

Parada visual.

PRECIO 13,95€

5G

APUNTA AL 60% DE LA POBLACIÓN GLOBAL EN 2026

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

ZOOM

PLATAFORMA PARA EL TEATRO VIRTUAL

CRM

PARA LA PEQUEÑA Y GRANDE EMPRESA

LO POSITIVO DEL COVID



TroncalVoip)))

COMUNICACIONES AL
ALCANCE DE TODOS

WWW.TRONCALVOIP.COM

SUMARIO



04 NOTICIAS

32 LATAM

48 MAROC

59 EVENTOS

60 REVIEWS

XCEL ENERGY LANZA PROGRAMAS DE REEMBOLSO INSTANTÁNEO PARA AUMENTAR LOS AHORROS Y LA PARTICIPACIÓN DE LOS CLIENTES

El 11 de noviembre de 2020, Xcel Energy confirmó el lanzamiento de nuevos mercados en línea y reembolsos instantáneos en la tienda para sus clientes como parte de un objetivo más amplio para aumentar la oferta de su programa. EFI operará e implementará la tecnología que proporcionará reembolsos instantáneos en productos energéticamente eficientes para los clientes de Xcel Energy.

RESUMEN DEL PROGRAMA XCEL ENERGY:

Mercados de servicios públicos: En lugar de un mercado de servicios públicos para todos los clientes atendidos por Xcel Energy, habrá un mercado para cada estado para mejorar la experiencia del usuario. Cada escaparate ofrecerá a los clientes de Xcel educación, ahorros e integración perfecta del programa. El sitio contará con productos certificados por ENERGY STAR y ahora permitirá a los clientes acceder a reembolsos instantáneos mientras compran en la tienda productos elegibles.

George Cornwell, Gerente Senior de Desarrollo Comercial de EFI agregó: "EFI se complace en expandir nuestra asociación con Xcel Energy y brindar a sus clientes una

experiencia de usuario galardonada a través de nuestra tecnología eCommerce Marketplace, así como integrar nuestra herramienta Instant In-Store Rebate para ¡Ofrezca a los clientes en el extenso territorio de Xcel aún más opciones! "

Xcel Energy también planea mejorar su oferta de programas al incluir la instalación de servicios de programación y financiamiento para los clientes. También habrá actualizaciones para nuevos canales de productos, como Connect Home Product. A través del programa recién construido, Xcel Energy obtendrá información para mejorar su relación general con los clientes.

ACERCA DE XCEL ENERGY:

Company LogoXcel Energy proporciona la energía que impulsa a hogares y empresas en ocho estados del oeste y medio oeste. Con sede en Minneapolis, la compañía es un proveedor de la industria en la reducción responsable de las emisiones de carbono y en la producción y entrega de soluciones de energía limpia a partir de una variedad de fuentes renovables a precios competitivos.



Xcel Energy®

RESPONSIBLE BY NATURE™

WINDSTREAM ENTERPRISE AGREGA MITEL CONTACT CENTER A XCAAS

WINDSTREAM ENTERPRISE



Windstream Enterprise ha mejorado su servicio XCaaS con las soluciones de centro de contacto de Mitel impulsadas por Google Cloud Contact Center AI (CCAI).

Las nuevas mejoras aumentan la personalización y mejoran el servicio al cliente a través de centros de contacto habilitados digitalmente y con tecnología de inteligencia artificial.

La integración de CCAI en la plataforma Windstream aprovecha UCaaS y CCaaS de Mitel para ofrecer una experiencia de cliente avanzada con IA que comprende la intención y las interacciones del cliente.

El agente virtual y el asistente de agente de Mitel se ejecutan en su plataforma Contact Center Messenger. Puede crear y asignar widgets de chat personalizados. Eso elimina el costo y las complejidades que se encuentran en muchas plataformas de centros de contacto.

Mitel Contact Center Messenger se integra en la tecnología existente dentro de Windstream para brindar un soporte al cliente más intuitivo y una mayor productividad.

EXPERIENCIA DIGITAL MÁS PERSONALIZADA

"Las organizaciones de todo el mundo están haciendo todo lo posible para apoyar a los

clientes y responder a la aceleración de las demandas digitales, especialmente durante estos tiempos difíciles", dijo Mike Flannery, CMO de Windstream Enterprise.

Las mejoras ofrecen una experiencia digital más rápida y personalizada para los clientes de Windstream, dijo. También permiten que los agentes de atención al cliente brinden un mayor nivel de servicio.

En otras noticias, Windstream Enterprise ha obtenido la certificación de servicios MEF 3.0 SD-WAN para su SD-WAN impulsada por VMware. Eso valida su conformidad con el estándar global que define SD-WAN y sus atributos de servicio.

MEF está desarrollando una federación global de proveedores de redes, nube y tecnología. Apoyan los servicios que potencian la transformación digital empresarial.

MEF es el único organismo de estándares calificado a nivel mundial para certificar la tecnología SD-WAN y los proveedores de servicios administrados que demuestran el cumplimiento de las mejores prácticas de la industria.

"La certificación MEF es un paso importante en el avance del crecimiento del mercado SD-WAN e impulsar la adopción de servicios y tecnologías que mejoran la productividad y que harán progresar la transformación digital", dijo Nan Chen, presidente de MEF.

VHT LLEVARÁ LAS CAPACIDADES DE LOS CENTROS DE CONTACTO BASADOS EN LA NUBE A LAS EMPRESAS GLOBALES

VHT, un proveedor líder de software de control de clientes, anunció hoy una colaboración con Amazon Web Services (AWS) para brindar a las marcas acceso a capacidades de notificación y devolución de llamada basadas en la nube a través de su plataforma Mindful. Mindful es una plataforma de software como servicio (SaaS) de nivel empresarial construida en AWS, diseñada para permitir que los clientes realicen una transición fluida entre hablar y enviar mensajes de texto. A través de esta colaboración, VHT aprovechará Amazon Connect para ayudar a las marcas a crear experiencias de cliente más significativas y mejorar la satisfacción del cliente para los clientes del centro de contacto a nivel mundial.

"Con esta integración, los clientes pueden obtener rápidamente los beneficios de la integración de VHT con Amazon Connect, a través de la facilidad de uso de una oferta de SaaS y la escalabilidad y confiabilidad que ofrece AWS".

"Con muchas empresas enfocadas en mejorar la experiencia del cliente del centro de contacto, la transición a los centros de contacto basados en la nube se ha acelerado", dijo Matt DiMaria, director ejecutivo de VHT. "Estamos entusiasmados de trabajar con AWS para ayudar a las empresas a mejorar y mejorar la experiencia de sus clientes haciendo que las interacciones con el centro de contacto sean más rápidas, convenientes y productivas".

Como socio de tecnología avanzada de AWS, VHT apoyará a los clientes existentes, además de expandir el alcance de sus clientes y socios a través de AWS Marketplace al participar en iniciativas conjuntas de ventas y marketing con AWS.

"Estamos encantados de apoyar a VHT en la creación de soluciones en AWS para mejorar y mejorar la experiencia del centro de contacto", dijo Sabina Joseph, GM, Americas Technology Partners, AWS. "Con esta integración,

los clientes pueden obtener rápidamente los beneficios de la integración de VHT con Amazon Connect, a través de la facilidad de uso de una oferta de SaaS y la escalabilidad y confiabilidad que ofrece AWS".

INTEGRACIÓN DE MINDFUL CON AMAZON CONNECT

La misión de VHT es brindarles a los clientes la mejor experiencia de participación en las comunicaciones posible y su integración con Amazon Connect le permite llevar esto un paso más allá. Amazon Connect es un centro de contacto en la nube omnicanal fácil de usar que ayuda a las empresas a brindar un servicio al cliente superior a un costo menor.

Esta nueva integración está diseñada para facilitar que las organizaciones brinden un mejor servicio al cliente, aumenten la puntuación del promotor neto (NPS) y mejoren la eficiencia de los agentes a un costo menor. Los agentes tendrán acceso a la información del cliente desde todos los canales, incluido el correo electrónico, el chat, la mensajería y el teléfono, todo en una vista centralizada, lo que ayudará a reducir el tiempo de resolución y mejorar las interacciones con el cliente.

"Nuestra agencia se enfrentaba a un aumento sin precedentes en el volumen de llamadas relacionado con COVID-19, por lo que sabíamos que teníamos que implementar rápidamente una solución totalmente productiva que se integrara con Amazon Connect para eliminar los tiempos de espera y mejorar la experiencia de nuestros clientes", dijo Amer Khan, Director en el estado de Connecticut. "Nos complació saber que a través de nuestra asociación con Strategic Communications, quien administra todos los gastos de AWS para nuestra agencia, pudimos comprar VHT Mindful a través de AWS Marketplace para agilizar el proceso de pedido, lo que nos ahorró meses y nos brindó la capacidad de comenzar en días."



**Amazon
Connect**

VENTAJAS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Es difícil asociar la pandemia de COVID-19 a algún tipo de suceso positivo. No obstante, es innegable su influencia directa en el proceso de aceleración digital que ha cambiado el paradigma de negocios en prácticamente todas las empresas y sectores productivos del planeta, donde 20 años de cambios se dieron en solo 12 meses.

El 2020 fue un año de transformación tecnológica y socioeconómica, estos son los cambios obligados a los que se enfrentan los C-suite (alta dirección) en las tres áreas centrales del flujo de trabajo, la mano de obra y el lugar de trabajo, y la tecnología RPA.

➡ **FLUJO DE TRABAJO:** Las organizaciones deberán cambiar el enfoque de excelencia operativa a experiencia del cliente. Hacer este cambio es la única forma en que pueden esperar competir con la ola creciente de empresas nativas digitales que han encontrado nuevos modos de prosperar durante la pandemia.

➡ **MANO DE OBRA:** Los grupos tradicionales de mano de obra localizada deberán ser reemplazados por talentos globales y digitales. La pandemia ha demostrado que el personal puede trabajar perfectamente lejos de la oficina, y es probable que este descubrimiento implique que los empleados pasen mucho menos tiempo en las sedes corporativas en el futuro.

➡ **LUGAR DE TRABAJO:** Con el transcurso del tiempo, las empresas deberán reducir su presencia en la oficina entre un 30% y un 50%, y así liberarse de las líneas de regimiento de trabajadores pendientes de la pantalla en favor de los espacios creativos que fomenten el trabajo basado en equipos. Las empresas deberán empezar a fomentar a su personal a pasar tiempo en la oficina de un modo social y productivo.

En todo el flujo de trabajo, la mano de obra y el lugar de trabajo, se cree que la combinación

de estos cambios concurrentes permitirá a las empresas volverse más ágiles y relevantes en la era posterior a la COVID-19 mediante la adopción de los siguientes enfoques:

➡ **Un enfoque ligero de activos respecto de la propiedad, infraestructura y recursos humanos:** cómo reducir los costos fijos y aumentar la flexibilidad operativa.

➡ **Una mano de obra digital, que combine a los humanos con el talento digital que será más innovadora al responder de manera creativa a los cambios externos.**

➡ **Automatización del flujo de trabajo de principio a fin que acelerará la agilidad operativa y atraerá a los socios comerciales a un ecosistema estrecho.**

VENTAJAS

El resultado de esta transformación en las prácticas laborales podría ser un círculo virtuoso que coloca a la innovación entre las prioridades de la agenda corporativa, así como la tecnología RPA, que nace para facilitar la automatización de procesos, basada en un software específico.

El RPA automatiza procesos de acciones necesarias que debe realizar “los trabajadores digitales”; donde se están colocando a disposición del consumidor una revolución de automatización sin precedentes, que le permite resolver con autonomía gran parte de las gestiones que requieren y sacar mayor provecho de la mano de obra tradicional.

Finalmente, las empresas más grandes del mundo confían en “la fuerza de trabajo digital”, con ella optimizan los procesos de producción, aumentan su rentabilidad mejoran las experiencias con el cliente.

El futuro del trabajo es la automatización de procesos y “la fuerza de trabajo digital”.



UNA NUEVA ESTRATEGIA DE ADQUISICIÓN DE TALENTO: FORMACIÓN

La incorporación garantiza que el nuevo agente del centro de contacto comience con el pie derecho para fomentar y mantener altos niveles de participación del agente desde el primer día.

El aprendizaje remoto para agentes que trabajan desde casa (FMH) llegó para quedarse. KPMG informó que el 90% de las empresas "ahora utilizan el aprendizaje electrónico en comparación con solo el cuatro por ciento en 1995". Lo que comenzó como aprendizaje en línea dirigido por un instructor se ha convertido en aprendizaje electrónico interactivo, tutoriales basados en videos y módulos de microaprendizaje que respaldan el modelo de la FMH. COVID-19 está motivando a los contact centers a desarrollar una nueva estrategia de formación que incluya el aprendizaje digital.

La capacitación del centro de contacto antes de una pandemia a menudo usaba proyectores de diapositivas, pizarras blancas y folletos. A medida que avanzaban el tiempo y la tecnología, evolucionamos hacia presentaciones de PowerPoint y libros de trabajo gráficos. Los líderes de aprendizaje están transformando los procesos de capacitación utilizando herramientas de capacitación virtual como chats en vivo, aprendizaje justo a tiempo, instrucciones en video y herramientas de aprendizaje simuladas a las que se puede acceder fácilmente a través de Internet en el escritorio del agente. Sin embargo, LinkedIn informó que el 68% de los empleados "prefieren que el aprendizaje se lleve a cabo en el lugar de trabajo". Incluso los capacitadores reconocen los desafíos del aprendizaje remoto que fueron evidentes al brindar capacitación presencial.

Las prohibiciones de viaje, el distanciamiento social y las instalaciones cerradas apoyan el aprendizaje virtual, pero pueden resultar un desafío cuando se trata de brindar contenido de capacitación. La mayoría de los formadores reconocen que el aprendizaje a distancia puede ser tan bueno, si no mejor, que el aprendizaje en persona. En cualquier caso, mantener al alumno comprometido es clave para los resultados del aprendizaje.

El uso de chat en línea, módulos de video reproducibles y salas de reuniones crea conectividad en línea. Los capacitadores se mantienen involucrados y conectados personalmente con los alumnos durante y después de la capacitación a través de foros de discusión, correos electrónicos, llamadas telefónicas / videollamadas e interacciones uno a uno. Una vez más, este enfoque requiere que TI, aprendizaje y desarrollo, y operaciones trabajen juntos para desarrollar el proceso y las herramientas para respaldar la capacitación de nuevos empleados.

Algunas organizaciones han recurrido a recursos de aprendizaje subcontratados específicamente diseñados para agentes de centros de contacto.

Una de esas empresas, Verequest, está ayudando a aumentar el proceso de capacitación de agentes con módulos de aprendizaje que capacitan al personal de primera línea con las habilidades necesarias para respaldar incluso las interacciones con los clientes más desafiantes. Al elegir los recursos de aprendizaje, asegúrese de que los módulos sean compatibles con SCORM y se puedan alojar en el propio sistema de gestión de aprendizaje (LMS) del cliente, facilita la gestión, entrega y medición de los programas de aprendizaje corporativos de una organización. Los alumnos simplemente acceden al LMS para ver los cursos asignados, las evaluaciones y el cumplimiento de la incorporación para que puedan mejorar. Más importante aún, la capacitación remota ahora está automatizada para incorporar y respaldar el aprendizaje y el desarrollo de nuevos agentes.

La retención es un desafío difícil para cualquier centro de contacto. La estrategia ganadora es una combinación de reclutamiento, contratación e incorporación más capacitación. Comience con un plan de reclutamiento sólido centrado en identificar y contratar empleados de alto rendimiento que tengan las habilidades y habilidades necesarias para brindar un servicio al cliente excepcional. Además, mejore las tasas de retención al brindar una excelente experiencia de incorporación y capacitación.



SURVEYMONKEY INTEGRA GETFEEDBACK CON SALESFORCE COMMERCE CLOUD



Esta integración con Commerce Cloud, creada con Astound Commerce, un socio de implementación de Salesforce, ayuda a los usuarios a identificar los impulsores del abandono del carrito y otros comportamientos, enriquecer los datos de los clientes a través de encuestas posteriores a la compra, realizar investigaciones de audiencia entre los visitantes del sitio, resolver errores y crear más campañas de marketing eficaces.

"En el último año, las compras en línea han crecido de una manera que no podríamos haber predicho. Los minoristas deben moverse tan rápido como sus clientes para aumentar la satisfacción y la lealtad", dijo Craig Shull, vicepresidente senior y gerente general de la plataforma GetFeedback en SurveyMonkey, en un comunicado.

"La integración de GetFeedback con Commerce Cloud permite a los usuarios tomar medidas rápidamente que impulsan los resultados comerciales con los datos de clientes más actualizados".

"La entrega constante de una experiencia de comercio electrónico personalizada e inmersiva es fundamental para el éxito", dijo Lidianne Jones, vicepresidenta ejecutiva y gerente general de Salesforce Commerce Cloud, en un comunicado.

"Con la nueva integración GetFeedback de SurveyMonkey para Commerce Cloud, las empresas pueden crear rápida y fácilmente programas de retroalimentación para monitorear, medir y mejorar su experiencia de comercio electrónico".



Soluciones informáticas a tu alcance



TRUSONA ANUNCIA LA PRIMERA SOLUCIÓN MFA SIN APLICACIONES DE LA INDUSTRIA

Trusona, el líder pionero en autenticación de identidad sin contraseña, anunció hoy su solución MFA sin aplicación pendiente de patente, la primera en la industria, que permite a las empresas ofrecer autenticación sin contraseña rápida, segura y sin fricciones sin necesidad de una aplicación móvil.

La solución utiliza tecnología basada en FIDO, que proporciona autenticación lista para usar para clientes y empleados a través de dispositivos móviles.

Con el creciente desafío para las organizaciones de ofrecer una seguridad sólida al tiempo que garantiza una experiencia de usuario simple y flexible, Trusona proporciona MFA sin contraseña para todos los clientes y empleados, con o sin una aplicación móvil dedicada. Usando una simple interacción con una página web móvil para autenticarse, la solución aumenta significativamente la cobertura disponible de los usuarios finales. Las empresas ya no tienen que preocuparse por la adopción de aplicaciones por parte de los clientes o por los empleados que se resisten a instalar aplicaciones de autenticación MFA.

"Vemos una demanda considerable en todos los aspectos de la empresa por una experiencia de MFA perfecta y sin contraseña en muchos casos de uso", dijo el Dr. Edward Amoroso, director ejecutivo de TAG Cyber.

"La solución Trusona se adapta especialmente bien a este segmento en crecimiento del mercado de la ciberseguridad, ya que su tecnología de autenticación sin aplicaciones permite la cobertura más amplia y la menor fricción para los usuarios".

La solución de Trusona utiliza el protocolo FIDO2 WebAuthn, que es compatible con dispositivos móviles Apple iOS y Google Android. La tecnología pendiente de patente de Trusona incluye un servidor basado en la nube con certificación FIDO®, que utiliza los estándares de autenticación FIDO2 para

brindar la mejor experiencia segura y conveniente sin el uso vulnerable de nombres de usuario o contraseñas.

