

# Parada visual.

PRECIO 13,95€

## EL CRM

# LLEGÓ A WHATSAPP

### CONTAC CENTER

CRECIENDO A PESAR  
DE LA PANDEMIA

### LG

CAMBIA LA ESTRATEGIA  
Y SE CENTRA EN LA IA

### COVID-19

ACELERÓ  
LA VIDA INTELIGENTE



**DIALGOO**

**CALL CENTER  
SOFTWARE  
SOLUTIONS**

APP@DIALGOO.COM  
WWW.DIALGOO.COM



# SUMARIO

**04** NOTICIAS

**32** LATAM

**46** MAROC

**58** EVENTOS

**59** REVIEWS



# VOIP.MS RECIBE EL PREMIO PRODUCTO DEL AÑO DE TELEFONÍA POR INTERNET 2021



# VOIP.MS

VoIP.ms, el proveedor de VoIP con más funciones, anunció hoy que TMCnet, una empresa global de medios integrados, nombró a VoIP.ms como destinataria del premio 2021 INTERNET TELEPHONY Producto del año.

VoIP.ms es un proveedor de comunicaciones basado en la nube que ofrece un servicio telefónico de última generación, una gran cantidad de funciones y un soporte al cliente galardonado.

Khan Chau, director ejecutivo de VoIP, comentó "Recibir este premio es un honor y un excelente reconocimiento por los esfuerzos sobresalientes y continuos del equipo. Tenemos un objetivo claro en VoIP.ms que es brindar la mejor experiencia de comunicación a nuestros clientes y revendedores".

"Este premio es una gran declaración para VoIP.ms", dijo David Rouleau, director de operaciones de VoIP.ms. "Seguiremos presionando y escuchando los comentarios de nuestros clientes para ofrecer funciones innovadoras y nuevas posibilidades".

"Nuestro ritmo de compromiso e innovación nos permitirá mantener esta codiciada posición de proveedor de VoIP con más funciones del mercado". añadió David.

## SOBRE VOIP.MS

Fundado en 2007, VoIP.ms es un proveedor canadiense de voz sobre protocolo de Internet (VoIP) para traer su propio dispositivo con sede en Montreal, Canadá, con más de 80.000 clientes satisfechos, a saber, cPanel, ICON Health & Fitness, Toys "R" Us y otros.

VoIP.ms proporciona una amplia gama de funciones de telefonía estándar, así como funciones de comunicación mejoradas para simplificar las comunicaciones comerciales y residenciales, como números DID locales en más de 60 países.

También ofrece transferencia gratuita en EE. UU. Y Canadá para DID locales y gratuitos, terminación (llamadas salientes) en más de 125 países en todo el mundo, números gratuitos y servicios como E911, SMS, fax virtual y PRI virtuales. Para obtener más información sobre VoIP.ms, visite <https://voip.ms>.

## UNIVERSIDADES, CALL CENTERS Y ENTIDADES GUBERNAMENTALES DISMINUIRÁN PRESENCIALIDAD

En medio del tercer pico de la pandemia de COVID-19 en Colombia, el mandatario y el ministro confirmaron las medidas de restricción a la movilidad en varias ciudades del país.

Adicionalmente, se refirieron particularmente a tres entornos, formulando sugerencias de cómo se deberían desarrollar sus actividades.

En cuanto a universidades, las actividades académicas deberían desarrollarse al 100 % en virtualidad, teniendo en cuenta las

excepciones a las que haya lugar, como en caso de necesitar uso de laboratorios.

Respecto a los call centers, el titular de la Salud, Fernando Ruiz, indicó que “deberán operar máximo al 50 %, excepto los que sean para servicios esenciales”.

Por último, indicaron que los servicios gubernamentales se mantendrán como vienen trabajando hasta ahora, con 70 % de la planta en virtualidad y 30 % en presencialidad.





## SAMSUNG INDIA LANZA SERVICIO DE RECOGIDA Y ENTREGA PARA TELÉFONOS Y TABLETAS GALAXY

Samsung ha lanzado un servicio de recogida y entrega para reparaciones de teléfonos inteligentes y tabletas en India. A partir de hoy, los consumidores de 46 ciudades de la India pueden solicitar a Samsung que recoja su teléfono inteligente o tableta Galaxy para realizar reparaciones desde la comodidad y seguridad de sus hogares. Un ejecutivo de la compañía vendrá a recoger el dispositivo, lo reparará en un centro de servicio autorizado y luego lo entregará al consumidor.

