL17 / SRX8

1x PORTADOCUMENTOS PARA MANUAL ORDENADOR PHOENIX POLIPROPILENO

1x MONTAJE ORDENADOR PHOENIX

1x ADAPTADOR DE CORRIENTE / TRANSFORMADOR / CARGADOR / FUENTE DE ALIMENTACION EXTERNA PHOENIX PHAD-90W-19V 90W

CONECTOR 19V 7.4mmX5.0mm PARA PLACA THIN MINI ITX

1x BAREBONE ALL IN ONE AIO TACTIL PHOENIX PANTALLA LED 21.5" SLIM USB HD AUDIO LECTOR MEMORIA WEBCAM

NO INCLUYE FUENTE DE ALIMENTACION

1x AMPLIACION DE GARANTIA A 3 AÑOS DE ORDENADOR PHOENIX

1x MANUAL DE USUARIO ORDENADOR PHOENIX

1x PLACA BASE ASUS INTEL PRIME H310T R2.0 SOCKET 1151 DDR4 X2 MAX 32GB 2666GHZ DISPLAY PORT HDMI THIN MINI ITX

1x DISCO DURO INTERNO SOLIDO HDD SSD KINGSTON SSDNOW A400 480GB 2.5" SATA 6GB/S

CURSOS ONLINE

FINANZAS E IMPUESTOS

¿Y SI APROVECHAS
EL TIEMPO
QUE ESTÁS
EN CASA?

- CONTABILIDAD DE COSTES
- GESTIÓN DE COBROS Y MOROSOS
- INICIACIÓN A LA CONTABILIDAD
- INICIACIÓN A LAS FINANZAS



www.formantec.es



hola@formantec.es

formantec