La solución sin aplicación sirve a clientes y empleados por igual en muchos casos de uso diferentes, que incluyen:

AUTENTICACIÓN DE USUARIO DEL CENTRO DE CONTACTO

La solución elimina la necesidad de métodos de autenticación inseguros como la autenticación basada en el conocimiento (KBA), la detección de voz y los códigos de acceso de un solo uso (OTP) a través de SMS. Al eliminar la necesidad de descargar una aplicación móvil, los centros de contacto pueden reducir los tiempos de manejo activo (AHT) y aumentar el autoservicio del cliente.

DISPOSITIVOS ATM, TV, IOT Y QUE NO SON PC

Los consumidores suelen interactuar con una amplia gama de dispositivos que no son PC para servicios bancarios (cajeros automáticos), minoristas (dispositivo POS) y servicios de transmisión (TV). En estos casos, la autenticación sin aplicación ofrece una solución más rápida y conveniente para los consumidores sin que sea necesario que descarguen, instalen y configuren una aplicación móvil.

AUTENTICACIÓN DE EMPLEADOS CON BYOD

Dado que dos de cada tres empleados utilizan sus propios dispositivos personales en el trabajo, muchos son naturalmente reacios a instalar aplicaciones relacionadas con el trabajo por temor a ser monitoreados. Como tal, la experiencia sin aplicaciones proporciona una solución conveniente para la autenticación.

Para ver una demostración y obtener más información sobre la solución MFA sin aplicaciones de Trusona para su organización, visite www.trusona.com/customers/fido-over-https.



SYTEL ANUNCIA EL CLIENTE SOFTDIAL CONTACT CENTER (SCC) EN SALESFORCE APPEXCHANGE, EL MERCADO DE NUBE EMPRESARIAL LÍDER EN EL MUNDO

Los clientes de Sytel ahora pueden beneficiarse del acceso a la funcionalidad del centro de contacto multicanal y multisesión integrada en Salesforce. Sytel anunció hoy que ha lanzado SCC Client en Salesforce AppExchange, brindando a los usuarios un fácil acceso a la funcionalidad de múltiples sesiones y múltiples canales proporcionada por la plataforma en la nube Softdial Contact Center™ (SCC) de Sytel.

SCC conecta y administra las sesiones de contacto entrantes y salientes en todos los canales de medios (voz, chat, correo electrónico, video, redes sociales).

✓ Enrutamiento sofisticado de sesiones entrantes para conectar a los clientes rápidamente con el agente más apropiado.

✓ Marcación predictiva impulsada por IA para trabajar a través de una lista de llamadas de Salesforce exportada.

✓ Un conjunto completo de herramientas de gestión de la calidad, que incluyen grabación e informes de llamadas.

SCC garantiza que se mantengan los SLA entrantes y que el tiempo del agente se utilice mejor con la combinación automática y el equilibrio de carga de las sesiones de voz y de texto.

El cliente SCC permite a los agentes manejar una voz y múltiples sesiones de texto simultáneamente, cada una con un registro de Salesforce asociado, cambiando entre sesiones en vivo dentro de la misma interfaz, brindando un flujo natural fácil para impulsar la productividad del agente.

El cliente de SCC está integrado en el cliente de Salesforce (solo versión Lightning) y habilita

Click-to-Dial dentro de los registros de Salesforce, pantallas emergentes de detalles del cliente y el registro de sesiones completadas.

Con el cliente SCC, los agentes pueden trabajar de forma segura en una oficina, en casa o en cualquier lugar donde haya una conexión a Internet, utilizando el teléfono WebRTC integrado.

COMENTARIOS SOBRE LAS NOTICIAS

El CEO de Sytel, Michael McKinlay, comentó: "Estamos encantados de ofrecer acceso a toda la suite SCC a través de esta integración con Salesforce. SCC fue diseñado desde cero para integraciones de tecnología con líderes de la industria como este. Permite a los usuarios y socios ofrecer una gama de opciones de contacto para los clientes, además de mantener a los agentes del centro de contacto ocupados, comprometidos y capacitados para brindar un servicio al cliente excepcional. Y esa es una combinación poderosa".

"SCC Client es una adición bienvenida a AppExchange, ya que impulsan la transformación digital para los clientes al impulsar un contacto eficiente con el cliente", dijo Woodson Martin, gerente general de Salesforce AppExchange. "AppExchange está en constante evolución para permitir que nuestros socios creen soluciones de vanguardia para impulsar el éxito del cliente".

ACERCA DE SALESFORCE APPEXCHANGE

Salesforce AppExchange, el mercado de nube empresarial líder en el mundo, permite a las empresas vender, dar servicio, comercializar y participar de formas completamente nuevas. Con más de 6.000 listados, 8 millones de instalaciones de clientes y 90.000 revisiones de pares, es la fuente más completa de tecnologías de nube, móviles, sociales, IoT, analíticas e inteligencia artificial para empresas.



SOFTWARE AG TRABAJA PARA IMPULSAR LA AUTOMATIZACIÓN CON AUTOMATION ANYWHERE

Software AG trabaja para avanzar en la automatización con Automation Anywhere. Software AG ha firmado un acuerdo de colaboración con Automation Anywhere, que facilitará la automatización escalable para más organizaciones. La plataforma ARIS de Software AG complementará la Automation Anywhere Robotic Process Automation (RPA) con la minería de procesos y la gestión de procesos. Esto aumentará el descubrimiento de posibilidades de automatización y la gestión de procesos automatizados.

Nuestra Guía del comprador para la gestión de procesos empresariales le ayuda a evaluar la mejor solución para su caso de uso y presenta perfiles de los principales proveedores, así como una descripción general de la categoría del mercado.

Digital Business Platform (DBP) de Software AG es una herramienta de gestión de procesos de negocio que proporciona el control necesario para mejorar la velocidad, visibilidad, consistencia y agilidad de cada proceso de negocio mientras minimiza los costos y aumenta la estandarización.

La solución combina el producto BPMS webMethods del proveedor con su pila de middleware y capacidades analíticas avanzadas. Con el sistema de BPM líder de Software AG, puede crear o cambiar rápidamente las prácticas comerciales y los flujos de trabajo, creando aplicaciones que son tan dinámicas como su negocio. La plataforma permite a los usuarios administrar tareas y equipos de manera más eficiente, fomentando una

mayor colaboración entre las partes interesadas y los departamentos. Software AG también lanzó una plataforma en la nube para su herramienta de minería de procesos llamada ARIS Process Mining SaaS en 2020.

Automation Anywhere proporciona tecnología RPA, cuya demanda ha crecido significativamente en el último año a medida que las empresas buscan mejorar la eficiencia y el ahorro de costos. Software AG ofrece soluciones para gestionar la automatización a medida que la RPA sigue siendo más común y gana en popularidad.

En un comunicado de prensa, Marc Vietor, director de transformación empresarial de Software AG, dijo: "si RPA es efectivamente un miembro de la fuerza laboral, ARIS es el departamento de recursos humanos que se ocupará de ellos.

Es importante que las empresas tengan la visibilidad no solo para detectar buenas oportunidades para automatizar procesos manuales, sino que también puedan optimizar y desarrollar sus procesos robóticos. Si las plataformas o aplicaciones con las que trabajan los robots cambian, algo tiene que detectar si pueden hacer frente a ese cambio. De la misma manera que si cambia el rol laboral de un ser humano, el líder empresarial está ahí para garantizar que se brinde la capacitación de orientación adecuada para administrar esa transición. La combinación de Software AG y Automation Anywhere crea un paquete completo para la transformación empresarial de principio a fin".



SIGHTCALL SE ASOCIA CON LEGRAND GROUP, BRINDA SOPORTE AL CLIENTE REMOTO GUIADO POR AR A TRAVÉS DE LOS CENTROS DE LLAMADAS DEL CLIENTE

SightCall, una plataforma de asistencia visual habilitada para realidad aumentada (AR), anunció hoy que se ha asociado con Legrand Group, un especialista global en infraestructura de construcción eléctrica y digital con sede en Limoges, Francia, con operaciones en más de 90 países. Proporcionará soporte remoto impulsado por AR a través de Salesforce Service Cloud para la resolución de problemas en los sitios de trabajo, mejorando las soluciones de servicio rápido para edificios comerciales, residenciales e industriales.

"Como líder de la industria en infraestructura eléctrica mira hacia el futuro del servicio al cliente, nos sentimos honrados de ser parte de su esfuerzo continuo para mejorar la satisfacción del cliente a través de herramientas de asistencia digital", dijo Thomas Cottureau, fundador y director ejecutivo de SightCall. "SightCall permitirá a todos los especialistas del centro de llamadas de Legrand France atender a los clientes con una calidad de llamada remota dinámica y el beneficio adicional de una integración completa y cercana con su Salesforce CRM existente".

SightCall brinda a Legrand la capacidad de brindar asesoramiento de expertos y soporte de video a los clientes mientras se encuentran en el lugar de construcción. Este servicio no solo ayuda a los clientes a explicar fácilmente su problema, sino que también ayuda a los agentes a responderlos rápidamente y con mayor precisión. Si un agente de Legrand no tiene inmediatamente la mejor respuesta para los clientes durante una llamada, el agente puede grabar parte de la sesión de video, compartirla con sus equipos internos y colaborar para encontrar la solución más adecuada para la solicitud de un cliente.

Los miembros del equipo del centro de llamadas podrán resolver casos rápidamente mientras ingresan datos en el archivo del caso de Salesforce o en la orden de trabajo, utilizando herramientas como el Reconocimiento óptico

inteligente de caracteres para la entrada de datos sin contacto mediante cámara.

Para soluciones simples de resolución de problemas, los clientes pueden ser guiados por un especialista del centro de llamadas de Legrand que los guíe a través de las soluciones utilizando una interfaz AR activa, una herramienta para señalar y dibujar, así como compartir pantalla. Todas las llamadas son compatibles con calidad de video y audio de alta definición, independientemente de los niveles de ancho de banda de una ubicación, y se benefician del cumplimiento total de GDPR.

A partir de este mes, SightCall se implementará en todos los equipos de centros de llamadas de clientes de Legrand France.

Con SightCall, Legrand espera lograr un mayor puntaje de promotor neto, una mejor satisfacción del cliente y una toma de decisiones rápida y precisa, con un conocimiento preciso y un contexto de asesoramiento frente al trabajo que realiza el cliente remoto. A pesar de las medidas de distanciamiento social necesarias por la pandemia, su trabajo progresará con un mínimo de interrupciones y fricciones, y sin comprometer la misión de Legrand de ofrecer servicios y experiencia de apoyo al cliente de alta calidad.

"Al integrar SightCall, estamos demostrando una misión central de Legrand para crear simplicidad en todas las áreas y procesos comerciales", dijo David González, Director del Centro de Relaciones con el Cliente de Legrand France. "En todos los lugares donde se utilice, SightCall proporcionará una experiencia de servicio mejorada con una respuesta más rápida que puede acortar la duración de los proyectos, mejorar la vida de los clientes residenciales y corporativos y conectarlos más rápidamente a soluciones innovadoras y sostenibles en infraestructura eléctrica y digital".





NETHUNT CRM LANZA LA AUTOMATIZACIÓN DE VENTAS DENTRO DE GMAIL

NetHunt CRM ha lanzado capacidades ampliadas para ayudar a las empresas a acelerar su crecimiento. Las nuevas funciones se centran en la automatización de los flujos de trabajo de ventas, marketing y negocios. Los usuarios de NetHunt ahora pueden administrar mejor sus relaciones con los clientes, impulsar aún más el compromiso y cerrar más acuerdos utilizando flujos de trabajo automatizados directamente desde su bandeja de entrada de Gmail.

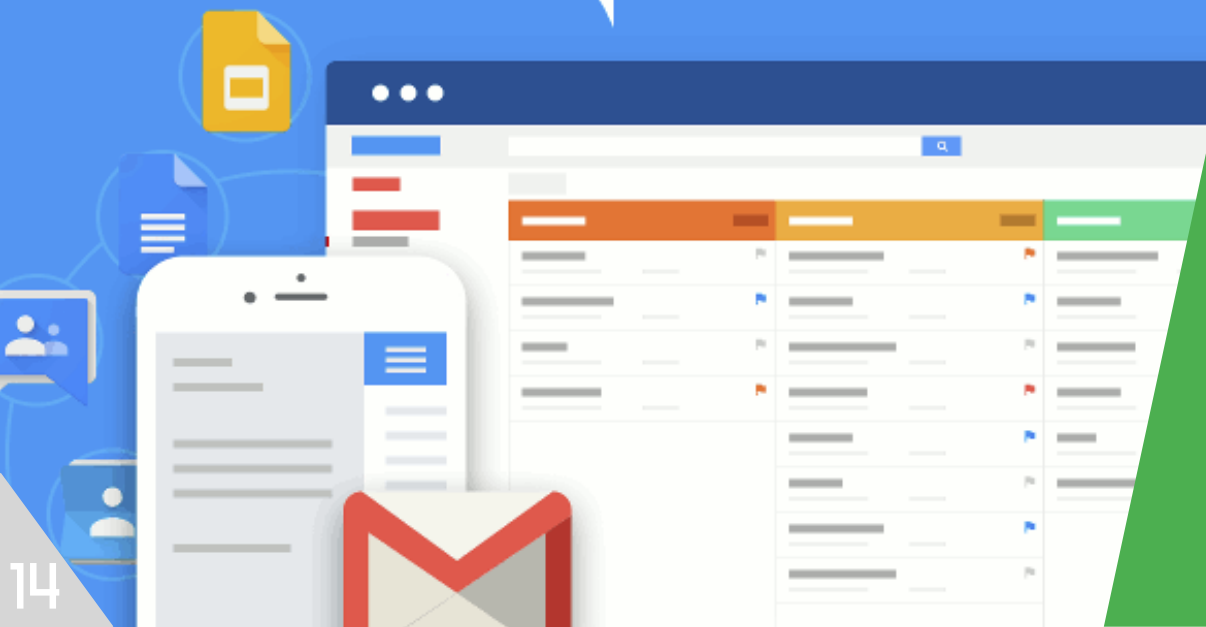
NetHunt ha continuado su evolución del sistema CRM a una plataforma de crecimiento dedicada. Los "flujos de trabajo" utilizan una lógica basada en reglas para automatizar el engorroso trabajo manual mediante la asignación de tareas basadas en reglas establecidas por el usuario. Al hacerlo, ahorra tiempo a los vendedores en la entrada de datos

y el desarrollo de clientes potenciales, elimina errores y aumenta la productividad entre equipos.

El CEO y cofundador de NetHunt, Andrei Petrik, ofreció información sobre la función: "El concepto de automatización está vinculado a soluciones complejas y procesos de configuración prolongados. Al desarrollar esta función, nuestro objetivo era acabar con este concepto erróneo y poner una función fácil de usar y del tamaño de un bocado. Creo que logramos ese objetivo. No hay integraciones complejas; no es necesario ser un experto en codificación. Todo lo que necesita está en un constructor simple con una interfaz intuitiva. De hecho, todo lo que necesita es una comprensión de su negocio y un poco de creatividad. Los flujos de trabajo eliminan el arduo trabajo".

ACERCA DE NETHUNT CRM:

Logotipo de la empresa Fundada en 2015 y con sede en Kiev, Ucrania, NetHunt es una empresa de software que ofrece un sistema inteligente CRM (Customer Relationship Management) para Gmail y G Suite. El sistema proporciona un alto nivel de personalización para una amplia gama de industrias y actividades comerciales, presenta un sistema automatizado de gestión de registros CRM con ventas y marketing por correo electrónico.



LIDL AMPLÍA EL SERVICIO AL CLIENTE EN WHATSAPP

Lidl está experimentando con el servicio al cliente a través de Whatsapp, lo que permite a los clientes comunicarse rápidamente con un empleado cuando tienen preguntas.

Durante la primera ola de Covid, los compradores ya podían consultar el negocio de las tiendas mediante Whatsapp.

Lidl comienza a utilizar WhatsApp para ofrecer servicio al cliente a sus clientes. A través de la aplicación de chat, los consumidores "que buscan apoyo instantáneo para preguntas cotidianas" pueden esperar una respuesta en media hora, dijo la tienda de descuentos alemana al periódico irlandés The Nationalist.

Los otros canales de servicio, específicamente el teléfono y el correo electrónico, seguirán estando disponibles, pero se supone que esta nueva opción es más conveniente y sencilla para los "compradores en movimiento" en particular.

Es decir, es para personas que se dirigen al supermercado o clientes que ya están empujando un carrito de la compra. El servicio se lanzó exclusivamente en Irlanda esta semana. Irlanda ha sido un laboratorio de pruebas para Lidl antes: la aplicación de tarjeta de fidelidad digital de la tienda de descuento también se probó por primera vez en el mercado irlandés.

"Diseñar una experiencia de cliente rápida, fácil y satisfactoria es el corazón de nuestro modelo de negocio, y estamos encantados de poder continuar este impulso de una manera innovadora y fluida desde nuestras tiendas físicas hasta nuestra presencia digital", dijo Eoin Comerford. Jefe de Servicio al Cliente para Lidl Irlanda e Irlanda del Norte.

En mayo de 2020, Lidl también lanzó temporalmente un chatbot en WhatsApp, que informa a los clientes sobre los momentos más tranquilos para comprar. Al hacerlo, el minorista intentó reducir las colas y facilitó el cumplimiento de las medidas de distanciamiento social. En el mercado doméstico alemán, ha habido otro chatbot LiA desde 2019, que puede responder preguntas sobre el surtido. En Whatsapp, sin embargo, serían personas reales las que manejen la interfaz.



POR QUÉ UN CRM TAMBIÉN ES ÚTIL PARA UNA PEQUEÑA EMPRESA

Un paquete de gestión de relaciones con el cliente (CRM) es una de las aplicaciones más importantes para las actividades de ventas, marketing y servicio al cliente de muchas empresas. Y CRM también puede ser útil para las pequeñas empresas.

Para determinar si un CRM es adecuado para su pequeña empresa, es bueno saber qué es y qué no es un CRM. Por ejemplo, un CRM tiene como objetivo realizar un seguimiento de quiénes son sus clientes. Esto puede ser útil, por ejemplo, para hacer ofertas, pero también para crear un enfoque más personal. Por ejemplo, un CRM puede garantizar que durante una llamada telefónica se haga evidente de inmediato con quién está tratando el operador. Un CRM garantiza que la información de ese cliente específico se pueda ver de inmediato, de modo que el contenido se pueda procesar rápidamente. Debido a que todos los datos sobre sus clientes reciben una etiqueta separada, también puede filtrar fácilmente en qué región vive la mayoría de los clientes y cuál es el porcentaje de hombres / mujeres. Pero, lo que es más importante, un CRM puede revelar las necesidades del cliente. Al mismo tiempo, un CRM no es una panacea. Esto significa que el cliente todavía necesita personas con las que hablar y mantener una buena relación entre el cliente y la empresa.