El servicio de recogida y entrega de la compañía está disponible en las siguientes ciudades de la India: Agra, Ahmedabad, Aurangabad, Bangalore, Bhopal, Bhubaneswar, Calicut, Chandigarh, Chennai, Coimbatore, Dehradun, Delhi, Durgapur, Faridabad, Ghaziabad, Gurgaon, Guwahati, Hubli, Hyderabad, Indore, Jabalpur, Jaipur, Jalandhar, Jodhpur, Kochi, Kolhapur, Kolkata, Lucknow, Ludhiana, Madurai, Mumbai, Nagpur, Noida, Patna, Pune, Rajkot, Raipur, Ranchi, Surat, Thane, Tirupati, Udaipur, Vadodara, Varanasi, Vijayawada y Vishakapatnam.

Los ejecutivos de la empresa seguirán todos los protocolos de seguridad e higiene relacionados con COVID-19 que son asesorados por el gobierno. El servicio de recogida y entrega sin contacto cuesta INR 199 (alrededor de \$ 2.5),

mientras que el servicio de solo entrega tiene un precio de solo INR 99 (alrededor de \$ 1.35). Los consumidores pueden pagar el servicio a través de varios métodos de pago digitales.

Samsung está ayudando a los consumidores a resolver los problemas relacionados con sus dispositivos sin necesidad de que salgan de sus hogares. La compañía ofrece soporte 24 x 7 a través de WhatsApp (1800-5-7267864) donde los consumidores pueden registrarse para el servicio, buscar soporte técnico, obtener información sobre ubicaciones de servicio, obtener información sobre ofertas y solicitar una demostración e instalación de productos Samsung.

Otro canal de soporte sin contacto de la compañía incluye Soporte Remoto donde los ejecutivos de servicio diagnostican teléfonos inteligentes y televisores a través de Internet y ofrecen resoluciones instantáneas.

Hay un servicio de chat en vivo, asistencia técnica a través de centros de llamadas y varios consejos en video en el sitio web de Samsung y el canal de YouTube. La aplicación Samsung Members se puede utilizar para chat en vivo, seguimiento de solicitudes de servicio, soporte y diagnóstico remotos y seguimiento del progreso de la reparación.



# PIPELINER CRM AGREGA ANÁLISIS DE VENTAS

Pipeliner CRM está lanzando una solución de informes y análisis para proporcionar información automática, instantánea, procesable y dinámica sobre las tendencias de rendimiento de ventas pasadas, actuales y futuras.

Las nuevas funciones brindan a los profesionales de ventas opciones de informes mejoradas para los indicadores de rendimiento y las cuotas, junto con ayudas visuales, como gráficos de líneas y gráficos de barras y circulares. Además, la función Power Panel en Pipeliner CRM permite a los usuarios ver los datos desde diferentes perspectivas y establecer filtros para aislar detalles importantes y proporcionar un análisis más profundo.

"Los cambios constantes en el mundo empresarial actual han aumentado las demandas de entrega inmediata de datos. Las características y funciones de automatización en Pipeliner CRM proporcionan los medios para que los equipos de ventas organicen e interpreten los datos de modo que las decisiones de liderazgo se puedan tomar de forma rápida y precisa", dijo Nikolaus Kimla, CEO de Pipeliner CRM, en un comunicado. "Un análisis profundo con conocimientos prácticos puede conducir a estrategias más eficientes y efectivas para aprovechar las oportunidades y comprender rápidamente los indicadores y el rendimiento".

Pipeliner CRM permite a las organizaciones interpretar datos mediante análisis descriptivo, diagnóstico, predictivo y prescriptivo.

Otra característica nueva de Pipeliner CRM es Performance Insights, que proporciona visibilidad del estado general de la canalización, incluidas las oportunidades abiertas frente a las pérdidas. Los equipos de ventas pueden filtrar los análisis por usuario, unidad de ventas, nivel de canalización, líneas de productos, tipo de ventas o cualquier otro elemento.

La función de rendimiento también proporciona información sobre la velocidad, las conversiones, las probabilidades de ganar y la cantidad de clientes potenciales calificados.

Los informes de previsión de Pipeliner CRM proporcionan un medio para establecer y realizar un seguimiento de las cuotas en tiempo real. Los informes se pueden compartir solo con miembros específicos del equipo o con toda la unidad de ventas.

"Pipeliner es el único CRM que proporciona datos en una forma completamente visual. Sin esta visualización dinámica instantánea, los líderes de ventas no pueden identificar fácilmente las tendencias que tendrán un gran impacto en sus organizaciones", dijo Kimla.