Luego, ahora nos centraremos en la pregunta de por qué, como empresa pequeña, puede beneficiarse de un CRM. Es cierto que las grandes organizaciones necesitan paquetes CRM para mantener todo lo relacionado con el cliente en un solo lugar. Por ejemplo, algunas empresas también usan un CRM para brindar servicio al cliente o para emitir y mantener cotizaciones. Por supuesto, puede optar por utilizar los componentes por separado, pero es la combinación de todas estas cosas lo que hace que este sistema sea tan ideal.

Un pequeño ejemplo. Un cliente llama con una pregunta sobre un pedido sobre el que ya se ha

preguntado. Es bueno si el operador ve inmediatamente la información sobre el cliente, con los procesos actuales inmediatamente visibles. Piense en una nota de la pregunta enviada previamente al servicio de atención al cliente, o en una sección donde puede ver los pedidos realizados anteriormente con su contenido. De esta manera, inmediatamente tiene una idea del cliente, pero también de la pregunta: después de todo, inmediatamente ve sobre qué puede tener una pregunta el cliente.

Cada vez más empresas buscan un paquete CRM.

Por ejemplo, el volumen de negocios de las empresas parece aumentar en un promedio del 29 por ciento después de que se haya elegido dicho sistema. Puede trabajar de manera más eficiente porque tiene una mejor imagen de su cliente, pero también simplemente porque puede programar llamadas de seguimiento u ofertas.

En una empresa pequeña, a menudo vemos que cada persona responsable tiene información diferente sobre un cliente. El departamento de reparaciones sabe todo lo que está mal con un producto devuelto, mientras que el departamento de marketing sabe cómo llegó el cliente a la empresa. Es toda la información sobre el cliente que prefiere en un solo lugar. De esa manera, si hay cambios o actualizaciones, puede realizar ajustes en un lugar que todos los empleados tienen inmediatamente disponible.

Un CRM puede ser muy extenso, pero generalmente depende del paquete de CRM que elija donde radica la fuerza del CRM. Algunas marcas son muy fuertes en ventas y otras más en servicio. Sin embargo, muchos sistemas CRM tienen grandes similitudes: casi todos funcionan en la nube, son fáciles de dominar y se paga una tarifa de suscripción mensual por usuario. Es especialmente importante aprender eso fácilmente, porque un CRM se mantiene o cae al ser adoptado.



OPENBOTS ANUNCIA LA ADQUISICIÓN DE MYOFFICEBOT PARA MEJORAR SUS CAPACIDADES DE SERVICIO

OpenBots, Inc., la plataforma RPA de código abierto de nivel empresarial líder en el mundo, anunció hoy que ha adquirido la startup de RPA como servicio MyOfficeBot. La adquisición mejora la capacidad de OpenBots para proporcionar a sus clientes un conjunto completo de herramientas de automatización y soluciones de servicios administrados, continuando la misión de OpenBots de hacer que la automatización sea accesible para todos.

MyOfficeBot, construido sobre un modelo de negocio de "precio fijo, cronograma fijo, resultado fijo", ha ganado reconocimiento en el espacio RPA por su capacidad para descubrir, crear e implementar procesos rápidamente y entregar a los clientes un "OfficeBot" de automatización RPA totalmente capacitado. La adquisición estratégica de la compañía abre nuevas oportunidades de mercado para OpenBots y permite a la firma RPA producir y escalar aún más su conjunto de herramientas de automatización para continuar mejorando una plataforma de código abierto ya robusta.

Junto con la adquisición, OpenBots también ha anunciado que MyOfficebot QuickPacks estará disponible en la primavera de 2021 para las organizaciones que buscan construir su programa de automatización en el software de OpenBots y / o convertir su programa de licencia comercial existente en la plataforma sin licencia de OpenBots. Los QuickPacks son contratos breves de servicios de automatización diseñados para proporcionar resultados en un período de tiempo fijo. Esta nueva línea de servicios combina la experiencia de la implementación rápida de MyOfficeBot con la plataforma OpenBots RPA sin licencia. QuickPacks será la primera oferta en el mercado que brindará servicios profesionales en una plataforma de código abierto, lo que permitirá a las organizaciones reducir drásticamente los costos y aumentar el ROI mientras escalan sus programas de RPA.

COMENTARIOS SOBRE LA NOTICIA:

"OpenBots es la única plataforma de automa-

tización de procesos robóticos de código abierto de nivel empresarial que escala los programas de RPA empresariales sin restricciones de licencia de 'pago por bot'.

Con el crecimiento y el aumento de la popularidad de OpenBots, vimos una clara necesidad de fortalecer nuestros servicios profesionales.

MyOfficeBot encaja bien con la capacidad y la cultura que estábamos buscando ", dijo Ashish Nangla, cofundador y director de tecnología de OpenBots Inc." MyOfficeBot nos da la fuerza para implementar soluciones escalables de RPA inteligente para nuestros clientes empresariales de alto nivel. Ahora podemos ofrecer a los clientes implementaciones rápidas de RPA sin tener que estar atados a modelos rígidos de licencias por bot e implementaciones largas y costosas ".

"Con todo el poder de la plataforma de automatización de código abierto de clase mundial de OpenBots detrás de nosotros, tenemos una gran oportunidad de hacer realidad nuestra visión de democratizar y escalar la adopción de RPA", dijo Ali Chaudhry, cofundador y director ejecutivo de MyOfficeBot. "Juntos, OpenBots y MyOfficeBot acelerarán las transformaciones de nuestros clientes hacia la era de la automatización, permitiéndoles hacer crecer sus programas de RPA de manera más rentable.

SOBRE OPENBOTS

OpenBots, la plataforma de RPA de código abierto líder, permite a las empresas escalar de manera rentable sus programas de RPA.

Al reinventar la RPA a través de la lente del cliente, OpenBots presentó al mundo una plataforma RPA sin licencia de nivel empresarial, que devuelve un valor sustancial a la organización en forma de automatizaciones positivas de ROI y ahorros de costos. OpenBots también ofrece una amplia gama de soluciones SAAS premium basadas en la nube, que abarcan todo el ciclo de vida de la automatización, desde la minería de procesos hasta el procesamiento de documentos.



NEXTGUEST SE FUSIONA CON CENDYN: CREA EL MAYOR PROVEEDOR ESCALABLE DE CRM Y MARKETING DIGITAL PARA LA INDUSTRIA HOTELERA DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

En la actualidad, Cendyn, el proveedor líder de software en la nube y servicios de marketing digital para la industria hotelera, y NextGuest, un líder en CRM y marketing digital con sede en Nueva York y Munich, se combinan bajo la marca Cendyn para convertirse en el proveedor de CRM y marketing digital escalable más grande en la industria de la hospitalidad.

La fusión expande el alcance global de Cendyn, ya que ayuda a los hoteleros a impulsar la demanda y el rendimiento de los ingresos al optimizar cada punto de contacto del viaje del huésped a través de la inteligencia y la automatización de datos.

Con una experiencia y conocimientos incomparables en la industria, la combinación de ambas empresas les permite ofrecer capacidades de CRM y marketing digital a escala global e inigualables en el ámbito de la tecnología hotelera. La historia común de las empresas de impulsar la innovación y la misión compartida de cultivar relaciones más profundas y rentables con los huéspedes utilizando datos de cada punto de contacto en el viaje del huésped les permite avanzar como una sola empresa y empoderar a más hoteleros en todo el mundo.

Las marcas de hoteles a las que sirve la nueva compañía incluyen Jumeirah Resorts, Hyatt, Marriott, Minor Hotels, IHG, Hilton, Outrigger Hotels & Resorts, Onyx Hospitality Group, Rosewood Hotels & Resorts, Virgin Hotels, Margaritaville Hotels & Resorts y Event Hospitality & Entertainment.

"Estamos encantados de fusionarnos con el talentoso equipo de NextGuest. Con una profunda experiencia en hotelería y un largo historial de innovación en ambas empresas, existe una alineación perfecta y una tremenda oportunidad de materializarse a través de esta combinación", dijo Tim Sullivan, presidente y CEO de Cendyn. "Con una visión compartida

para aprovechar los datos para permitir relaciones con los huéspedes más profundas y rentables para nuestros clientes, nuestro alcance y escala expandidos como una sola compañía desbloqueará más valor y capacidades para los hoteleros de todo el mundo".

Cendyn seguirá siendo dirigida por el presidente y director ejecutivo, Tim Sullivan, y el equipo de liderazgo sénior de Cendyn ganará a Paolo Torchio de NextGuest, quien se incorpora como director de estrategia. Paolo aporta una gran experiencia en la industria, que incluye puestos de liderazgo anteriores en Sabre, Two Roads Hospitality y Hyatt. Liderará la integración de la estrategia de negocios y portafolio de productos. Otras incorporaciones al equipo de liderazgo de Cendyn incluyen a Dieter Dirnberger como director general de EMEA y Toshi Rogers, a la cabeza del equipo de cuentas global.

ACERCA DE NEXTGUEST

NextGuest ofrece a los hoteleros todo lo que necesitan para prosperar en el mundo digital, con soluciones tecnológicas a medida desarrolladas para satisfacer las necesidades de los clientes de hoteles de lujo, junto con capacidades de diseño elegante que dan vida a las marcas. NextGuest combina el poder de los datos con el descubrimiento de la marca para descubrir estrategias únicas que se aplican a todo, desde el diseño de sitios web, marketing de contenido, CRM y más, ayudando a las principales marcas hoteleras del mundo a maximizar el ROI a medida que adquieren, convierten y retienen huéspedes durante la planificación del viaje. Si bien cada uno de sus servicios está disponible por sí solo, las tecnologías integradas, las ofertas de marketing y consultoría trabajan juntas para aumentar el compromiso digital y generar ingresos para los hoteleros, lo que les permite enfocarse en lo más importante: atender a sus huéspedes.

RPA: EMPLEADO FUERA DE LA NUBE

Las tareas repetitivas pueden llevar mucho tiempo y suelen ser propensas a errores. La automatización robótica de procesos (RPA) puede ayudar.

Numerosos sistemas suelen estar involucrados en la ejecución de procesos de negocio de un extremo a otro, y los sistemas ERP como S/4 Hana tienen un papel central. Sin embargo, la eficiencia en la ejecución del proceso a menudo se ve obstaculizada por los límites de automatización de los sistemas involucrados. Con frecuencia, los empleados se ven atascados con tareas repetitivas que consumen mucho tiempo y suelen ser propensas a errores. Ejemplos infames son monitorear y mantener datos maestros, transferencias de datos desde o hacia aplicaciones de Microsoft Office, o la recopilación de datos de sistemas para informes o propósitos similares. Como empleado de backoffice fuera de la nube, la automatización robótica de procesos (RPA) puede ser una alternativa muy necesaria.

La solución de software SAP Intelligent Robotic Process Automation (SAP Intelligent RPA) ha estado ganando terreno últimamente en este contexto. La solución puede ayudar a evitar de manera rentable la discontinuidad del sistema o de los medios y mantener los procesos lo más estables posible. SAP Intelligent RPA es una solución de software alojada en SAP Cloud Platform (SCP) que organiza las interacciones de una interfaz gráfica de usuario y gestiona las interfaces de programación de los sistemas. La orquestación central de las automatizaciones ocurre en este servicio en la nube, que luego procede a distribuir las funciones individuales a las instancias locales. En consecuencia, SAP Intelligent RPA apoya a los empleados en los procesos comerciales diarios; si es necesario, el servicio puede incluso encargarse de ellos de forma autónoma.

Gracias a SAP Cloud Platform, la integración de SAP Intelligent RPA en los entornos de sistemas SAP existentes es fácil. Después de la activación exitosa del servicio SAP Intelligent RPA, se puede integrar cualquier sistema deseado.

Los conectores de la solución de software reconocen rápidamente la interfaz de usuario de los sistemas, incluidas, entre otras, las interfaces de usuario de las aplicaciones de Microsoft Office, las aplicaciones web y la GUI de SAP. Especialmente

en lo que respecta a la integración con S/4, SAP ofrece numerosas automatizaciones predefinidas que simplifican la automatización de procesos posteriores.

BENEFICIOS DE SAP INTELLIGENT RPA

Los mayores beneficios de SAP Intelligent RPA son el ahorro de costes, la mejora de la calidad y el ahorro de tiempo. En comparación con muchas otras soluciones de automatización de procesos comunes, las automatizaciones basadas en SAP Intelligent RPA son más fáciles, rápidas y rentables de implementar. Los ahorros de costos concretos a través de la automatización se pueden calcular en función del ahorro de tiempo, tiempo que los empleados normalmente habrían necesitado para el procesamiento manual de tareas.

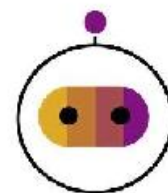
El procesamiento manual y la ejecución de tareas repetitivas suelen ser propensos a errores.

Una automatización implementada adecuadamente puede remediar cualquier posible error de procesamiento. En cuanto a los procesos críticos, cualquier automatización debe probarse con diligencia para evitar errores sistémicos de automatización y lograr una mejora en la calidad.

El ahorro de tiempo que se consigue mediante la automatización también suele significar un ahorro de costes del proceso posterior gracias a un menor tiempo de procesamiento. Además del ahorro de tiempo de procesamiento, la velocidad de procesamiento también se puede aumentar, lo que genera aún más beneficios; por ejemplo, los procesos se pueden ejecutar sin búfer de tiempo. Es razonable suponer que el ahorro de tiempo de procesamiento conduce a un aumento en la productividad de los empleados en lugar de recortes de puestos de trabajo.

SAP Intelligent RPA juega un papel importante en la ejecución integrada y automatizada de procesos comerciales en múltiples sistemas diferentes.

Las tareas repetitivas manuales son ideales para la automatización. Los empleados humanos deben centrarse en áreas más importantes que RPA aún no puede reemplazar. Además, la automatización adecuada de tareas repetitivas evita errores involuntarios a través del procesamiento manual y, por lo tanto, aumenta la calidad de los procesos y el rendimiento.



MERCADONA MODERNIZA SU ERP

La compañía de supermercados físicos y de venta online Mercadona ha anunciado avances en la digitalización de sus procesos financieros. La empresa ha destinado más de 18 millones de euros a la migración de sus actuales sistemas a SAP S/4HANA y SAP Fiori. El proyecto, que afecta a más de 200 trabajadores de la compañía, se inició a finales de 2019 en colaboración con Sothis, consultora tecnológica propiedad de Angels Capital, el brazo inversor de Juan Roig, presidente de Mercadona. Además de Sothis, las consultoras Capgemini y Strategys han participado en este proyecto.

Gracias a esta modernización de los procesos financieros, como apunta Diego Solá, director de aplicaciones financieras de Mercadona, se ha optimizado todo el ciclo financiero de la empresa, “como las ventas en tienda, los pagos a proveedores o la gestión de la tesorería, lo que supone contar con un entorno unificado que permite mayores capacidades para compartir la información, una mejora de calidad del dato en tiempo real, y la escalabilidad de los sistemas de la compañía”.

Para la directora de procesos financieros de Mercadona, M^a Jesús Iserte, la implementación ayudará a mejorar “la gestión financiera de la compañía y con ello a reforzar la calidad en el servicio a nuestros ‘jefes’ [como internamente la compañía llama a sus clientes], partiendo de un mayor control y optimización de los procesos financieros”.

La compañía, que este año ha recibido el Premio ComputerWorld 2020 a la empresa más innovadora, se encuentra en plena estrategia de transformación digital.

En 2019, el retailer finalizó la primera fase para digitalizar los supermercados y hacerlos más eficientes, productivos y sostenibles. La firma está inmersa en un ambicioso proceso de captación de talento, interno y externo, por el que se incorporaron más de 300 profesionales al área de informática entre 2019 y 2020. La compañía aspira a contratar a otros cien próximamente. Anualmente, la compañía invierte unos 200 millones de euros en mejoras informáticas.



LOGISCOOL TRAE LOS ROBOTS DE SOFTWARE TAILENT AL EQUIPO Y SE PREPARA PARA INTEGRAR RPA EN EL PROCESO EDUCATIVO

La escuela de programación Logiscool Rumania, líder en programas edu-tech para niños a partir de los 7 años, digitaliza y automatiza su actividad con la ayuda de robots software inteligentes a través de una alianza tecnológica con la startup rumana Tailent.

La tecnología Robotic Process Automation (RPA) desarrollada por Tailent permite a Logiscool agilizar una amplia gama de procesos operativos y podría integrarse en actividades educativas en el futuro, para brindar siempre acceso a tecnologías de punta a los niños que asisten los cursos de Logiscool.

“La tecnología está en nuestro ADN, por lo que es natural buscar siempre las soluciones tecnológicas más avanzadas. El primer paso es integrar los robots de software inteligentes de Tailent en nuestra actividad, para optimizar ciertos procesos operativos repetitivos y permitir que el equipo se concentre en actividades más relevantes. Además, exploramos la posibilidad de acercar la tecnología RPA a los niños que se están preparando, con nuestra ayuda, para convertirse en la próxima generación de creadores de tecnología”, dice Indira Abdulvoap, gerente general de Logiscool Rumania.

Las soluciones Tailent acercan a las empresas tecnologías RPA convenientes y asequibles, proporcionando una flexibilidad, rendimiento y escalabilidad sin precedentes en el desarrollo y uso de robots de software inteligentes diseñados para aplicaciones existentes, adaptados a las necesidades comerciales y listos para su uso inmediato.

“La automatización robótica de procesos es una de las tecnologías que redefinirán el futuro. Con robots de software inteligentes en el equipo, las empresas operarán de manera más eficiente, dejando los procesos repetitivos y redundantes a la tecnología y ayudando a las personas a crear más valor a través de lo que hacen. Queremos contribuir a la democra-

tización de esta tecnología, y esto significa no solo llevar esta tecnología a las empresas de cualquier campo, sino también apoyar la formación de las generaciones futuras para crear soluciones tecnológicas de calidad en Rumanía”, dice Mario Popescu, CEO de Tailent.

La personalización de la tecnología de automatización de Tailent a las necesidades de Logiscool Rumanía y la implementación en los procesos operativos la realiza Aliant, una empresa especializada en el diseño e integración de soluciones de infraestructura y un Gold Partner de Tailent. Aliant es un actor regional importante en el campo de las soluciones y servicios de software de TI, que ha desarrollado capacidades internas significativas en esta dirección y firmó una asociación estratégica con Tailent este año, estando certificado y preparado para entregar robots de software RPA a empresas en industrias como educación, salud, finanzas-contabilidad, recursos humanos, retail y logística.

“Con más de 15 años de experiencia en la implementación de proyectos de infraestructura de TI y soluciones de software de optimización empresarial, estamos preparados para proyectos complejos y nos complace ver que la tecnología RPA está cada vez más presente. Apoyamos la educación y queremos llevar las tecnologías de Tailent más allá, haciéndolas accesibles a las generaciones más jóvenes”, explica Bogdan Ciubotaru, director comercial de Aliant.

Las soluciones Tailent se implementan con éxito en empresas de sectores como la hostelería, los servicios profesionales, la fabricación, pero también en instituciones públicas locales. Tailent se encuentra actualmente en proceso de expansión tanto a nivel local, a través de asociaciones estratégicas, como internacionalmente, ingresando en nuevos mercados en Europa, Centro y Sudamérica, Estados Unidos y Asia.



logiscool Create.
Code.
Enjoy.