# LOS LECTORES DE PCMAG DECLARAN A OOMA OFFICE EL MEJOR SERVICIO TELEFÓNICO VOIP EMPRESARIAL POR OCTAVO AÑO CONSECUTIVO

(<https://www.ooma.com/small-business-phone-systems/>)

Ooma, Inc., una plataforma de comunicaciones inteligentes para empresas y consumidores, anunció hoy que, por octavo año consecutivo, el servicio Ooma Office de la empresa ha ganado el prestigioso premio Business Choice Award de PCMag al mejor sistema VoIP.

El premio es parte de la encuesta Business Choice anual de la revista a sus lectores, y Ooma emergió una vez más como el principal proveedor de VoIP empresarial entre 14 finalistas, incluidos RingCentral, Avaya, Vonage y Mitel.

"Ooma ha ganado nuestra encuesta de VoIP durante ocho años consecutivos, y este año, obtiene puntuaciones increíbles en cada medida que calificamos", dice PCMag en su historia sobre el premio. "Si su empresa necesita un sistema telefónico confiable, nuestros lectores están de acuerdo: no puede equivocarse con Ooma".

Dan Costa, editor en jefe de PCMag, dijo: "Los lectores de PCMag han hablado repetida y claramente a lo largo de los años para decir que Ooma es su proveedor de VoIP favorito. Ooma no solo gana en satisfacción general, sino que lidera todas las categorías que medimos, incluido el valor, la confiabilidad, la facilidad de uso, la calidad de las llamadas y la probabilidad de recomendar".

"Este es el premio más significativo para todos nosotros en Ooma porque proviene

directamente de nuestros clientes.

Nos sentimos verdaderamente honrados de haber sido elegidos una vez más como el mejor servicio de VoIP empresarial por los lectores de PCMag", dijo Jim Gustke, vicepresidente de marketing de Ooma.

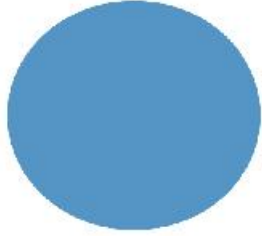
"Nuestro objetivo desde el principio fue crear un sistema de comunicación empresarial que sea increíblemente fácil de administrar, incluso más fácil de usar y con las características y los servicios que más necesitan las empresas. Este galardón es una prueba de nuestro progreso y logros. Es emocionante saber que Ooma está ayudando a que tantas empresas tengan más éxito".

Ooma Office y Ooma Office Pro ofrecen un conjunto de funciones diseñadas para satisfacer las necesidades de las pequeñas y medianas empresas, con planes de servicio a partir de \$ 19,95 al mes por usuario sin necesidad de contrato a largo plazo. Los clientes pueden elegir la interfaz: teléfonos analógicos convencionales, teléfonos IP, servicio virtual a través de las aplicaciones móviles y de escritorio de Ooma Office, o cualquier combinación de los cuatro.

Las funciones avanzadas como recepcionista virtual, grupos de llamada, videoconferencia, mensajería de texto, estacionamiento de llamadas y acceso a múltiples sitios se combinan para hacer que las pequeñas empresas parezcan grandes.







# LOS MEJORES EMPLEOS DE CALL CENTER EN UN SOLO LUGAR



## LOCAL MEASURE SE UNE AL PROGRAMA AWS ISV ACCELERATE PARA IMPULSAR LAS VENTAS DE CONTACT CENTER AGENT DESKTOP

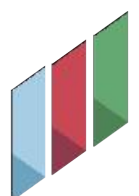
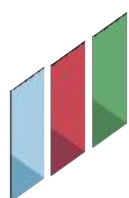
Local Measure, una plataforma de gestión de comunicaciones con el cliente, ha anunciado que ha sido aceptada en el Programa Acelerador de Proveedores de Software Independientes (ISV) de Amazon Web Services (AWS), un programa de venta conjunta para socios de AWS que brindan soluciones de software que se ejecutan o se integran con AWS.

El programa ayuda a los socios a impulsar nuevos negocios y acelerar los ciclos de ventas al conectar a los ISV participantes con la organización de ventas de AWS.

Noticias de inteligencia artificial recomendadas: Aproveche la capacidad de los desarrolladores con una plataforma de entrega de software de un extremo a otro de Cloud Agnostic.

El producto estrella de Local Measure, Engage para Amazon Connect, es un agente de escritorio omnicanal creado específicamente para Amazon Connect, un centro de contacto en la nube omnicanal que ayuda a las empresas a brindar un servicio al cliente superior a un costo menor.

El CEO de Local Measure, Jonathan Barouch, comentó: "Estamos orgullosos de haber sido reconocidos como un socio líder de ISV de AWS, un estado que refleja los impresionantes resultados de los clientes que hemos podido impulsar con nuestra plataforma y Amazon Connect. Esperamos seguir impulsando la innovación dentro del centro de contacto como industria de servicios (CCaaS)".





# KYOCERA INTEGRA SOLPHEO1 DE SAGE

La solución se suma al ecosistema de productos de la tecnológica comercializándose como módulo adicional incorporado en el ERP.

Sage, líder mundial en soluciones de gestión empresarial en la nube y Kyocera Document Solutions España, partner tecnológico líder en sistemas de gestión documental, consultoría de procesos y soluciones de impresión, han llegado a un acuerdo para distribuir Solpheo1 en España como módulo adicional e integrado en Sage X3.

La compañía japonesa y Sage inician un acuerdo que permitirá incorporar la solución de gestión documental y BPM desarrollada por Kyocera, al ecosistema de productos de la multinacional británica en España. Kyocera se convierte así en Partner ISV de la firma tecnológica.

## UNA ALIANZA COMPLEMENTARIA

A partir de ahora, los usuarios de Sage X3 podrán ver un incremento en las funcionalidades del ERP en torno a la gestión documental y la optimización de procesos. Concretamente, haciendo posible que los clientes puedan ejecutar de forma integral el contenido y la automatización de procesos de negocio de la empresa. Buscando siempre la excelencia, y apoyándose en la Digitivación, Sage confía en Kyocera para seguir empujando la transformación digital de los negocios y continuar acompañándolos en su evolución y crecimiento. El objetivo principal de la compañía sigue siendo poner en el centro de su estrategia a los clientes y partners.

Así, recientemente, anunciaba el lanzamiento de su Marketplace en España.

Una acción enmarcada en el proceso de transformación del negocio que está llevando a cabo la compañía para migrar a un modelo 100 % SaaS. Incluyendo la apuesta por la consolidación del clustering como vía de colaboración con sus ISVs y canal para agilizar los procesos de venta.

“Con este acuerdo, Sage reafirma su intención de rodearse de los mejores socios a la hora de proveer a sus clientes de las soluciones más eficaces e innovadoras. Contar con Kyocera Document Solutions dentro de nuestro ecosistema de ISVs, y más en concreto con Solpheo como plataforma de gestión documental, va a permitir a nuestros clientes del segmento Medium poder gestionar todos los documentos y contenidos empresariales de forma automatizada, eficiente, segura e independientemente del lugar dónde se encuentren”, destaca José Luis Martín Zabala, VP Indirect Sales & Accountants de Sage España.

“La firma de este acuerdo pone de manifiesto la apuesta estratégica de Kyocera por empujar el desarrollo de herramientas ECM y ayudar a las empresas en su proceso de transformación con soluciones que abarcan los procesos end to end de la gestión de datos del cliente y facilitan estilos de trabajo híbridos apoyados en la tecnología”, afirma Esteban Pacios, Channel Sales Director de la filial española de Kyocera Document Solutions.



## JACADA SE ASOCIA CON CALLMINER PARA ASESORAR A LOS AGENTES Y AUTOMATIZAR LAS TAREAS MEDIANTE AGENT ASSIST

Al aprovechar la plataforma Eureka de CallMiner y la plataforma de automatización de código bajo Interact de Jacada en armonía, las organizaciones pueden construir y lanzar rápidamente la asistencia de agentes en tiempo real y otras soluciones de automatización inteligente.

Los centros de contacto pueden utilizar la asistencia de agentes en tiempo real para analizar las interacciones de voz entre clientes y agentes en tiempo real, automatizar tareas repetitivas y guiar a los agentes en los momentos más importantes durante las interacciones con los clientes en vivo.

### Algunas de las capacidades de asistencia de agentes más populares son las siguientes:

Flujos de trabajo que automatizan los procesos y guían a los agentes durante cada paso de una conversación con un cliente.

Bots de automatización de procesos robóticos (RPA) que automatizan las tareas manuales en el escritorio del agente.

Los asistentes virtuales responden preguntas de forma proactiva y exponen artículos relevantes en el momento adecuado, así como bots de entrenamiento que ofrecen consejos oportunos para la mejora de los agentes. Comenzar con la asistencia del agente es fácil. Los analistas de negocios pueden diseñar el asistente del agente en un diseñador visual con clics, no con código. El análisis posterior a la llamada de CallMiner y la información en tiempo real ayudan al

asistente del agente a brindar experiencias más personalizadas para el agente y el cliente.

Cuando estén listos, los centros de contacto pueden iniciar el asistente del agente, monitorear su uso y mejorar continuamente los KPI relevantes ajustándolo según sea necesario.