RAPIDSOS SE ASOCIA CON HEXAGON PARA IMPULSAR EL FUTURO DE LA RESPUESTA DE EMERGENCIA DEL REINO UNIDO

RapidSOS, la primera plataforma de datos de respuesta a emergencias del mundo, se asoció con la división de seguridad e infraestructura de Hexagon, líder mundial en software de despacho asistido por computadora (CAD) y soluciones de seguridad pública, para brindar a los centros de comunicaciones de emergencia en todo el Reino Unido acceso a datos que salvan vidas.

La asociación es una extensión de la colaboración existente entre RapidSOS y Hexagon en los Estados Unidos. Reúne a dos de los principales expertos de la industria y es la primera etapa en el movimiento de las agencias de seguridad pública hacia las comunicaciones de próxima generación (NG999).

Al combinar la innovación de Hexagon en el despacho de centros de llamadas con la plataforma de datos de respuesta de emergencia RapidSOS, la pareja se asegura de que los servicios de emergencia de todo el mundo tengan información rápida, precisa y actualizada al responder a accidentes, incidentes críticos y emergencias de salud.

La tecnología creada por RapidSOS, con sede en Nueva York, protege a más del 90% de la población de EE. UU. En todo el mundo, vincula de forma segura datos de inteligencia de emergencia, incluido el estado médico, los datos de accidentes de vehículos y más, desde más de 350 millones de dispositivos conectados directamente a los servicios de emergencia y los primeros en responder. A fines del año pasado se anunció una asociación reciente con MedicAlert UK, que proporciona detalles que salvan vidas y condiciones médicas de los usuarios de tarjetas de identificación de la organización benéfica directamente al sistema 999 del Reino Unido.

Al unir fuerzas con Hexagon, estos datos que salvan vidas, a los que se accede a través de la plataforma RapidSOS, se pueden distribuir ampliamente a los socorristas a través de la suite HxGN OnCall@ Dispatch, que proporciona a las agencias de policía, bomberos, ambulancias y transporte una gestión de incidentes y llamadas de calidad. tomando

capacidades, para brindar un mejor servicio durante emergencias y eventos importantes.

Por ejemplo, cuando se realiza una llamada desde el teléfono móvil o dispositivo conectado de un usuario, los administradores de llamadas recibirán automáticamente detalles críticos sobre ellos para enviarlos a quienes asistan a las llamadas de emergencia.

Jessica Reed, vicepresidente de estrategia y socios globales de RapidSOS, dijo: "La plataforma RapidSOS es capaz de reunir información crucial y potencialmente vital de una variedad de fuentes. La asociación con Hexagon en los EE. UU. Y ahora en el Reino Unido, ayuda a garantizar esta información se entrega en el lugar correcto en el momento adecuado para tomar decisiones informadas, mejorar las respuestas y salvar vidas.

Reed continuó: "La plataforma RapidSOS admite todo tipo de datos, desde AML (ubicación móvil avanzada) dinámica y servicios de ubicación alternativos hasta detalles adicionales generados a partir de sistemas de seguridad, movilidad conectada, atención médica, edificios conectados, aplicaciones y dispositivos portátiles".

Ian Holmes, Jefe de Seguridad Pública de la división de Infraestructura de Seguridad de Hexagon en el Reino Unido, agregó: "Hay una serie de enormes desafíos por delante para las agencias de seguridad pública, que requieren la capacidad de recibir solicitudes de servicio no solo a través de voz sino también a través de texto, video, sensores, redes sociales y mensajería instantánea.

"HxGN OnCall puede aprovechar muchas de estas plataformas de información de próxima generación. Al asociarse con RapidSOS, Hexagon puede brindar un acceso rápido y eficiente a esta información. Además de los detalles médicos críticos, esto también incluye la precisión de la ubicación y una variedad de información complementaria como información de contacto o del edificio".

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

LA SEC ESTABLECERÁ UN CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA PARA QUEJAS DE ENCUESTAS

India. La Comisión Estatal de Elecciones (SEC) ha decidido establecer un centro de llamadas para permitir que las personas registren quejas relacionadas con las elecciones.

Este centro funcionará bajo la supervisión directa de la Comisión, que quiere adoptar una política de tolerancia cero hacia las quejas genuinas, dijo un comunicado emitido por la SEC.

La declaración decía que la cuestión de las denuncias que eran de naturaleza grave durante el curso de las elecciones y merecían una reparación rápida, había atraído la atención de la Comisión.

"Es necesario un enfoque estructurado para recibir las quejas y tratarlas, así como para infundir un sentido de confianza entre los denunciantes.

La Comisión también desea ser transparente al tratar las quejas relacionadas con las elecciones", dijo. Como práctica, la Comisión envía estas denuncias en tiempo real a las autoridades distri-

tales, como los recaudadores, los superintendentes de policía, los observadores electorales y otros oficiales de supervisión para su rápida eliminación, si se considera que tienen fundamento.

"Estas medidas son fundamentales en el transcurso de la celebración de elecciones libres y justas", dijo el comunicado.

Cualquier persona realmente afectada puede llamar al centro de atención telefónica y registrar quejas indicando la naturaleza de la infracción, etc., para tratarlas con rapidez.

Este call center entrará en funcionamiento con efecto inmediato y funcionará hasta la conclusión de las elecciones el 21 de febrero, agrega el comunicado. La SEC también ha hecho un llamamiento a la gente en contra de la presentación de quejas frías y ha buscado la cooperación de los grupos interesados y las partes interesadas para registrar quejas genuinas.



KRYON RPA AGILIZA LA RECOPILOCIÓN Y EL PROCESAMIENTO DE DATOS CRÍTICOS DE COVID-19 PARA EL MINISTERIO DE SALUD DE BRASIL

Kryon®, los pioneros de la automatización de ciclo completo con un enfoque innovador para la automatización robótica de procesos (RPA), el descubrimiento de procesos y el análisis, anunciaron hoy el éxito de su automatización de ciclo completo Suite para ayudar al Ministerio de Salud de Brasil a recopilar, procesar, validar, refinar y distribuir datos relacionados con la pandemia COVID-19. Junto con el socio de implementación SOLVE, la suite de automatización de Kryon está trabajando para agilizar el proceso de recolección y entrega de datos complejo y propenso a errores entre los 27 estados de Brasil y más de 7500 hospitales.

Además de los desafíos de procesar con precisión y agregar datos sin procesar de múltiples fuentes de prueba COVID-19, la privacidad del paciente también fue un objetivo importante. Con Kryon Full-Cycle Automation, los datos de COVID-19 se recopilan y verifican para detectar duplicaciones y errores en varios puntos mientras se elimina la información confidencial del paciente antes de distribuirla al Ministerio de Salud. Los datos verificados luego se envían al portal federal del Ministerio de Salud que proporciona actualizaciones frecuentes y precisas al público sobre las estadísticas de COVID-19 y el uso de camas de hospital. El Ministerio de Salud publica en línea las estadísticas nacionales todos los días a las 5 am.

"Los desafíos logísticos para recopilar y procesar datos precisos de cada hospital y estado con sus diversos sistemas y procedimientos fueron asombrosos, especialmente en un país con una población de más de 200 millones de personas. Existe un sentido de urgencia ya que estos datos podrían salvar vidas. Kryon Full-Cycle Automation nos permite agilizar todo el proceso con precisión y eficiencia, al tiempo que liberamos a médicos, enfermeras y personal de TI cuando más los necesitamos", dijo Elmo Raposo, coordinador de desarrollo de sistemas del Ministerio de Salud de Brasil.

Antes de implementar la RPA, el personal médico y de TI del hospital tenía la tarea de

recopilar datos manualmente y eliminar la información de identificación personal (PII) para cumplir con la LGPD, la Ley General de Protección de Datos Personales de Brasil.

A medida que aumentaba la carga de pacientes, también aumentaba el tiempo y los recursos necesarios para el cifrado y descifrado, y su posterior procesamiento. Utilizando Full-Cycle Automation, el Ministerio de Salud de Brasil implementó bots con tecnología de inteligencia artificial para manejar la optimización de los datos COVID-19.

Esto permitió al personal concentrarse en el cuidado del paciente y otras tareas que requieren la resolución de problemas humanos.

"En una crisis de salud pública de esta magnitud, las organizaciones de salud no pueden funcionar y responder adecuadamente sin información precisa y actualizada. En el caso del sistema de salud de Brasil, el personal médico y de TI de los hospitales ocupados estaba ocupado procesando y cifrando. Como resultado, otros procesos que necesitaban atención urgente estaban sufriendo", dijo Harel Tayeb, director ejecutivo de Kryon.

"En nuestra industria, hablamos mucho sobre el ahorro de horas hombre, pero de lo que realmente estamos hablando es de lo que la gente puede lograr con esas horas ahorradas. En este caso, RPA ha tenido un impacto directo en salvar vidas al liberar personal médico y de informática".

Las organizaciones de atención médica y las agencias gubernamentales están recurriendo a RPA para obtener ayuda con todo, desde acelerar el procesamiento de pruebas hasta la programación masiva de citas de vacunación. Kryon está ofreciendo un bot de vacunación estándar (V-Bot) a todos los proveedores de atención médica para agilizar la configuración de doble cita requerida.

Para obtener más información sobre Kryon RPA y cómo ayuda a los esfuerzos de atención médica en la lucha contra COVID-19, comuníquese con Kryon.

AUTOMATIZACIÓN PARA ESTAR A LA VANGUARDIA EMPRESARIAL

La Directora de Customer Development de NÜ4 Automation da recomendaciones para mantener su empresa al día en los nuevos modelos de negocio.

Con la automatización las vacantes laborales tendrán una transformación hacia la creatividad, afirma Xanath Díaz de NÜ4 Automation.

Con más de diez años en el mercado, la compañía especializada en Automatización Robótica de Procesos (RPA por sus siglas en inglés), NÜ4 Automation, se ha posicionado como una de las mejores empresas en el sector, debido a su capacidad de potenciar a través de la automatización, las propiedades que impulsan el desarrollo empresarial.

El RPA tiene como fin automatizar las tareas rutinarias y repetitivas que un empleado hace actualmente a través del uso de un software robotizado que busca simular la interacción humana en una computadora.

“Para afrontar la recuperación económica global, tanto los humanos como los robots deberán colaborar paralelamente en la operación

corporativa si es que se quiere estar a la vanguardia en los nuevos modelos de negocio”, señala Xanath Díaz Garza, Directora de Customer Development de la compañía NÜ4 Automation.

Durante el último año, miles de empresas en todo el mundo han sufrido la crisis económica que ha dejado tras de sí la pandemia por el coronavirus, sin embargo, de acuerdo con estimaciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) la economía podría aumentar 3.6% durante este año.

“Con la automatización las vacantes laborales tendrán una transformación hacia la creatividad” Xanath Díaz, directora de Customer Development de NÜ4 Automation.

En este contexto, Díaz Garza explica que el RPA se posiciona paso a paso como el gran empleado del mañana, lo que considera un gran aliado para fomentar el crecimiento económico pues, señala, aumenta la productividad, reduce costos operativos, elimina la intervención humana y se reduce con ello el margen



de error, entre otros beneficios.

“Las vacantes laborales darán un paso hacia la creatividad y, asimismo, se abrirá una nueva ventana de oportunidad para el empleo de aquellas peculiaridades humanas que no se pueden automatizar”, detalla.

La ejecutiva considera que la crisis económica y sanitaria que ha impactado al mundo ha demostrado que los bots son una herramienta innovadora con un gran alcance corporativo y que, de implementarlos en todas las ramas empresariales, no habría razón para detener la producción.

“De lo que se trata es que los trabajadores se enfoquen en un crecimiento estratégico de la organización y que la producción en línea sea automatizada para evitar pérdida de tiempo y asegurar una mayor precisión en la operatividad”, concluyó.



5G ABARCARÁ EL 60% DE LA POBLACIÓN GLOBAL EN 2026

Tres mil quinientos millones de suscriptores se estima tendrán las redes 5G en un lapso de cinco años a escala global, de acuerdo con el Reporte de Movilidad de Ericsson.

Es la cifra estimada el año 2026, 40% de ellas serán móviles, el reporte de Ericsson plantea que para entonces, América del Norte será la región con la mayor proporción de usuarios 5G en el mundo con el 80% del total.

Además se señala en el reporte que en 2026 las redes 5G llegarán al 60% de la población global. Sin embargo, LTE seguirá siendo la red dominante.

En 2020 lo fue con un aumento en las suscripciones que llegó a 4.500 millones en el mundo. El pico de 4G será en 2021 cuando llegará a 4.800 millones de usuarios, y bajará a medida que los usuarios migren a 5G.

En América Latina, solo países como Brasil y Colombia han lanzado 5G, mientras que Argentina, Chile y México están invirtiendo en el despliegue de la red. Ericsson estima que, para fines de 2026, 5G represente el 2% de suscripciones móviles en la región.

La necesidad de una buena conectividad quedó clara en 2020 a partir de la pandemia, donde se constató que incorporar las redes 5G al uso cotidiano dará paso a nuevos servicios críticos para consumidores, empresas y ciudadanos.

De hecho, la velocidad con la que se introducen nuevas funcionalidades a partir de las redes 5G se está acelerando. Por ejemplo, el 69% de los operadores en el mundo tiene servicios para teléfonos inteligentes comerciales con 5G, y han trabajado para que a un multijugador se le brinden de 20 a 30 ms de latencia de red de un extremo a otro.

El tráfico de datos de la red móvil creció 50% entre el tercer trimestre de 2019 y el tercer trimestre de 2020 impulsado por el creciente

número de suscripciones a teléfonos inteligentes y la visualización de contenido de video.

Ericsson prevé que las conexiones de acceso inalámbrico fijo se tripliquen y alcancen más de 180 millones para fines de 2026, y que representen el 25% del tráfico total de datos de la red móvil a nivel mundial.

A medida que la sociedad cambia, las redes celulares se vuelven una infraestructura más crítica para la vida cotidiana.

En ese contexto, el 19% de los proveedores de servicio en el mundo tienen una estrategia basada en la calidad y el rendimiento de la red, el 28% la basa en el despliegue de nuevos servicios y 38% opta por crear propuestas de valor.

FUE UNA PERSONA REAL O UN AGENTE VIRTUAL INTELIGENTE

Los dispositivos inteligentes ahora forman parte de nuestra vida cotidiana y, para algunos usuarios, incluso se están convirtiendo en sus nuevos mejores amigos. Ya sea que vayamos a llevarlo tan lejos o no, nos estamos acostumbrando cada vez más a hablar con ellos de una manera natural y conversacional. Desde el momento en que abrimos los ojos hasta el momento en que nuestra cabeza golpea la almohada, ahora estamos pegados a nuestros dispositivos inteligentes y estamos interactuando cada vez más con ellos a través de la voz.

A medida que los consumidores se han adaptado rápidamente para obtener ayuda de sus asistentes virtuales personales, ahora prefieren cada vez más tener opciones de autoservicio cuando se comunican con una empresa. Una investigación reciente encontró que casi un tercio (30 por ciento) de los consumidores que poseen dispositivos inteligentes los utilizan para comprar y realizar pedidos.

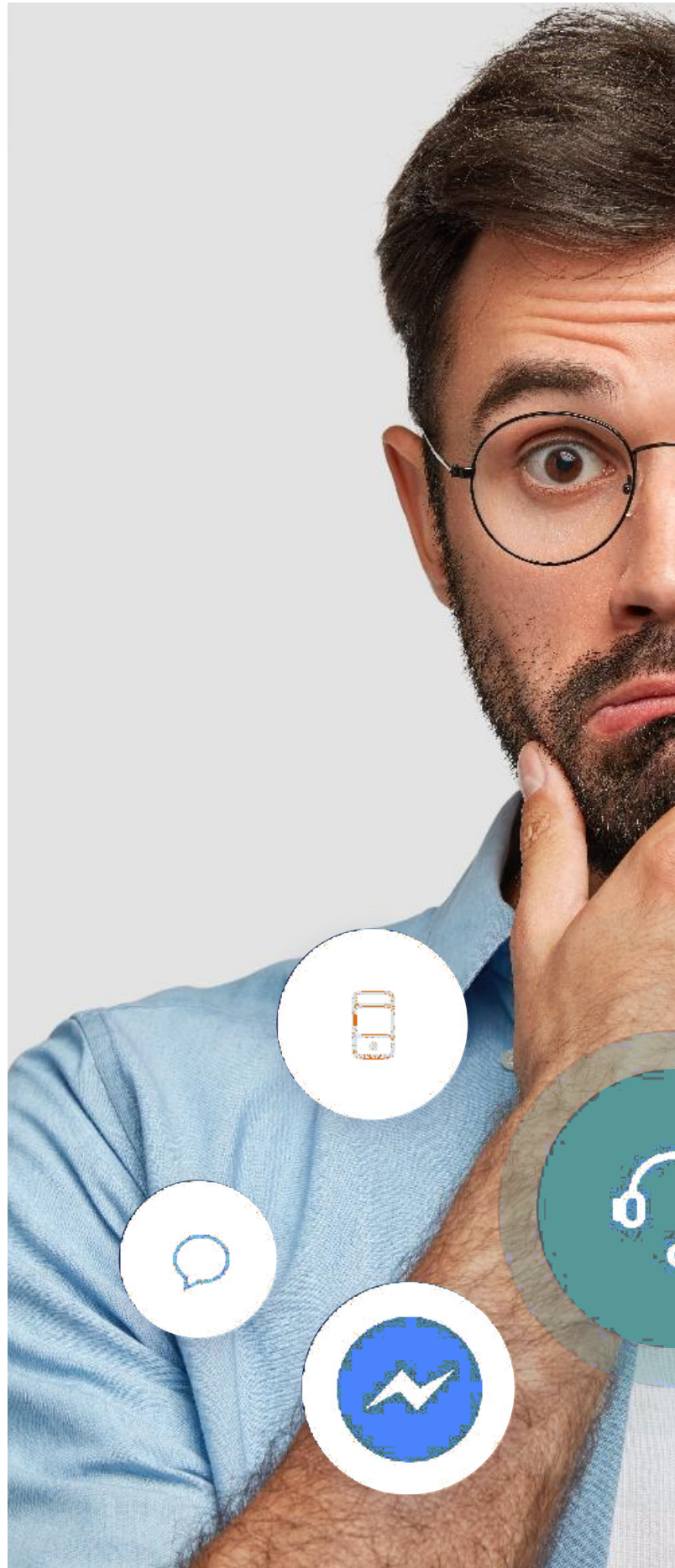
La demanda de los consumidores aumenta rápidamente, junto con la pandemia que provocó el cierre de casi todas las tiendas durante un período prolongado de tiempo, está aumentando el volumen de solicitudes de servicio al centro de contacto, y con más dispositivos y canales de interacción a su disposición, los consumidores esperan servicio en más canales.

Aquí es donde entran en juego los Agentes Virtuales Inteligentes (IVA), capaces de gestionar la demanda de formas casi indistinguibles de un agente humano.

LA INDUSTRIA DEL ASISTENTE VIRTUAL SE ESTÁ EXPANDIENDO: ¿ESTÁS ABIERTO A ELLO?

Los IVA son aplicaciones de autoservicio automatizadas que ofrecen capacidades similares a las de los agentes de soporte y servicio humano (simplemente nunca descansan ni se toman vacaciones) y son sustancialmente más económicas. Por lo tanto, pueden liberar un tiempo valioso para que los agentes humanos se concentren en las consultas más urgentes de los clientes.

Por ejemplo, pueden comprender la voz humana en más de 100 idiomas y responder utilizando texto a voz (TTS) que es casi indistinguible de un agente humano. Los agentes virtuales se pueden configurar con habilidades muy básicas; el agente más básico puede simplemente contestar el teléfono, preguntarle a la persona que llama si desea mantener su lugar en la cola y programar una devolución de llamada.



CON EL QUE ACABA DE HABLAR



Un agente avanzado puede tener las habilidades para comprender el habla humana en varios idiomas, determinar la intención mediante el procesamiento del lenguaje natural, procesar pagos de reclamaciones de PCI y responder en varios idiomas por teléfono, chat o SMS.

La automatización puede ayudar a los centros de contacto de forma masiva, respondiendo consultas de rutina y permitiendo posteriormente a las empresas desviar las llamadas de "trabajo ocupado" de los agentes en vivo. Esto libera el tiempo de los agentes en vivo para lidiar con consultas más complejas y reduce el tiempo promedio de espera para los clientes durante las horas pico, todo mientras brinda una experiencia más humana, que en realidad no es humana.

¿COMO FUNCIONA?

Los IVA utilizan la última tecnología integrada para ofrecer una amplia variedad de capacidades de autoservicio, utilizando el reconocimiento de voz y TTS en cientos de idiomas, junto con una amplia variedad de voces.

La integración con la tecnología y los agentes debe estar en el centro de las operaciones comerciales para poder atender las consultas de los clientes de manera rápida y eficaz. Con la respuesta de voz interactiva (IVR), las llamadas entrantes al centro de contacto se pueden controlar y administrar a través de scripts y recopilar datos, como el problema con el que necesitan ayuda.

Luego pueden ofrecer una amplia variedad de capacidades de autoservicio. Puede comenzar preguntando a la persona que llama: "¿Cómo puedo ayudarte hoy?" y al utilizar el procesamiento de lenguaje natural, el agente virtual puede responder a estas indicaciones abiertas, lo que permite al centro de contacto automatizar tareas que antes eran demasiado engorrosas para manejarlas mediante el reconocimiento de voz.

Una vez que el agente virtual ha completado la tarea, la información recopilada se puede pasar a través del sistema para realizar la tarea necesaria. Por ejemplo, si la llamada debe pasarse a un agente en vivo, el agente virtual puede recibir datos que le permitan determinar en qué cola colocar la llamada. La llamada del cliente, junto con la información contextual recopilada por el agente virtual, será luego transferida a un agente en vivo, quien tendrá todo lo necesario para resolver la consulta.

3 BENEFICIOS DE TENER ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP) EN SU BOLSILLO

La planificación de recursos empresariales (ERP) ha sido tradicionalmente un software de sistema de gestión empresarial de lento movimiento, con pocos o ningún cambio en su tecnología subyacente una vez que está instalado y operativo para la empresa.

Sin embargo, las tendencias recientes muestran que ERP está experimentando una avalancha de cambios que requerirán que todas las empresas se actualicen o se queden atrás en unos pocos años. En una era de acceso instantáneo a la información, la fuerza de trabajo móvil de hoy espera que el software de las grandes empresas tenga una aplicación móvil.

Las aplicaciones brindan a los ejecutivos y empleados acceso a información en tiempo real, así como a las comunicaciones con los clientes, y para satisfacer esta creciente demanda, la planificación de recursos empresariales se está volviendo móvil. Especialmente a la luz de que gran parte de la fuerza laboral se vuelve más flexible y móvil como resultado de darse cuenta de lo que es posible después de una pandemia, el ERP basado en dispositivos móviles brinda una amplia variedad de excelentes oportunidades, opciones complejas y flexibilidad.

Las aplicaciones móviles ERP permiten que la fuerza laboral envíe notificaciones automáticas, cree un evento, revise y apruebe el tiempo, las órdenes de venta y los gastos desde prácticamente cualquier lugar, incluida su cafetería local o incluso su patio trasero. Es posible que muchas empresas ya hayan adoptado tecnologías móviles, sin embargo, si no se utilizan de forma correcta y eficiente, podrían estar perdiendo mucho tiempo y dinero.

Estos son 6 beneficios clave de tener la planificación de recursos empresariales en su bolsillo y sobre la marcha.

1 | FLEXIBILIDAD

Los días de tener pilas de archivos escondidos en armarios y cajones, sin mencionar encima de los escritorios, no fueron hace mucho tiempo. En ese momento, los ejecutivos sacrificaron la mitad de su tiempo organizando información solo para encontrar exactamente lo que estaban buscando. Tener un entorno en la nube pone fin a esto y brinda a las empresas una ventaja vital al no tener que sacrificar un tiempo y un espacio valiosos.

El ERP basado en dispositivos móviles proporciona una comodidad incomparable en el registro de datos al facilitar que los trabajadores ingresen todos los datos relevantes con precisión sin volver a ingresar los datos en los sistemas de back-end.

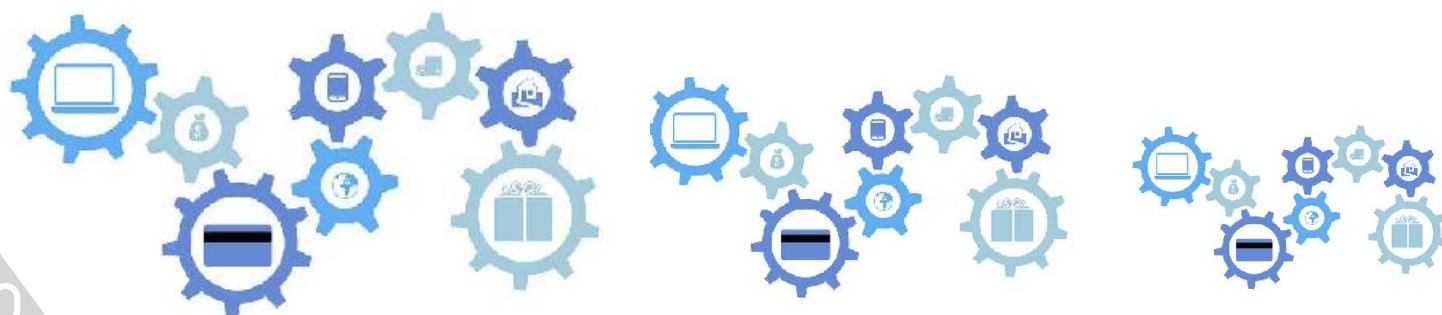
2 | DATOS DE CALIDAD

Sin lugar a dudas, los datos son una parte integral del mundo empresarial actual y el ERP basado en dispositivos móviles ofrece una gran ventaja en términos de datos que forman la base del sistema ERP. El ERP basado en dispositivos móviles puede diseñarse para capturar datos incorrectos y borrarlos al ingresar a su sistema ERP, lo que le ayuda a recopilar datos con mayor facilidad.

3 | MAYOR PRODUCTIVIDAD

El ERP basado en dispositivos móviles también permite a las empresas obtener una ventaja competitiva al proporcionar acceso instantáneo a datos comerciales en tiempo real, y al mismo tiempo tener la capacidad de tomar las acciones necesarias en su dispositivo móvil.

Los tiempos de aprobación que pueden tomar días ahora se pueden acortar con ERP basado en dispositivos móviles, lo que brinda una gran ventaja a los altos ejecutivos que tienen acceso completo a los dispositivos móviles.



FOOD DELIVERY BRANDS APUESTA POR LAS SOLUCIONES ERP Y EPM DE ORACLE EN SU PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Food Delivery Brands, grupo multimarca especializado en pizzerías con servicio a domicilio, ha confiado en la tecnología de Oracle para avanzar en la transformación digital de sus procesos financieros. El grupo, que opera las marcas 'Telepizza', 'Jeno's Pizza' en Colombia, 'Apache Pizza' en Irlanda y 'Pizza Hut' en España, Portugal, Andorra, Suiza, Latinoamérica (excepto Brasil) y Caribe, necesitaba añadir más velocidad a sus procesos internos con el fin de proporcionar la mejor experiencia posible a sus consumidores.

A fin de alcanzar sus retos, una mejor integración y automatización de procesos, Food Delivery Brands ha elegido la tecnología de Oracle para avanzar en su movimiento hacia la nube. En este sentido, la empresa ha optado por 'Oracle ERP Cloud' y 'Oracle EPM Cloud' para hacer frente a sus necesidades.

“Hemos elegido las aplicaciones de Oracle principalmente por su mantra del dato único. Oracle provee de herramientas de software muy potentes en cuanto a mantener la integridad del dato único. Además, el planteamiento de la compañía de mover herramientas a la nube es uno de los puntos que se alinea a nuestra estrategia”, declara Javier Mallo Sánchez, Chief Information Officer de Food Delivery Brands. Con la implementación de 'Oracle ERP Cloud' y 'Oracle EPM Cloud', Food Delivery Brands podrá cubrir mejor las necesidades tecnológicas en los departamentos financieros y de negocio, a través de soluciones y herramientas más eficientes. Las soluciones de Oracle permitirán a sus empleados contar con procesos más ágiles de forma que puedan dedicarse a añadir valor al negocio y a la compañía, en vez de dedicarse a meras tareas administrativas. “A nivel de sistemas puramente, 'Oracle EPM Cloud' es una plataforma que está en cloud y que se integra de una manera muy sencilla.

De hecho, realiza una integración casi nativa con 'Oracle ERP Cloud', una solución que llevamos utilizando en la compañía hace muchos años. Además, está en la nube de segunda generación OCI. Estamos seguros de que la solución nos traerá muchos beneficios”, comenta Mallo Sánchez.

Dentro del departamento de finanzas, la decisión de Food Delivery Brand por implementar soluciones ERP y EPM de Oracle viene sobre todo de la necesidad de hacer más eficientes sus procesos internos de trabajo y ofrecer a sus empleados una analítica casi en tiempo real, que les permita agilizar los cierres de mes y controlar mejor el estado de las cuentas. “Antiguamente, externalizábamos muchas tareas administrativas y no claves para el negocio. Por ello, hemos recurrido a las herramientas de Oracle que ahora nos facilitan la operativa lo máximo posible. Son herramientas ágiles de conectar y de mantener”, apunta Mallo.

A través de la implementación de 'Oracle EPM Cloud', Food Delivery Brands gana en agilidad e información, necesarias para alcanzar resultados más eficientes. La solución le ayudará a modelar y planificar no solo en el área de finanzas, sino en sus departamentos de RRHH, cadena de suministro y ventas, optimizando su proceso de cierre financiero e impulsando la toma de mejores decisiones.

“La forma de operar los cimientos de la empresa, es decir, los departamentos de Finanzas, Supply Chain y Recursos Humanos, se ha potenciado de forma exponencial. Con 'Oracle EPM Cloud', además de dar más eficiencia a nuestros procesos internos, también podremos potenciar nuestro proceso de transformación digital haciendo más fácil el journey to cloud en el front office”, concluye el directivo.

GRUPO
TELEPIZZA





WALMART Y SU CALL CENTER 100% INCLUSIVO

WalMart acaba de lanzar el curriculum vitae (CV) ciego, una iniciativa 100% mexicana para que la selección de candidatos se haga solo por su talento, sus habilidades y su experiencia sin importar ningún otro dato (como nombre, sexo, edad o apariencia física).

10% del personal del call center tiene alguna discapacidad, es decir 50 en un universo de 500 personas.

El formato de reclutamiento comenzará a implementarse en otros países, aseguró Ignacio Caride, vicepresidente senior de comercio electrónico y pagos y servicios financieros de Walmart de México. La operación de WalMart Canadá da seguimiento para incluirlo en el mediano plazo en ese mercado.

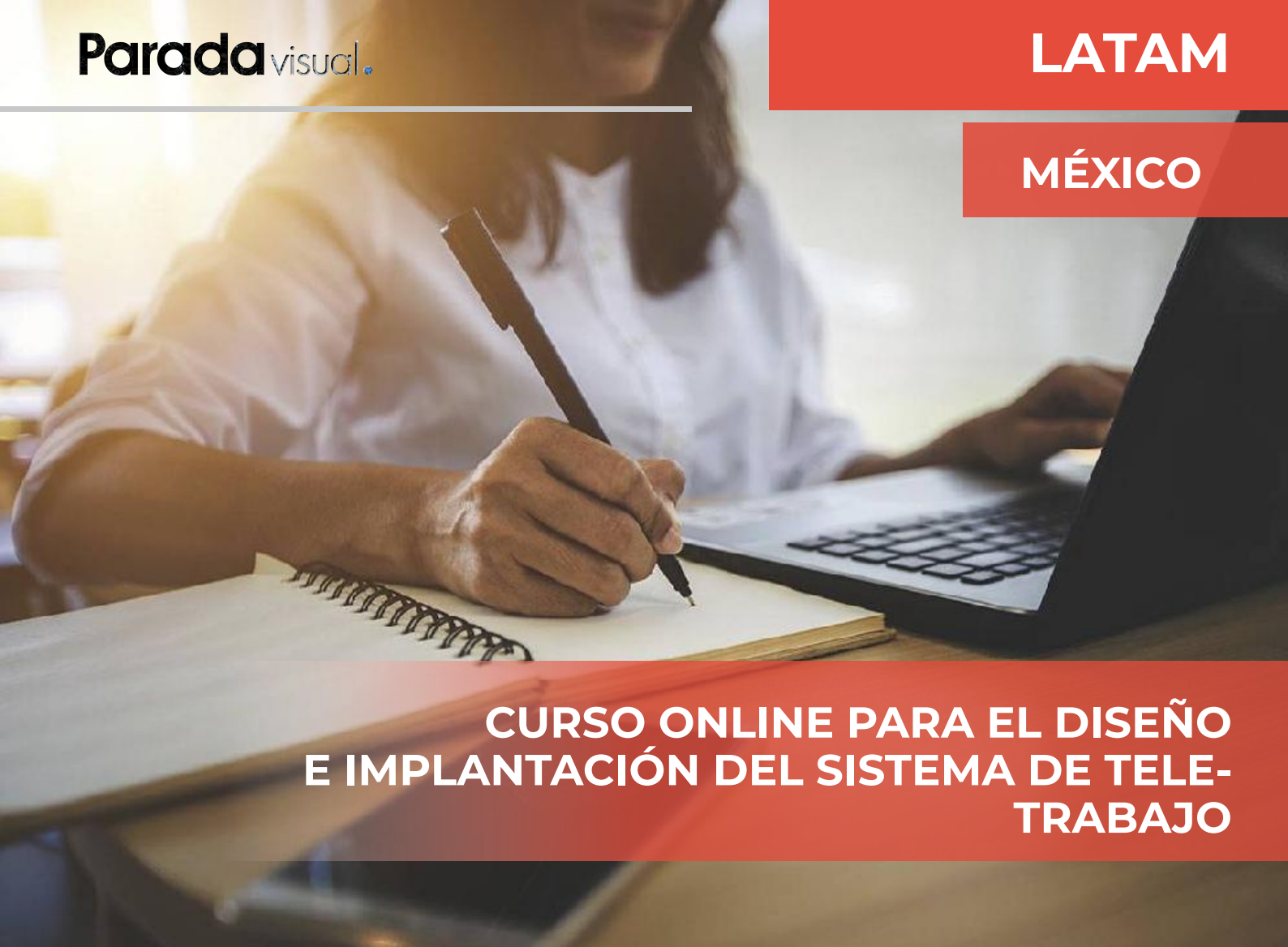
Uno de los obstáculos para contratar personal con discapacidad era que no tenían algunas habilidades desarrolladas o necesitaban apoyo en ciertas áreas (es conocido el problema educativo entre las pcd desde la base), por lo que WalMart hizo acuerdos con instituciones para darles cursos específicos de capacitación de tres meses antes de la contratación; pero lo interesante es que ese trimestre

es remunerado: es decir cobran mientras son entrenados antes de convertirse en empleados de la empresa.

La capacitación es para las personas que contratan para su call center (que desde la pandemia es 100% home office). Solo en enero contrataron a 30 pcd y en esta área ya 10% del personal tiene alguna discapacidad (50 en un universo de 500 personas)

El Curriculum Ciego consiste en pedirles a los candidatos que compartan toda su información en sus currículos pero que no incluyan datos personales como su fotografía, nombre, género o la edad, con la intención de enfocarse exclusivamente en el talento, en cuáles son sus habilidades, su experiencia y nos basamos en eso para seleccionar a los candidatos.

No se tiene un target definido, aseguró quien también dirige la unidad de Diversidad e Inclusión, pero lo que sí buscamos es mitigar todo tipo de sesgos inconscientes que puedan haber en los procesos, y enfocarnos realmente en identificar a las personas por sus habilidades, capacidades y competencia.



CURSO ONLINE PARA EL DISEÑO E IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE TELETRABAJO

Casi nadie duda ya que el mundo del trabajo se encuentra en un proceso de transformación a nivel global, transformación que abarca un número cada vez mayor de sectores de actividad, profesionales, empresas y del porcentaje del PIB de los países. Para muchos el trabajo está en la oficina, aunque para otros, trabajar desde casa puede ser una alternativa con grandes ventajas, actualmente esto es ya posible, gracias al desarrollo de las tecnologías de la Información y de la comunicación, las TIC.

En este curso se abordan los hitos claves para la incorporación de la modalidad de teletrabajo a una empresa u otro tipo de organización laboral que opte por él. El diseño e implantación se plantean de forma adaptada su modelo de trabajo y características propias, permitiendo al mismo tiempo la evolución del propio modelo de trabajo y potenciándolo con los recursos que las tecnologías de la información. El curso está estructurado en tres partes:

En la primera parte se presenta el teletrabajo como modalidad laboral a un nivel global y conceptual a fin de conocer en que se basa, orígenes, modelos, ventajas y retos, ...y servir de base de conceptual para los capítulos posteriores.

En la segunda parte se afronta de forma más profunda el proyecto de adopción del teletrabajo, desde por donde iniciarlo en función de las características y situación de la empresa, partiendo de la autoevaluación, hasta el desarrollo de la prueba piloto y la gestión de sus resultados.

En la tercera parte se abordan de forma más profunda algunos aspectos como los que afectan a la prevención de riesgos laborales en teletrabajo, acuerdo de teletrabajo o formación y capacitación para teletrabajadores y perfil del teletrabajador.