"Estamos particularmente complacidos de asociarnos con CallMiner y de dar otro paso clave hacia la realización de nuestra visión de Agent Assist, ya que nuestros clientes están entusiasmados con el poder combinado del análisis de conversaciones en tiempo real y la automatización de escritorio robótica", dijo Yoel Goldenberg, jefe de producto oficial en Jacada.

Jacada ha demostrado su capacidad para cumplir con el caso comercial de la asistencia de los agentes al reducir el tiempo de incorporación de agentes en un 75%, los errores en un 90% y la deserción de agentes en más de un 20%. La asociación se basa en este liderazgo de la industria al permitir a las organizaciones expandir la automatización y la eficiencia del centro de contacto, lo que a su vez genera beneficios en toda la empresa.

"Al combinar el poder del análisis de conversaciones de CallMiner con la capacidad de Jacada para guiar a los agentes y automatizar las tareas manuales en tiempo real, estamos facilitando que las organizaciones impulsen mejoras en el centro de contacto y en toda su empresa", dijo Jeff Gallino, fundador, y director de tecnología de CallMiner. "Estamos entusiasmados con los beneficios que sin duda traerá esta asociación a los clientes conjuntos".





## GOODYEAR LANZA EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DIGITAL CON EGAIN

eGain, la plataforma en la nube líder para la automatización de la participación del cliente, anunció hoy que The Goodyear Tire & Rubber Company ha implementado eGain para aplicaciones digitales.

Fiel a su objetivo de facilitar el proceso de compra de neumáticos para los consumidores, Goodyear quería ofrecer una experiencia de servicio al cliente de vanguardia a través de asistencia virtual y chat multimedia para ayudar a los consumidores a encontrar respuestas a sus preguntas sin problemas. La compañía también quería controlar los costos y permitir una experiencia perfecta para los agentes del centro de contacto.

Después de pasar por un riguroso proceso de selección de proveedores que también incluyó un piloto de producción, eGain resultó el ganador sobre otros nueve proveedores, en función de la funcionalidad, el cumplimiento de PCI y el valor rápido. El grupo minorista de la compañía ya ha comenzado con eGain Virtual Assistant™ y eGain Advisor Desktop™. El centro de contacto aprovecha la solución para responder preguntas, resolver problemas y recomendar productos a consumidores, tiendas minoristas y clientes OEM.

La implementación se está ampliando a las divisiones de comercio electrónico y atención al consumidor de la empresa.

"El servicio es donde la experiencia del cliente se encuentra con el camino", dijo Ashu Roy, CEO de eGain. "Estamos orgullosos de ayudar a esta empresa histórica a ofrecer experiencias innovadoras".

### ACERCA DE GOODYEAR

Goodyear es una de las empresas de neumáticos más grandes del mundo. Emplea a unas 62.000 personas y fabrica sus productos en 46 instalaciones en 21 países de todo el mundo.

Para obtener más información sobre Goodyear y sus productos, visite

[www.goodyear.com/corporate](http://www.goodyear.com/corporate)

### ACERCA DE EGAIN

La plataforma de participación del cliente de eGain automatiza las experiencias omnicanal y digitales en todos los puntos de contacto.

Para obtener más información, visite

[www.eGain.com](http://www.eGain.com)

# GOODYEAR



## eGain

# TINTRI VMSTORE

## IMPULSA AHORROS DE CAPACIDAD Y GASTOS DE CAPITAL DE HASTA 4100% EN LOS CENTROS DE DATOS EMPRESARIALES

Tintri, un DDN<sup>®</sup> de la empresa, y el líder mundial en infraestructura de almacenamiento inteligente, recientemente completado un extenso análisis de miles de sus despliegues de clientes Tintri VMstore en las industrias de uso intensivo de datos, incluyendo servicios financieros, manufactura, telecomunicaciones y salud. Los clientes de Tintri demostraron que los sistemas VMstore de rango medio de 50 terabytes pueden ofrecer más de 2 petabytes de capacidad efectiva en entornos de producción de TI empresariales típicos, lo que representa un ahorro de reducción de datos de hasta 41 x 1. Estas tremendas eficiencias, capturadas por la plataforma Tintri Analytics, han permitido a los clientes reemplazar muchos racks de equipos de almacenamiento costosos y difíciles de administrar con un solo sistema Tintri VMstore 2RU, reduciendo drásticamente la huella del centro de datos, eliminando la complejidad de la administración y ahorrando cientos de miles de dólares.

"En todas las divisiones de Tintri y DDN, creemos que la infraestructura inteligente es esencial para el éxito de TI actual y futuro de las empresas. Con los sistemas Tintri VMstore y la plataforma Tintri Analytics, ambas impulsadas por la inteligencia artificial más avanzada de la industria, estamos brindando ahorros masivos de reducción de datos clientes hoy en día mientras preparan su estrategia de TI para el futuro", dijo Alex Bouzari, director ejecutivo y cofundador de DDN. "Desde los servicios financieros hasta la genómica, desde la fabricación hasta la automoción, desde la academia hasta el gobierno, los clientes están experimentando la incomparable simplicidad y eficiencia, y validando los beneficios del ROI, que brindamos a sus operaciones". "VMstore es el almacenamiento más adaptable con el que me he encontrado. Imagine tomar un rack completo de almacenamiento heredado y consolidar 400 TB en 4 unidades de rack, de modo que utilice el 10% del espacio y obtenga un rendimiento del 50%", dijo Steve Bartholomew, director, Arquitectura global de TI, Avaya.

Tintri VMstore es conocido por sus capacidades administrativas autónomas, que pueden reducir los gastos operativos de almacenamiento hasta en un 95%. Sin embargo, VMstore también proporciona importantes ahorros en gastos de capital con una arquitectura sofisticada administrada por IA que admite conjuntos de datos mucho más grandes que las arquitecturas de almacenamiento tradicionales basadas en LUN. Este diseño permite deduplicar más datos y en proporciones mucho más altas, lo que simplifica la implementación y el escalado, y elimina los recursos desperdiciados y no utilizados que prevalecen en la mayoría de los sistemas de almacenamiento.

Tintri Analytics es una oferta de SaaS basada en la nube que complementa los sistemas VMstore con aprendizaje automático y análisis predictivo. La capacidad y el rendimiento de almacenamiento, así como los requisitos informáticos y de memoria, se pueden proyectar con precisión hasta con 18 meses de antelación en varios sistemas, para cada aplicación, base de datos y máquina virtual. El modelado sofisticado perfila aplicaciones, tipos de cargas de trabajo y necesidades de almacenamiento sin sobreaprovisionamiento, lo que aumenta enormemente la eficiencia del cliente y el ROI.



# SERVICENOW LLEGA A UN ACUERDO PARA COMPRAR EL DESARROLLADOR DE TECNOLOGÍA RPA INTELLIBOT



ServiceNow adquirirá Intellibot, un desarrollador de tecnología de automatización de procesos robóticos con sede en Hyderabad, India, en virtud de un acuerdo que las dos compañías anunciaron el martes.

ServiceNow integrará de forma nativa la tecnología RPA de Intellibot en su plataforma insignia Now, ampliando las capacidades centrales del flujo de trabajo digital del sistema al hacer posible que los clientes automaticen más fácilmente las tareas repetitivas dentro de los procesos comerciales de un extremo a otro.

Agregar Intellibot a la plataforma Now también ayudará a los clientes a avanzar en sus iniciativas de inteligencia artificial y aprendizaje automático, dijo ServiceNow, así como a integrar mejor la plataforma Now con otros sistemas modernos y heredados.

"Nuestros clientes representan casi el 80 por ciento de Fortune 500 y la gran mayoría están tratando de impulsar la automatización a través de una combinación de aplicaciones modernas y heredadas", dijo Josh Kahn, vicepresidente senior de productos Creator Workflow en ServiceNow, en un comunicado.

"Con Intellibot ampliaremos la capacidad de ServiceNow para ayudar a los clientes a conectar sistemas para que puedan automatizar fácilmente los flujos de trabajo e impulsar la productividad".

Los términos financieros del acuerdo no fueron revelados. ServiceNow dijo que espera completar la adquisición en el segundo trimestre.

Intellibot fue fundada en 2015 por el CEO Raghu "Alek" Barli, el CTO Srikanth Vemulapalli y el COO Kushang Moorthy.

"Nuestra RPA, combinada con los flujos de trabajo de ServiceNow, ayudará a las empresas a conectar mejor sistemas dispares para acelerar la innovación y prosperar en un nuevo mundo de trabajo", dijo Vemulapalli en un comunicado.

A principios de este mes, ServiceNow entregó el lanzamiento de Quebec de su plataforma Now con una gama de nuevas capacidades y funcionalidades que ayudan a los clientes a adaptar más rápidamente sus flujos de trabajo y prácticas comerciales para cumplir con las condiciones cambiantes. El martes, la compañía dijo que la adquisición de Intellibot complementaría esas capacidades al extender las integraciones de AI y ML de la plataforma y sus tecnologías de desarrollo de código bajo, minería de procesos, automatización de procesos, chatbot y agentes virtuales.