Este material va dirigido a líderes y profesionales de empresas u otro tipo de organizaciones que gestionen personas en el desarrollo colaborativo de funciones, que estén involucrados o interesados, en la incorporación del teletrabajo a su organización, incluyendo: responsables de la alta dirección, gestores de recursos humanos, de tecnologías de la información, de prevención de riesgos laborales, de comunicación, líderes de personas y equipos, sean miembros de la cadena de mandos o no. Así como representantes de los trabajadores u otros profesionales interesados en el teletrabajo.

Para más información ingresa a la web del Centro de Alta Formación México (CAF)

MÉXICO

CALL CENTER DESDE CASA

La pandemia trajo consigo conflictos en todos los aspectos de la vida económica del país y la localidad mexicana de Tijuana no fue la excepción. No obstante, compañías como Call Center Services International, supieron adaptarse a la nueva normalidad con una modalidad de trabajo en casa.

En palabras de Jorge Oros, presidente de Call Center Services International:

“Al principio de la pandemia les tocó ser testigos del cierre de muchas empresas y clientes de ellos, pero otros clientes también empezaron a crecer (...) Nos preocupamos mucho por la salud de nuestro personal, siempre conscientes de que tenemos que hacer que el negocio siguiera funcionando, pero también asegurarnos de que la gente no perdiera su empleo. Lo que decidimos hacer por un periodo de 30 días es movilizarnos y sacar a la gente a trabajar en casa. Es un modelo que no inventamos porque ya existía y nos fuimos ajustando. Incorporamos tecnología para que nos ayudara a que la gente se mantuviera en su casa, que pudieran continuar con su empleo y que pudiéramos seguir operando”.

Apuntó que el trabajo en casa representa un gran reto debido a qué hay que motivar a la gente de una manera virtual y eso les ha dado resultados importantes.

“Nos da mucho gusto ser parte de la familia CCSI, creemos en nuestra gente y eso nos permite mantenerlos motivados y comprometidos con la empresa. Lo más importante es que la empresa se preocupa por ellos, y pueden venir a meter su solicitud de empleo, en línea o físicamente. Recomendamos en línea ahorita que estamos en tiempos de pandemia. Antes decíamos que teníamos cuatro ubicaciones, ahorita tenemos arriba de 2000 por todas las personas que están trabajando desde casa y prácticamente se convierten en una ubicación”, añade.

A los futuros empleados se les da capacitación en línea y lo único que tienen que hacer es presentarse, se les da su computadora, su diadema, claro que antes deben pasar el proceso de selección en el que se les pregunta sobre los requerimientos que deben tener en su casa para poder operar desde ahí.

Indicó que les dan sugerencias sobre cómo debe estar su lugar de trabajo en casa y una vez hecho esto, se van a su domicilio con computadora y diadema para iniciar el proceso de capacitación para que después empiece a laborar para alguno de los clientes.



CALL CENTER ATIENDE A CONSULADOS MEXICANOS DE CANADÁ Y ESTADOS UNIDOS

MÉXICO



Las citas para el consulado mexicano serán de nuevo por Mexitel, ahora manejado por un nuevo call center que opera en Ciudad de México y atiende a todos los consulados mexicanos en Estados Unidos y Canadá.

El Consulado General de México en Dallas por ejemplo, ha vuelto a utilizar el servicio de Mexitel para agendar las citas referidas a los trámites y servicios en la sede diplomática.

Luego de un par de semanas operando con un sistema de citas que se manejaba a nivel local, en el mismo consulado, mediante el llenado de un formulario de Google, ahora se volverá al uso de Mexitel.

Las personas que deseen realizar una cita para un trámite en el Consulado mexicano, deben llamar al teléfono 877-639-4835, desde cualquier parte de Estados Unidos o Canadá.

Serán atendidos por un call center instalado en la Ciudad de México, donde programan las citas que están abiertas en los consulados mexicanos.

También pueden entrar al sitio web de Mexitel, donde pueden programar las citas por internet, en esta página web.

El cambio operado tiene su origen en la tormenta invernal que obligó al Consulado a suspender su servicio una semana, por lo que

no se podía atender las solicitudes de cita, y además, por la renovación del sistema Mexitel por parte del gobierno mexicano.

La Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) de México contrató a una nueva empresa que maneja el servicio de Mexitel, el centro de atención telefónica, información y concertación de citas para trámites y servicios de los consulados de México en Estados Unidos y Canadá.

El cambio en la empresa que maneja el servicio de Mexitel ocurre una vez que se venció el contrato anterior, lo que coincidió con quejas de mexicanos en varias partes de Estados Unidos y Canadá que no pueden conseguir citas en los consulados de su país para tramitar un pasaporte, una matrícula consular o hacer algún otro trámite y la venta de citas por parte de coyotes, gestores que cobran por hacer una cita.

La empresa Bufete Empresarial GTI, S.A. de C.V. obtuvo el contrato para operar el servicio de Mexitel, según dio a conocer la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) en un comunicado.

Por este servicio, la empresa ofreció un precio de 166,872,275 pesos mexicanos (unos \$8,453,509 al tipo de cambio actual), de acuerdo con el fallo de la licitación siendo este el más bajo.

URUGUAY ESCOGERÁ EN MARZO A SU ADMINISTRADOR DE PORTABILIDAD NUMÉRICA

La Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (Ursec) abrió, tal como estaba previsto, la búsqueda de la empresa que se ocupará de la administración de la portabilidad numérica en Uruguay hasta 2026. Publicó las bases y los interesados podrán retirarla por 2.000 dólares. Se espera que en marzo se abran los sobres para conocer la decisión.

La empresa o consorcio que quiera participar deberá enviar cuatro sobres: propuesta administrativa, técnica, de antecedentes y económica. Los tres primeros se evaluarán en la primera etapa y ahí se decidirá cuántos interesados cumplen con las condiciones mínimas establecidas. Solo los precalificados medirán sus ofertas económicas, documento que definirá la selección.

A la fecha ninguna compañía se mostró públicamente interesada en participar.

No podrá ser cualquiera pues “los oferentes deberán contar con una experiencia mínima de dos años prestando servicios equivalentes a los que se pretenden contratar” y su solución debe estar en servicio en “al menos dos países de América o Europa”, se indica en las bases.

El cronograma marca que en mayo deberán estar listos los sistemas y en julio iniciarán las pruebas. En octubre el sistema estará implementado y comenzará a funcionar, agregando al país a la larga lista de quienes ya tienen portabilidad numérica para móviles en Latinoamérica. El administrador deberá poder completar las portaciones en tres días hábiles.



PERÚ LANZA TEATRO VIRTUAL “CALL CUTTA AT HOME”

El grupo suizo-alemán, que se presenta en la cartelera del festival Temporada Alta 2021, que organiza la Alianza Francesa del Perú, encontró refugio en Zoom.

Se trata de un trabajo que encontró nuevas formas a través de los años y las circunstancias. Valiéndose del recurso del telemercadeo, “Call Cutta” empezó como una llamada telefónica que sorprendía en cualquier momento; para luego, en “Call Cutta in a Box”, ser una llamada que el espectador mantenía mientras interactuaba con una sala creada por la compañía. Utilizar Zoom era el siguiente paso lógico. Porque mientras hay quienes todavía defienden que el teatro tiene como pilar inamovible la copresencia física, Rimini Protokoll trabaja con la virtualidad desde el 2005 y no por eso es menos teatro.

La llamada colectiva empieza con un telón rojo que pronto es reemplazado por las protagonistas de la obra. Sunny y Madhu abren las puertas de su casa. O quizás sería más preciso decir que prenden sus cámaras. Ellas advierten que esta obra no será sobre “pretender”. Todo es real. Ellas son reales y cuentan sus experiencias cuando trabajaron en un call center en Calcuta. El público también es real. Las cámaras se prenden. Cindy, Luisa Fernanda, Jana y otros rostros aparecen. El Zoom permite que los tradicionalmente invisibles –incluso el público–, tengan un rostro.

Sunny y Madhu muestran las técnicas que solían usar para conectar con las personas. El clima limeño, el trabajo de las teleoperadoras y la

pandemia son los primeros temas que presentan. Luego hablan de Pilar Mazzetti, de su renuncia al ministerio de Salud y una presunta corrupción en la lucha contra el coronavirus. ¿Cómo saben tanto del Perú? Hablar de esos asuntos –a los que se accede con un clic– da sentido de pertenencia y, aunque puedan tener un acento distinto o hablar en inglés, se las siente cercanas. Así era más fácil vender a Estados Unidos, Australia y otros países.

Sunny pide que las personas se sienten debajo de sus escritorios: así se siente ahora que le es tan difícil salir de su casa en Estonia. Madhu muestra su altar y las imágenes del dios Gopala, y dice que allí suele rezar junto a su hija. Cindy dice que tuvo coronavirus mientras explica quienes aparecen en una vieja foto que sostiene. Otros añaden que les gustaría reencarnarse en aves. Luego, todos se pondrán a bailar, se aislarán de par en par, y se echarán en la cama o en un sofá.

En los cinco actos que dura “Call Cutta at Home”, el público, Sunny y Madhu hablan de la muerte, comparten un té, comprenden que cada uno de los presentes es un universo interminable. El Zoom, tan protagónico cuando la conexión a internet falla, es la herramienta que toma los diferentes escenarios (las casas) y los combina en un gran teatro. ¿De qué otra manera podríamos generar un vínculo tan íntimo con personas que viven tan lejos? ¿Cómo podríamos comprender que, detrás de cada llamada incómoda en la que nos quieren vender algún producto, existen personas como nosotros?



UNIVERSIDAD RECONOCIDA POR SU SISTEMA EDUCATIVO VIRTUAL A TRAVÉS DE MICROSOFT



Microsoft Teams

A través de Microsoft Teams y Office 365, Univalle Santa Cruz ha fortalecido su colaboración e intercambios académicos, manteniendo su misión de divulgar y propagar el conocimiento científico.

Microsoft ha declarado a Univalle un caso de éxito, gracias a la implementación de las plataformas Microsoft Teams y Office 365 como principales herramientas para la continuidad académica ante los eminentes desafíos que se dieron por la llegada de la pandemia.

La Universidad Boliviana habilitó Microsoft Teams, apostando a la tecnología para que más de 1.000 docentes pudieran llevar a cabo cursos virtuales en diferentes departamentos del país, alcanzando a más de 14.000 estudiantes, consiguiendo enseñar 8.500 materias a escala nacional, a través de esta plataforma interactiva, logrando así, avances significativos en agilidad, integración, movilidad y virtualización.

Univalle pone a disposición de toda la comunidad universitaria la innovación tecnológica a favor de la academia, dado que consideran que la academia y la innovación son los pilares fundamentales para la formación de estudiantes con excelencia.

Este esfuerzo conjunto entre Univalle y Microsoft permitió a la institución educativa realizar una rápida transición de Office Live a Office 365 y Microsoft Teams. Además, la naturaleza colaborativa de las soluciones de Microsoft puede optimizar la relación entre estudiantes, profesores y administrativos, a pesar de la distancia.

Esta Universidad, a lo largo de sus 32 años de existencia, ha logrado consolidar un prestigio institucional referente en el país, donde la máxima es la excelencia académica a través de la práctica (hacer es aprender), como también la innovación, la tecnología y la infraestructura que han jugado un papel protagónico a la hora de diferenciarse del resto; por esta razón, extendemos nuestro agradecimiento a Microsoft por el reconocimiento, que reafirma nuestra misión institucional ante el mundo.

Univalle Santa Cruz, inicia sus actividades académicas este 1 de marzo; implementando además el primer Campus Eco Smart del país, ubicado en la avenida Banzer séptimo anillo y avenida Juan Pablo II; y una inversión de \$US 50 millones en ocho edificaciones y equipamiento de última tecnología.

La nueva sede ofrece cinco carreras a nivel internacional, Medicina, Licenciatura en Gastronomía, Ingeniería Comercial, Ingeniería Biomédica y ingeniería de Petróleo, Gas y Energía. Inscripciones abiertas en la avenida San Martín, esquina la plata.

CONECTA es líder en el sector de call center de Bolivia, forma parte del Grupo Empresarial de Inversiones Nacional Vida, cumple 15 años en el mercado y celebra este aniversario con la implementación de dos nuevas tecnologías digitales de punta en el mundo. Se trata de innovaciones tecnológicas fundamentales para digitalizar los negocios y digitalizar la comunicación entre empresas y clientes mediante varias plataformas. Hablamos de la herramienta omnired S1 Getway y la pasarela de pago Livees Checkout, enfocadas a acercar digitalmente a las empresas con sus clientes a través de múltiples plataformas (voz, redes sociales, chat y correos).

En palabras de José Ignacio Justiniano, gerente general de CONECTA: "Para celebrar nuestro 15 aniversario hemos realizado una importante inversión adquiriendo dos tecnologías de punta, robustas y en la nube, de las cuales somos el partner para Bolivia: S1 Getway y Livees Checkout. Estas dos herramientas se adaptan muy bien a la necesidad de digitalizar los negocios, pero de una forma que para el cliente sea fácil comunicarse y completar el circuito de la interacción: una compra o un pago".

S1 Getway es una de las herramientas más usadas en los contact center más grandes y avanzados del mundo. Destaca por su flexibilidad y facilidad, tecnología de inteligencia artificial (bots) y, sobre todo, por toda la información que genera y aporta para la toma de decisiones. Es una plataforma que, en una sola pantalla, administra todas las redes sociales: Facebook fan page, Messenger, web chat, WhatsApp Business, Instagram, Youtube, LinkedIn, Twitter y correo electrónico.

"Esta plataforma nos permite parametrizar los tiempos de atención por tipo de canal, tener un historial de los contactos y segmentar canales o perfiles de operadores en función el tipo de interacción: atención al cliente, ventas, cobranza o help desk", explica Justiniano.

La herramienta Livees Checkout, es una pasarela de pago en la nube, que permite vender o cobrar a los clientes a través de página web, Facebook o links de pagos rápidos para ser usados en cualquier red social (WhatsApp o mensajes de texto). Esta tecnología cuenta con todas las certificaciones de seguridad tanto nacionales como internacionales, múltiples métodos de pago: tarjeta de pago de débito o crédito, código QR, módulo de descuento o bonificación, módulo de almacén virtual y envío automático de factura electrónica. "Además, si las empresas no cuentan con su tienda virtual, CONECTA se encarga de crearla al menor precio", indica el ejecutivo.

Son apenas dos innovaciones de las múltiples que la empresa impulsa para continuar liderando el sector en el país del Altiplano.

CONECTA

LÍDER DEL SECTOR CALL CENTER CELEBRA 15 AÑOS EN EL MERCADO



GRUPO NACIONAL VIDA



S1 Gateway

ENCUESTA A TRABAJADORES ARROJA QUE QUIEREN SEGUIR EN TELETRABAJO

El estudio realizado reveló que el 76% de su plantilla afirmó no tener “ningún problema para trabajar desde casa”, y sólo levantan la inquietud de la entrega de ciertos elementos necesarios para el desarrollo de sus labores. El sondeo sobre teletrabajo se realizó a 1.597 colaboradores de Fastco Group en Chile, Perú y Colombia, con 1.107 respuestas entre el 8 y 25 de enero de 2021. Entre los resultados más relevantes se aprecia que el 78% de la muestra calificó su experiencia de trabajar desde casa como “buena” o “muy buena”.



Fastco Group quiso sondear el estado laboral actual de sus colaboradores en orden de mantener los índices de productividad y resultados.

En palabras de Gonzalo Cruells Navarro, gerente general corporativo de Fastco Group: “Cuando llegó la pandemia ya estábamos con modalidad de teletrabajo, pues comenzamos a implementar esto tras el estallido social en Chile. Entonces, con poco más de un año, quisimos proyectar este 2021 considerando la experiencia de nuestros colaboradores.

Los resultados nos llevan a confirmar que las medidas tomadas por la compañía, con relación a la adaptabilidad durante este escenario, han sido muy efectivas. Seguimos trabajando para mantener estos niveles de satisfacción y además para lograr atender las necesidades del 2% que calificó esta etapa como negativa”.

Acerca de la posibilidad de regresar a las oficinas, el 75% del universo encuestado declaró no querer volver. Del 25% que sí desea regresar a laborar en las dependencias de la empresa, el 70% quiere una modalidad híbrida (casa y oficina), mientras el 30% restante principalmente ejecutivos y mujeres desea regresar 100% presencial. El regreso a las dependencias, en la actualidad parece complejo, debido a la situación sanitaria, “en Fastco la seguridad y salud de nuestros colaboradores es prioritario, exponerlos a riesgos no es una opción”, expone Cruells. Otro de los valores de esta medición apunta a que se realizó entre trabajadores de contact center, uno de los rubros donde está más arraigada la operación en el propio lugar de trabajo, por lo que sus resultados otorgan una perspectiva de cambios profundos que podrían establecerse en este sector.

“En la empresa estamos constantemente ocupados de mantener y renovar los incentivos y estímulos para nuestros trabajadores, porque sabemos que su bienestar se traduce en el bienestar de toda la compañía”, asegura el gerente general corporativo.

El sondeo también apuntó a la salud mental de los colaboradores, donde el 85% afirma estar “bien” o “muy bien” con esta forma de trabajo post estallido social y pandemia del coronavirus. “Esto nos llena de alegría y tranquilidad, pues es un indicativo de que las cosas se están haciendo bien. Por supuesto, será prioridad trabajar con aquel 15%, que puede presentar síntomas de estrés o cansancio. Para ellos, estamos desarrollando actividades lúdicas como risoterapia, teatro, concursos, talleres recreativos, sorteo de membresías o campeonatos de videojuegos”, agrega Cruells.

En medio los retos que supone la pandemia, la industria los Contact Centers ha logrado seguir creciendo y ofreciendo importantes oportunidades de trabajo e innovación tecnológica.

Es un sector que evoluciona al ritmo de la transformación digital para mantener la competitividad a escala global y contribuir con el sostenimiento de los niveles de productividad que requieren las empresas.

No obstante lo dicho, miremos los datos curiosos que configuran el camino recorrido por este sector, estos son algunos que tal vez no conoces:

El primer gran Contact Center del mundo es atribuido a la empresa Ford, que en 1962 implementó un sistema de telecomunicaciones con el objetivo de aumentar las ventas.

En un Contact Center de Las Vegas un agente estuvo durante 10 horas y 29 minutos en una llamada con un cliente. Todo el tiempo invertido fue para vender unas botas para mujer.

El coronavirus incrementó el uso de los chatbots para atender las dudas sobre la pandemia a nivel mundial. Su uso se ha crecido 160% en los últimos años, y de acuerdo con Gartner más de 70% de los trabajadores en cargos ejecutivos, interactuarán con plataformas conversacionales a diario en el 2022.

En España, los colaboradores de los Contact Center son en un 73% mujeres. Por lo que es una actividad que se asocia generalmente a un rol femenino.

Uno de los sectores que más invierte en Contact Centers para mantener una relación con los clientes es el financiero.

Los reconocidos DJs Axwell & Ingrosso decidieron vender sus productos directamente a través de su chatbots. El resultado: Ventas por más de 12,000 dólares.

En América Latina, Colombia se ha consolidado como el tercer país con mayor participación en el mercado de Contact Center en Latinoamérica al alcanzar un nivel de facturación de 1,365 millones de dólares.