ServiceNow dijo que la adquisición también amplía su presencia en India y respalda su "compromiso más amplio con el mercado indio", uno de los mercados de más rápido crecimiento de la compañía.

ServiceNow planea desarrollar dos nuevas instalaciones de centros de datos en India para el primer trimestre de 2022 con el fin de cumplir con los requisitos de residencia de datos locales.

Los centros de datos formarán parte de la arquitectura avanzada de alta disponibilidad de ServiceNow y respaldarán la escalabilidad de los servicios en la nube de la empresa, dijo la empresa. India ya alberga el segundo centro de investigación y desarrollo más grande de ServiceNow y la compañía dijo que planea duplicar su personal en el país en los próximos tres años.

## EL MERCADO DE RPA AUMENTA A MEDIDA QUE LOS INVERSORES Y LOS PROVEEDORES CAPITALIZAN EL CAMBIO TECNOLÓGICO IMPULSADO POR LA PANDEMIA

Cuando UiPath presentó su S-1 la semana pasada, fue un momento decisivo para el mercado de automatización de procesos robóticos (RPA).

La compañía, que apareció por primera vez en nuestro radar por una Serie A de \$ 30 millones en 2017, hasta ahora ha recaudado la asombrosa cantidad de \$ 2 mil millones mientras aún es privada. En febrero, estaba valorado en \$ 35 mil millones cuando recaudó \$ 750 millones en su última ronda.

La RPA y la automatización de procesos pasaron a primer plano durante la pandemia cuando las empresas tomaron medidas para transformarse digitalmente. Cuando los empleados no podían estar juntos en la misma oficina, se volvió crucial improvisar flujos de trabajo más automatizados que requirieran menos personas en el circuito.

RPA ha permitido a los ejecutivos proporcionar un nivel de automatización del flujo de trabajo que esencialmente les da tiempo para actualizar los sistemas a enfoques más modernos, al tiempo que reduce la gran cantidad de tareas manuales mundanas que son parte del flujo de trabajo de cada industria. Cuando UiPath recaudó dinero en 2017, la RPA no era muy conocida en los círculos de software empresarial a pesar de que ya había existido durante varios años. La categoría estaba ganando popularidad en ese momento porque abordaba la automatización en un contexto heredado. Eso significaba que las empresas con tecnología heredada profunda, prácticamente todas las personas que no nacieron en la nube, podrían automatizar las plataformas más antiguas sin tener que copiar y reemplazar, una empresa costosa y arriesgada que la mayoría de los CEO preferirían no asumir.

RPA ha permitido a los ejecutivos proporcionar un nivel de automatización del flujo de trabajo,

una muestra de lo moderno. Básicamente, les da más modernos al tiempo que reduce la gran cantidad de tareas manuales mundanas que forman parte del flujo de trabajo de casi todas las industrias.

Si bien algunas personas señalan a RPA como un software de eliminación de trabajos, también proporciona una forma de liberar a las personas de algunas de las tareas más aburridas y mundanas de la organización. El argumento es que esto libera a los empleados para tareas de nivel superior.

Como ejemplo, RPA podría aprovechar las tecnologías de flujo de trabajo más antiguas como OCR (reconocimiento óptico de caracteres) para leer un número de un formulario, ingresar los datos en una hoja de cálculo, generar una factura, enviarla para imprimirla y enviarla por correo y generar un mensaje de Slack al departamento de contabilidad que la tarea se ha completado.

Vamos a profundizar en RPA y en el espacio más amplio de automatización de procesos: exploraremos el tamaño y la dinámica del mercado, observaremos a los actores clave y a los mayores inversores y, finalmente, intentaremos trazar un gráfico hacia dónde podría ir este mercado en el futuro.

UiPath es claramente una estrella de RPA con una importante cuota de mercado del 27,1%, según IDC. Automation Anywhere ocupa el segundo lugar con un 19,4% y Blue Prism el tercero con un 10,3%, según los datos del informe de IDC de julio de 2020, la última vez que la empresa informó sobre el mercado.

Otros dos jugadores con una participación de mercado significativa que vale la pena mencionar son WorkFusion con 6.8% y NTT con 5%.



## EL CONTACT CENTER REFUERZA LA EXPERIENCIA DE CLIENTE

Vivimos en un mundo cada día más conectado. Todo sucede en la red y el móvil inteligente es una prolongación de nuestra vida. Con él compramos, resolvemos nuestras dudas, buscamos información, entretenimiento y nos relacionamos con los demás. El contact center ha adquirido una nueva dimensión. Ha pasado de ser solo un centro de recepción y emisión de llamadas a ser un espacio omnicanal en el que se conforma una gran parte de la experiencia de cliente, sea buena o mala.