La industria de los Contact Centers en México está compuesta por 560 mil estaciones que generan 700 mil empleos.

CURIOSIDADES RESPECTO A LOS CONTACT CENTERS QUE TAL VEZ NO CONOCES



CHILE

WOM OBTIENE ESPECTRO EN LAS CUATRO BANDAS CONCURSADAS PARA REDES 5G

Wom fue la única compañía que obtuvo bloques en todas las bandas puestas a disposición en el concurso de espectro compatible con 5G que se desarrolló por etapas en las últimas semanas en Chile. Con los resultados, el operador consiguió reducir la diferencia con sus competidores en bandas bajas y, más aún, en bandas medias y altas.

El último concurso terminó con desempate y tres empresas se quedaron con 50 MHz en 3,5 GHz. Movistar presentó una oferta de 117.000 millones de pesos (162,7 millones de dólares), Entel de 100.000 millones de pesos (139 millones de dólares) y Wom de 32.000 millones de pesos (44,5 millones de dólares). Dos interesados quedaron fuera de la puja en 3,5 GHz. Por un lado, Borealnet, del que estaba claro que no estaría entre los adjudicatarios porque sus ofertas no le alcanzaron para quedarse con espectro en 700 MHz ni AWS la semana pasada. Sorprendió un poco más el caso de Claro, aunque ya se barajan algunas

opciones para que la compañía consiga más espectro en esa banda. Varias empresas, entre ellas Claro, ya contaban con 3,5 GHz en el país pero ese espectro fue asignado "sin ingresos para el estado ni exigencias de cobertura", recordó el regulador en un comunicado. Para lo que sí atañe lo previamente asignado es para los topes de espectro: Entel quedó ahora excedido y deberá devolver 45 MHz, lo que abre la puerta a las negociaciones con terceros interesados.

"Los resultados de esta primera fase de licitación no detienen los planes de despliegue de Claro. Seguiremos avanzado en el desarrollo de 5G con nuestro espectro disponible, incluyendo la banda 26 GHz, y de cara a la siguiente etapa del concurso público", dijo la compañía. La Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) ya evalúa un segundo proceso, aunque aún sin fecha prevista.

Movistar bajó el nivel de tensión que había mantenido hasta la fecha. La compañía, que se adjudicó cinco bloques de 10 MHz en 3,5 GHz, dijo que "con el espectro conseguido, podemos iniciar el despliegue y posterior lanzamiento comercial de 5G". Antes, esta banda había sido usada por la empresa como eje de sus argumentos para pedir en cuatro oportunidades la suspensión del concurso por irregularidades.

A la reciente adjudicación se le debe sumar la de 20 MHz en 700 MHz y la de 30 MHz en AWS por subasta que se otorgaron a Wom. En tanto, se dieron bloques de 400 MHz en la banda 26 GHz a Claro, Entel y Wom sin subasta. Por la suma de todas se recibieron unos 453 millones de dólares para el Estado, indicó Subtel, cinco veces más que los 74 millones de dólares obtenidos en el acumulado hasta el momento.



CURSOS ONLINE

ATENCIÓN AL CLIENTE

¿Y SI APROVECHAS
EL TIEMPO
QUE ESTÁS
EN CASA?

- ATENCIÓN AL CLIENTE
- ATENCIÓN DE RECLAMACIONES
Y QUEJAS
- ATENCIÓN TELEFÓNICA
- CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE



www.formantec.es



hola@formantec.es

formantec

COLOMBIA



INVERSIÓN EXTRANJERA »

La inversión extranjera ha sido un motor clave para la recuperación de la región colombiana conocida como el Valle del Cauca, generando nuevas oportunidades de empleo y contribuyendo a su desarrollo social y económico. Así lo reveló un informe de Invest Pacific, entidad promotora de la inversión en esta región, al dar a conocer los resultados en el 2020, 16 proyectos de inversión extranjera directa que en lo corrido del 2020 ha acompañado Invest Pacific, para Cali y el Valle del Cauca, que proyectan generar cerca de 1.800 nuevos empleos a partir de este año, con montos de inversión de más de US\$ 205 millones.

Para el 2021 se espera generar 20 proyectos de inversión en el sector contact center, en operaciones de tecnologías, empresas desarrolladoras de software; productoras de materiales de construcción y empaque; compañías de aguacate hass; de ingredientes para la industria de alimentos y de alimentos procesados, entre otros, que contribuyan a la creación de empleos.

Son nuevas inversiones de compañías de contact centers bilingües, plataformas

tecnológicas para domicilios y de desarrollo de software que llegan en busca de recurso humano capacitado y bilingüe.

También, inversiones y reinversiones en sectores como el de agroindustria, farmacéutico y de alimentos y bebidas, de empresas que continúan creciendo en la región.

Estas inversiones proceden de países como: Francia, Chile, Estados Unidos, Israel, Nicaragua, México, Argentina, Venezuela, Alemania y Panamá, que siguen confiando en las ventajas competitivas, como ubicación estratégica, tejido empresarial, el talento humano calificado, entre muchas otras, que ofrece nuestro territorio.

Dentro de estas inversiones del 2020 se destaca la cadena multilatinas de farmacias Farmatodo, que este año inició su plan de expansión en Cali, con la apertura de sus dos primeras tiendas. Managro, de origen israelí, que adquirió las operaciones, las marcas y la maquinaria de Pacific Fruits en Palmira, con lo que seguirá fortaleciendo el sector agroindustrial del Valle del Cauca.



EN VALLE DEL CAUCA Y EL SECTOR CONTACT CENTER

También está Alorica, empresa estadounidense de call center y servicios tecnológicos de clase mundial que está proceso de establecimiento de una operación de servicios globales de contact center bilingüe en Cali. Patagonian IT, de Argentina, dedicada al desarrollo e innovación de software. Avantica, que inauguró su nuevo centro de desarrollo de software en Cali.

Valle del Cauca se seguirá posicionando como una plataforma productiva y exportadora especialmente, promoviendo la estrategia de relocalización: nearshoring.

INFORMACIÓN EN EMPRESAS

“Se proyecta concretar empresas europeas de materiales de construcción y empaques; así como la expansión y reinversiones de otras operaciones manufactureras. Además, el Valle del Cauca se seguirá posicionando como una plataforma productiva y exportadora especialmente, promoviendo la estrategia de relocalización: nearshoring”, explicó Invest Pacific.

Se espera también materializar inversiones de compañías productoras de aguacate hass e ingredientes para la industria de alimentos y de alimentos procesados, procedentes de Europa y Latam, principalmente, que han manifestado interés de llegar al Valle en este 2021. Además, se busca convertir a Cali en epicentro de más operaciones de BPO y de TI & Software, para lo cual Invest Pacific viene acompañando varias empresas de tercerización de servicios que están evaluando su decisión de inversión y otras que están en proceso de expansión.

“Ya se cuenta con una empresa latinoamericana de desarrollo de software que llegará a Colombia, y Cali está dentro de las ciudades finalistas para su operación; y una compañía líder global en desarrollo de software con presencia en Colombia y planes de crecimiento en Cali para este nuevo año”, explicó la entidad.

El 2020 fue un año positivo para Valle del Cauca en inversión extranjera.

COLOMBIA

Dentro del proceso de reactivación económica de la capital colombiana, Bogotá, la Secretaría de Gobierno y Diageo anunciaron un acuerdo referido a las políticas de contratación de la empresa privada que incluya a las poblaciones que han más afectadas durante la pandemia. Este acuerdo representa una alianza entre la Secretaría de Gobierno y el sector privado para la inclusión del enfoque diferencial étnico en su proceso de selección de personal en sus cargos operativos y administrativos.

De modo que la entidad distrital brindará la asistencia técnica y hará seguimiento a la incorporación del enfoque étnico a sus políticas de empleo. Se busca que este enfoque laboral sea aplicado por otras empresas del sector privado. Las personas que pertenezcan a estos grupos étnicos y estén interesados en acceder a estos nuevos empleos pueden enviar su hoja de vida a los correos: **Camila.moreno@diageo.com**
Erika.lara@diageo.com

Así mismo, para promover la educación como generador de oportunidades, Diageo anunció la creación de un fondo educativo para abrir canales de formación a los miembros de las comunidades étnicas, permitiendo que los candidatos se puedan preparar para acceder a las ofertas laborales. Cabe destacar que recientemente Staffing de Colombia, organización que pertenece al sector de las Empresas de Servicios Temporales (EST), anunció que hay cerca 1200 vacantes disponibles para cargos en varias ciudades del país.

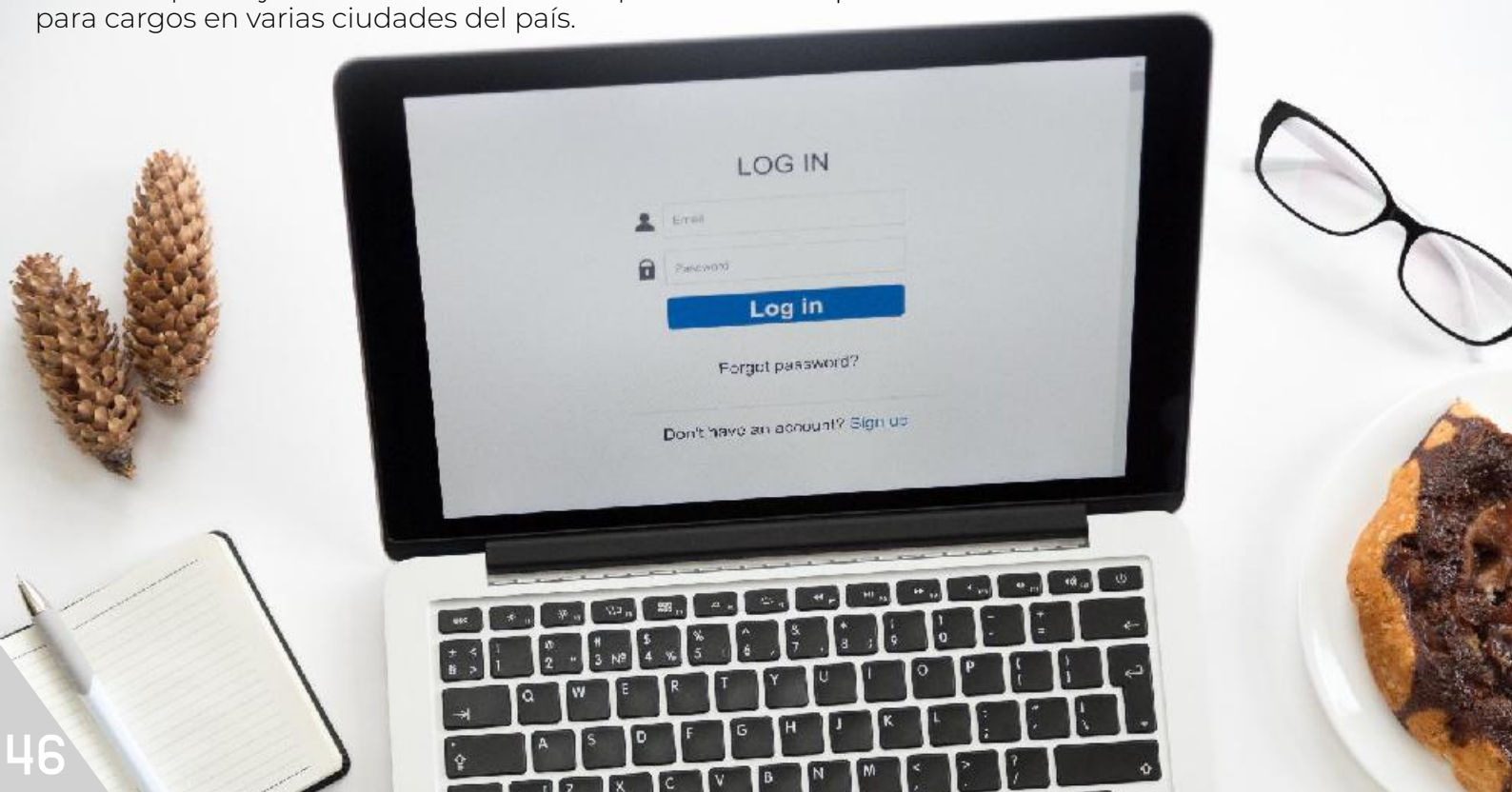
CONTACT CENTER ENTRE LOS SECTORES QUE MÁS OFERTAN EMPLEOS

Entre los cargos más solicitados está el de agente de contact center, rol que mantiene un alto interés por parte de las empresas del país.

Para aplicar a las vacantes que están disponibles en Staffing, hay que ingresar a LucyBOT (**lucy.staffing.com.co**) y registrar la hoja de vida.

Para esto se deben seguir los siguientes pasos:

1. Ingresar datos de contacto y personales.
2. Completar cada uno de los campos de la hoja de vida.
3. Buscar las vacantes afines a la experiencia laboral.
4. Aplicar a la oferta laboral.



CALL CENTER OFERTA 9.000 VACANTES DE TRABAJO

Teleperformance Colombia anunció que ya es posible optar a cargos en áreas de call center, servicio al cliente, soporte técnico, moderación de contenido y ventas.

La firma Teleperformance, que da servicios de Call Center para marcas y empresas, anunció que está habilitado el proceso para aplicar a las 9.000 vacantes de trabajo que abrió en toda Colombia.

Buscan empleados bilingües en áreas de call center, servicio al cliente, soporte técnico, moderación de contenido y ventas.

Algunos de los cargos implican interactuar con los clientes de reconocidas marcas de Estados Unidos, América Latina y Europea por medio de chat, llamadas, correo electrónico, redes sociales y otros canales de atención.

Esta es la razón por la cual el principal requisito es ser bilingüe. No obstante, no es necesario presentar un certificado de inglés pues la empresa realizará una prueba propia.

Se esperan candidatos con un nivel de inglés de al menos el 80 %.

Como requisito se requiere que la persona sea bachiller y mayor de edad. Por tanto, no exigen experiencia laboral.

Por medio del portal TPjobscolombia.com se pueden conocer más detalles de las ofertas y aplicar a las vacantes disponibles.

El objetivo es contribuir a la reactivación económica del país suramericano en medio de los embates de la pandemia, que en Colombia ha tenido importante repercusiones.

El trabajo con Teleperformance Colombia desde casa incluye certificados por el Great Place to Work Institute como un gran lugar para trabajar en el país.

Si duda, es una oferta de trabajo para quienes buscan encontrar su primer empleo o tienen poca experiencia laboral pero manejan varios idiomas.

Colombia es uno de los países de Latam que se encuentra a la vanguardia en cuanto a su participación en el mercado de call y contact center, supera los mil millones de dólares en facturación.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL: CRÉDIT DU MAROC LIBERA 230 MILLONES DE MAD PARA LA REVISIÓN DE SU SISTEMA DE INFORMACIÓN

Con base en sus decisiones estratégicas, incluidas en el plan a medio plazo Tajdid2022, Crédit du Maroc se prepara para el futuro con una ambición muy fuerte, la de convertir al banco en un actor financiero innovador, un socio sostenible para sus clientes y un socio social aliado y responsable.

En línea con las orientaciones estratégicas de Tajdid2022, el proyecto de revisión del sistema de información de Crédit du Maroc llevará los procesos comerciales, las funcionalidades y los servicios en nombre de sus clientes a los mejores estándares del mercado y facilitará las transformaciones futuras, en particular las digitales, para mejorar el "time to market" y asegurar la confiabilidad de las operaciones de la solicitud del cliente hasta su ejecución.

Bernard Muselet, presidente del Consejo de Crédit du Maroc, declaró: "Gracias a este nuevo

sistema de información más robusto, más ágil y más escalable, podremos hacer de las nuevas tecnologías un catalizador de la innovación en el servicio de mejora del cliente".

Este proyecto de transformación requerirá un presupuesto de inversión global de más de 230 millones de dirhams. En definitiva, permitirá ofrecer una experiencia de cliente mejorada, fluida e innovadora y movilizará un equipo multidisciplinar de más de 120 personas.

Temenos, que apoyará a Crédit du Maroc en esta gran aventura de transformación, es líder mundial en software bancario, con más de 3.000 clientes bancarios en todo el mundo, incluidos 41 de los 50 bancos más grandes.

La empresa tiene una amplia experiencia en la región, con más de 10 años de inversiones en Marruecos.



PRO'DAYS

EL TURISMO DEBE VOLVERSE DIGITAL

Como parte de la 3ª edición de los Pro'Days lanzada en febrero de 2021, la OFPPT organizó recientemente un webinar bajo el tema: "Cómo la digitalización está reinventando las profesiones turísticas".

"El turismo debe digitalizarse". Esto es lo que surge de un seminario web organizado por la Oficina de formación y promoción del trabajo (OFPPT) sobre el tema de la digitalización y las profesiones turísticas. De hecho, los ponentes coincidieron en decir que, como muchas otras profesiones, el turismo debe volverse digital. Estos incluyen a Fouzi Zemrani, vicepresidente general de la Confederación Nacional de Turismo y Taoufik Madih, presidente de la Asociación Nacional de Agencias de Viajes en Marrakech.

Según Fouzi Zemrani, hoy asistimos al nacimiento de lo que él llama las "profesiones del futuro". Es, subraya, el trabajo del webmaster que "crea sitios web de nueva generación que permiten traficar ofertas directamente a los clientes".

En el proceso, el vicepresidente general de la Confederación Nacional de Turismo también habló sobre las profesiones de bloggers, influencers, instagramers, entre otros, para completar la lista de las llamadas futuras

profesiones. Además, la misma fuente pidió una "mancomunidad de esfuerzos" entre los sectores público y privado para "dar un mayor impulso a la formación profesional".

Continúa: "Hay una carta que jugar para salir de esta crisis para proporcionar una formación más cualificada y más gratificante en beneficio de los estudiantes que abandonan las escuelas de formación".

Finalmente, Fouzi Zemrani dijo que confiaba en el potencial de la juventud marroquí y expresó su ambición de ver a este joven capacitado en las nuevas técnicas que se les ponen a su disposición.

"Esto es lo que nos permitirá afrontar el futuro con serenidad, pero también de forma sostenible. El turismo marroquí tiene sus cartas de nobleza con algunas décadas de existencia", concluye.

Como parte de esta 3ª edición de Pro'Days, la OFPPT tiene previsto organizar 20 webinars liderados por profesionales de diferentes sectores.

Esta edición 100% digital se desarrolla bajo el lema: "La digitalización de las profesiones: un desafío para el futuro".



PAGO ELECTRÓNICO UN NUEVO CONCEPTO PARA FAMILIAS

CARTE DE PAIEMENT + APPLI MOBILE

Disponible sur



NAPS está siguiendo su estrategia de innovación y está lanzando una solución de tarjetas múltiples para familias. Un nuevo concepto que pretende digitalizar el efectivo en el ecosistema familiar y que el especialista en pagos electrónicos ha acompañado de varias ventajas en cuanto a facilidad e inmediatez.

Este nuevo producto se lanza a los pocos meses de haber puesto en el mercado la primera oferta dual que combina “una aplicación de pago con tarjeta y sin banco” y haber desplegado los primeros programas de digitalización destinados a los ecosistemas de la universidad y la empresa.

El “Paquete familiar NAPS” ha sido diseñado como un paquete de 4 o más tarjetas y tiene como objetivo facilitar y desmaterializar el uso del dinero entre miembros de la familia.

De este modo, el administrador del paquete puede recargar de forma remota las tarjetas de los miembros, activar o desactivar las tarjetas del paquete y también agregar o eliminar miembros.

El gestor de la manada también tiene vistas personalizadas sobre las tarjetas de los menores bajo tutela y puede definir el techo de gastos periódicos y / o el tipo de transacciones que se autorizan para ellos. El pack en cuestión también permite la gestión de transferencias recurrentes.

Un jefe de familia puede, por ejemplo, programar pagos periódicos para ayuda a domicilio o transferencias recurrentes para el dinero de bolsillo de sus hijos.

Todos los miembros de la manada pueden, por un lado, intercambiar dinero e interactuar entre ellos, y por otro lado, utilizar sus tarjetas NAPS y aplicaciones de pago para pagar en Internet y en tiendas, para retirar dinero. En todos los cajeros automáticos, y para enviar o recibir transferencias de dinero desde sus móviles o en la red de agentes de NAPS, se dice. Cabe señalar que el “Paquete familiar NAPS” puede solicitarse en el portal NAPS y entregarse en el hogar, pero también está disponible a través de la red de puntos de servicio del operador.

ORANGE ALCANZÓ UNA FACTURACIÓN DE 5.800 MILLONES DE EUROS EN 2020 EN ÁFRICA Y MEDIO ORIENTE

Orange reporta sólidos resultados financieros y comerciales para 2020. En un contexto de crisis sanitaria, el grupo registró unas ventas de 42,3 mil millones de euros, un ligero aumento del 0,3% en un año sobre una base comparable. Este aumento fue respaldado por un desempeño "notable" en África y Medio Oriente. En esta región, Orange alcanzó una facturación de 5.800 millones de euros, un aumento del 5,2%.

Más del 80% de esta facturación proviene de la sólida dinámica de los servicios facturados a los clientes, o 5.000 millones de euros (+ 7,8%). Solo en el segmento Móvil, el operador de telecomunicaciones en África y Oriente Medio registró una facturación de 4.400 millones de euros (+ 6,7%).

"En África y Oriente Medio, el crecimiento es muy rápido. 4G y Orange Money siguen siendo los motores principales", acoge el grupo. En Francia, Orange también está publicando

resultados "sólidos", con un aumento de las ventas del 1,6% hasta los 18.400 millones de euros.

El crecimiento registrado en África / Oriente Medio y en Francia permitió compensar el descenso en Europa (-3,5%) y el mercado Enterprise (-1,4%).

"2020 ha sido un año extraordinario, marcado por una crisis de magnitud y violencia sin precedentes. En este difícil contexto en el que las redes han demostrado su vitalidad para las empresas, Orange ha sabido adaptarse y salir adelante para seguir ofreciendo el mejor de nuestros servicios a nuestros clientes", declaró Stéphane Richard, presidente y consejero delegado del grupo.

En términos de rentabilidad, el beneficio neto del conjunto del grupo Orange consolidado se situó en 5.050 millones de euros, es decir, 1.830 millones más que en 2019.



MARRUECOS SIGUE REZAGADO EN EL RANKING MUNDIAL DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Marruecos sigue rezagado en el ranking mundial de comercio electrónico. Ciertamente, ha ganado 2 posiciones entre 2019 y 2020 en el índice de comercio electrónico de la UNCTAD, pero solo ocupa el puesto 95 entre 152 países. En el continente africano ocupa el noveno lugar.

En general, el índice de comercio electrónico B2C de Unctad 2020 está encabezado por Suiza, justo por delante de los Países Bajos.

Marruecos se está defendiendo lo mejor que puede en el comercio mundial en línea. Sin duda, el país ha ganado dos posiciones entre 2019 y 2020 en el índice de comercio electrónico entre empresas y consumidores (B2C) de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), pero solo ocupa el puesto 95 de 152 países cubiertos por esta clasificación.

Marruecos ocupa el puesto 74 en el subíndice relativo a la proporción de la población que utiliza Internet, el 29 en el porcentaje de personas con una cuenta en una institución financiera o un proveedor de servicios de dinero

móvil, el 49 en la capacidad de acceso a servidores de Internet seguros, 27º en la puntuación de fiabilidad de los servicios e infraestructuras postales.

El índice de la UNCTAD evalúa a los países según su grado de preparación para el comercio en línea, cuyo valor se estima en 4,4 billones de dólares para 2018, un aumento del 7% en comparación con 2017. En general, Europa sigue siendo, con mucho, la región mejor dispuesta a comercio, según el índice Unctad B2C E-commerce 2020. Este último está marcado por un cambio en la parte superior del ranking que encabeza, por primera vez, Suiza, justo por delante de Holanda. Las únicas economías no europeas entre las diez primeras son Singapur (cuarto) y Hong Kong (China) en décima posición.

Este índice también muestra que los diez países en desarrollo con mejor desempeño son asiáticos y pertenecen a la categoría de ingresos altos o medianos altos. En el otro extremo del espectro, los países menos desarrollados ocupan 18 de los 20 lugares más

bajos. Los dos mercados de comercio electrónico B2C más grandes del mundo, China y Estados Unidos, ocupan el puesto 55 y 12, respectivamente, en el índice. Es cierto que estos dos países están a la cabeza en varias medidas absolutas, pero están rezagados en las comparaciones relativas, señala el informe. Así, ilustra, que la penetración de Internet en los Estados Unidos es más baja que la de cualquier economía de los 10 países principales, mientras que China ocupa el puesto 87 en el mundo en este indicador. En lo que respecta a la penetración de las compras en línea, Estados Unidos ocupa el puesto 12, mientras que China ocupa el puesto 33.

"La brecha en el uso del comercio electrónico sigue siendo enorme", dijo Shamika N. Sirimanne, directora de la división de la UNCTAD que prepara este índice anualmente. "Incluso entre los países del G20, la brecha de medición para la participación de las compras en línea oscila entre el 3% en la India y el 87% en el Reino Unido".



okdiga

SOLUCIONES INTEGRALES
DE **CONTACT CENTER**

www.okdiga.com

+34 910 606 103 · hola@okdiga.com



MAROC TELECOM

UNA FACTURACIÓN DE 36,7 MIL MILLONES DE DIRHAMS EN 2020

El Grupo Maroc Telecom logró ventas de casi 36,77 mil millones de dirhams (mil millones de dirhams) a fines de diciembre de 2020, un 0,7% (-0,8% sobre una base comparable) en comparación con el mismo período hace un año.

“El aumento de la facturación de las filiales de Moov Africa y Fixed Broadband en Marruecos compensa la ralentización de las actividades de Mobile en Marruecos, fuertemente impactada por el entorno competitivo”, especifica Maroc Telecom en un comunicado de prensa sobre sus resultados consolidados para 2020.

Solo en el cuarto trimestre de 2020, y a pesar de la caída en las terminaciones de llamadas móviles en Marruecos en diciembre de 2020, los ingresos del Grupo aumentaron un 0,7% (+ 0,4% en una base comparable) para alcanzar los 9,27 mil millones de dirhams, subraya la misma fuente, explicando esta mejora, en particular, por el aumento sostenido de las actividades de las filiales Moov Africa y Fixed Broadband en Marruecos.

Las actividades del Grupo en Marruecos generaron una facturación de 20.880 millones de MAD, un 3,7% menos que en 2019, penalizadas en particular por los efectos de la pandemia Covid-19 en las actividades móviles y parcialmente compensadas por la sólida dinámica de la línea fija y Internet, subraya la nota de prensa, señalando que esta evolución es más marcada en el cuarto trimestre del año bajo el efecto en particular de la

caída de las tarifas de terminación de llamadas nacionales, que se aplica a partir del 1 de diciembre de 2020.

Las actividades internacionales del Grupo registraron ventas por 16.880 millones de MAD, un 1,4% más en términos comparables, explicado por la reanudación de las actividades de poscon-tención y el aumento de los servicios de Datos y Dinero Móvil.

En cuanto a los aspectos más destacados del cuarto trimestre de 2020, Maroc Telecom recuerda en particular la implementación del ANRT de un marco plurianual para las tarifas de terminación de llamadas móviles y fijas, lo que implica una reducción del 35% en las tarifas móviles para Maroc Telecom, en comparación con 25 % para Orange y 22% para Inwi, manteniéndose la asimetría.

En cuanto a las perspectivas del grupo para el año 2021, el comunicado de prensa indica que, sobre la base de la evolución reciente del mercado y en la medida en que ningún nuevo acontecimiento excepcional importante altere la actividad del Grupo, Maroc Telecom espera, sobre una base perimetral y tipos de cambio constantes, una disminución de la facturación, una disminución de los ingresos operativos antes de depreciaciones y amortizaciones (EBITDA) y un CAPEX (adquisiciones de activos tangibles e intangibles reconocidos durante el período) de un máximo del 15% de la facturación, excluidas frecuencias y licencias.

Maroc Telecom



LANZAMIENTO DE LA PRIMERA PLATAFORMA DIGITAL PANAFRICANA DE INFORMACIÓN FINANCIERA

Proporcionar un espacio institucional que ofrezca acceso a noticias y publicaciones financieras, así como un espacio para clientes que permita el acceso a información financiera de calidad.

Este es el principal objetivo de la plataforma puesta en línea por BMCE Capital Research.

UNA PRIMICIA EN LA REGIÓN

BMCE Capital Research, Oficina Panafricana de Investigación Global de BMCE Capital BANCO DE ÁFRICA CIB, acaba de anunciar el lanzamiento de su sitio web www.bmcecapitalresearch.com, la primera plataforma panafricana de información financiera digital.

"Esta solución única en el mercado africano ofrece un espacio institucional que da acceso a las últimas noticias y publicaciones emblemáticas, así como un espacio para clientes 'BKR Direct' que

estará dedicado a los registrantes y que permite acceder a información financiera de calidad", indica comunicado de prensa.

BKR Direct proporciona datos financieros y bursátiles fiables, así como análisis en profundidad sobre la economía, los sectores y las acciones que figuran en las áreas de cobertura africanas (Marruecos, Túnez, UEMOA) con la publicación de recomendaciones actualizadas de forma regular y continua, explica la misma fuente.

Para marcar este lanzamiento, BMCE Capital Research ofrece acceso premium a BKR Direct, lo que permite a los clientes tener un espacio privado que se puede personalizar de acuerdo con las preferencias de navegación y contenido.

De esta forma, BMCE Capital Research acelera notablemente su proceso de transformación digital, de cara a un mundo financiero que cada día acrecenta su presencia en el ámbito digital.

E-COMMERCE "MAHALI.MA", NACE UN NUEVO MERCADO

Mahali Group Africa lanza su primer mercado marroquí. Esto es "Mahali.ma", una plataforma de comercio electrónico completamente segura que permite a las empresas crear una tienda en línea con unos pocos clics. "Los servicios de Mahali permiten a nuestros socios vender en cualquier lugar de Marruecos las 24 horas del día a un precio reducido que incluye logística, pago seguro y marketing" y "gracias a nuestras herramientas de gestión, los vendedores pueden analizar sus ventas por producto, gestionar sus stocks en tiempo real, o incluso lanzar sus propias promociones en cualquier momento". dice la startup.

Mahali ha integrado una de las plataformas de pago más seguras del mercado, con el fin de hacer las transacciones más simples, seguras y rápidas.

La startup ofrece un servicio logístico que cubre todo Marruecos, según el paquete elegido. Así, el vendedor se beneficia de un servicio puerta a puerta sin tener que desplazarse. El embalaje es ofrecido por Mahali, lo que facilita la logística al vendedor.



INJAZ AL-ARAB Y GOOGLE CELEBRAN EL DÍA DE LA SEGURIDAD EN INTERNET

Injaz Al-Arab y Google organizaron un panel virtual en el Día de la Seguridad en Internet para ayudar a los estudiantes de la región a aprender más sobre la seguridad en Internet y la ciudadanía digital.

El panel incluyó una presentación del mecanismo de trabajo del programa INJAZ a la luz de la pandemia de coronavirus y la importancia de los programas extraescolares para la juventud árabe en la región. A esto siguió una mesa redonda conjunta entre representantes de Google e Injaz Al Arab.

A través de su asociación, Injaz y Google se han comprometido a formar a más de 26.000 estudiantes de Oriente Medio y África del Norte en

el programa Abtal Al Internet de Google.

Este programa ayuda a proporcionar a los jóvenes de 7 a 13 años los conocimientos necesarios sobre los conceptos básicos de ciudadanía digital, seguridad y privacidad en línea para que puedan explorar el mundo en línea con confianza.

Recordemos que Injaz AL-Arab y Google establecieron una asociación en 2018 sobre la iniciativa "Maharat Min Google" que alcanzó y llegó a más de 200.000 estudiantes en todo el mundo de habla árabe, de entre 16 y 25 años. Esta iniciativa goza de una gran pertinencia, a causa de la gigantesca migración digital que ha propiciado la pandemia.



E-COMMERCE EL NOPO CONECTA LA ARTESANÍA MARROQUÍ CON EL MERCADO INTERNACIONAL

La NOPO ha creado una plataforma de comercio electrónico dedicada al sector de la artesanía marroquí, conectándolo con el mercado internacional. La nueva plataforma mantiene un cuidadoso proceso de selección para garantizar una artesanía de alta calidad en toda la plataforma, con el objetivo de convertirse en una plataforma de referencia para la artesanía artística y auténtica y proporcionar a los artesanos una plataforma móvil y orientada hacia el exterior.

"Nuestra plataforma no sustituye a los viajes, pero puede conectarlo con lugares remotos y brindarle una sensación exótica al mismo tiempo que brinda apoyo a los artesanos locales gravemente heridos por la actual falta de turismo", dijo Kelly Breakstone Roth, cofundadora y CEO de NOPO.

El equipo de NOPO también ofrece apoyo operativo para ayudar a eliminar una serie de desafíos que enfrentan los artesanos para acceder al mercado global, y es precisamente este proceso el que convirtió las primeras conversaciones con los artesanos

en una colaboración real arraigada en un sentido de misión compartida. A través de The NOPO, Roth y su socio Shany Harel consolidan la importancia de lo digital para promover el sector artesanal y preservar este patrimonio marroquí con un espíritu contemporáneo.

En este sentido, el NOPO trajo gran satisfacción a los artesanos cuyos ingresos siempre han fluctuado con la estacionalidad del turismo, lo que sin duda era un problema que necesitaba solución ante la crisis de salud y la suspensión de los viajes turísticos. Más del 20% de la mano de obra marroquí, o unos 400.000 artesanos, depende totalmente de las ventas del turismo.

Los artesanos respondieron positivamente al apoyo logístico y de marketing ofrecido por The NOPO, además aspiraban a ser parte de una comunidad de artesanos compartiendo los mismos valores y estándares de calidad y sostenibilidad. El NOPO ahora tiene nuevos artesanos todos los días que solicitan unirse a la plataforma.

FUNDACIÓN ORANGE MARRUECOS TECNOLOGÍA DIGITAL PARA IMPULSAR LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO

La Fundación Orange Marruecos despliega y financia proyectos como Solidarity FabLabs y Digital Houses, así como Orange Digital Centers que tienen como objetivo fortalecer la empleabilidad digital de los jóvenes, el emprendimiento y promover la innovación.

El emprendimiento es una de las soluciones para reducir las desigualdades sociales, promover el surgimiento de una clase media, crear empleos y promover el emprendimiento individual es una de las formas de crear valor, individual y colectivo, y con ello sesgar, elevar el ingreso nacional. También significa acumular conocimientos técnicos que se pueden exportar, contribuyendo a la influencia de Marruecos, al tiempo que ayuda a equilibrar la balanza comercial. En esta dirección está trabajando la Fundación Orange Marruecos. Su estrategia es utilizar la tecnología digital para promover la igualdad de oportunidades.

Concretamente, la Fundación Orange Maroc une fuerzas con ONG's y despliega y financia proyectos como Solidarity FabLabs y Digital Houses para apoyar a personas en dificultades en su empoderamiento, pero también Orange Digital Centers que tienen como objetivo fortalecer la empleabilidad digital de los jóvenes, el emprendimiento y promover innovación. Con el fin de fortalecer estos programas de apoyo y hacer de la tecnología

digital una oportunidad para todos, la Fundación Orange Marruecos lanzó recientemente el Centro Digital Orange en asociación con GIZ.

“Es un tercer lugar de innovación diseñado para el desarrollo de habilidades digitales. Desde la formación en codificación hasta la creación de empresas, abarca una amplia gama de actividades”, explica. Gratuito y abierto a todos, este centro basa el aprendizaje en proyectos concretos. Los programas de formación dedicados a las profesiones digitales se ofrecen especialmente a estudiantes, desempleados, desertores escolares o jóvenes graduados.

“Mucha gente piensa que lo hacen bien la primera vez y que están generando una cantidad significativa de dinero. Es importante mostrar a las generaciones más jóvenes que se puede emprender en tantos oficios, muchos de los cuales ya existen. Si queremos despertar envidia, los potenciales emprendedores deben saber identificarse, proyectarse en modelos accesibles”, asegura el grupo de telecomunicaciones. Porque el objetivo es tener el número máximo de emprendedores, no el número máximo de “Steve Jobs” en formación. Por lo demás, el apoyo, la financiación y los marcos legales deben, por supuesto, mejorar y seguir siendo accesibles.



ADVERTISING WEEK LATAM REGRESA ESTE 11 DE MARZO DE 2021 PARA SU CUARTA EDICIÓN

Dada la situación mundial que vivimos el día de hoy, el formato de la cuarta edición de AWLATAM tendrá un giro especial e innovador.

Este año el evento más importante de la industria de marketing se volverá digital por un día y reunirá una vez más a los líderes de la industria a nivel mundial con el objetivo de

desarrollar en conjunto soluciones para enfrentar los desafíos que vive hoy nuestra industria.

1 Día:

+ 50 Speakers
+ 30 Seminarios digitales y talleres

Fuente: <https://latam.advertisingweek.com/>



11 de marzo, 2021

6



6



6



6



6



6



6



6



PLANTRONICS BLACKWIRE C3210

AURICULARES PROFESIONALES

Marca Plantronics

Fabricante Plantronics

Modelo 209744-201

Nombre del modelo Blackwire C3210

Dimensiones del paquete 17.3 x 15.7 x 5.5 cm; 87 gramos

Número de modelo del producto 209744-201

Número de producto 209744-201

Otras características Control telefónico iOS

Componentes incluidos :

Bolsa de transporte, Guía del usuario,
Plantronics Blackwire C3210 - Auriculares con micrófono (USB)

Número de productos 1

Factor de forma de los auriculares On Ear

Pilas / baterías incluidas No

Pilas / baterías necesarias No

Tipo de conector Alámbrico

Tipo de material Cuero sintético

Peso del producto 87 g



plantronics®
Simply Smarter Communications™