La experiencia de cliente podemos definirla como la impresión general que los consumidores o usuarios tienen de nuestra marca. Es el conjunto de percepciones que el cliente tiene de nosotros. La experiencia de cliente empieza antes del proceso de compra y continúa después, cuando ya tiene nuestro producto o ha recibido nuestro servicio. Un buen contact center debe apostar por la omnicanalidad.

El cliente puede necesitar contactar con nosotros, pero lo puede hacer de diferentes formas, empleando todos los medios de comunicación que tiene al alcance de su mano: chat, teléfono, SMS, mensaje, formulario de contacto.

Incluso puede empezar la conversación con una IA y terminarla con una persona. La conversación puede servir para resolver dudas sobre nuestro producto o condiciones, ampliar información sobre algo que ve en nuestra web o cualquier duda relacionada con la prestación del servicio.

Contar con un buen contact center es fundamental para una buena customer experience strategy. En muchas ocasiones, el cliente se encuentra perdido y necesita reforzar la información sobre nuestros productos. Nada mejor que un buen centro de llamadas o atención de chat online para disipar todas sus dudas.

El contact center también sirve para la atención postventa al cliente, con lo que conseguimos fidelizarlo y mejorar nuestra imagen de marca.

El contact center nos diferencia de la competencia. Cuando resolvemos las dudas de nuestros clientes y les asesoramos debidamente en su proceso de compra, conseguimos vender más y tener a clientes satisfechos que se convertirán en prescriptores de nuestra marca.





## EL 58% DE LOS CONSUMIDORES ESPERAN MEJORES EXPERIENCIAS DIGITALES POSTERIORES A UNA PANDEMIA

Un estudio publicado por Talkdesk muestra que más de la mitad de los consumidores portugueses tienen expectativas más altas en términos de interacción digital con las marcas: el 58% espera mejores experiencias digitales en la pospandémica. Los consumidores buscan facilidad, rapidez y fluidez entre canales y plataformas.

Además, el 58% de los encuestados también cree que su última experiencia minorista no fue personalizada, lo que muestra una oportunidad para los banners. En la actualidad, solo el 14% de los consumidores cree que las organizaciones se comprometen a brindar la mejor experiencia posible.

Talkdesk también indica que el 68% de los encuestados dice que una sola experiencia negativa con el servicio prestado reducirá su lealtad a la marca o empresa en cuestión.

En cuanto a la forma de interacción, el 72% de los clientes dice que su canal preferido para comunicarse con una empresa varía según el contexto, según el estudio "Revolution of the Consumer Experience in Retail".

Ante cifras como estas, Talkdesk destaca la importancia de los contact center en un mundo en transformación digital y en el que

están surgiendo nuevos hábitos de consumo en el retail. La mayoría (74%) de los profesionales en el área de experiencia del cliente (CX) dice que las interacciones con los centros de atención al cliente tienen una influencia significativa en el servicio prestado, una cifra que se espera aumente al 90% en dos años.

"Este cambio radical en el comportamiento del consumidor ha estado en el radar de los minoristas durante años, pero la pandemia lo ha acelerado. Para muchos vendedores, las experiencias digitales y en la tienda todavía se tratan como dos canales separados y separados. El simple hecho de que los consumidores ahora quieran una interacción simple y holística crea un gran desafío para los minoristas, quienes pensaban que tenían algunos años más para implementar los cambios necesarios", dice Tiago Paiva, CEO de Talkdesk.

En un comunicado, Tiago Paiva también enfatiza que los centros de contacto basados en la nube, como la solución que ofrece Talkdesk, podrían desempeñar un papel importante para que los minoristas enfrenten este desafío. Este tipo de contact center se presenta como más flexible y seguro, además de utilizar inteligencia artificial para personalizar la experiencia.



talkdesk

## REFERRALMD MEJORA LA SOLUCIÓN PRM/ CRM DE ATENCIÓN MÉDICA

<http://www.getreferralmd.com>

ReferralMD, líder en gestión de referencias y comunicaciones con pacientes, ha lanzado la última versión de su solución Provider Relationship Management (PRM), o la solución Customer Relationship Management (CRM) diseñada para el cuidado de la salud. La solución PRM / CRM de ReferralMD permite que los equipos de marketing y los coordinadores de referencias administren sus redes de proveedores, documenten la actividad de extensión, mejoren el servicio al cliente e impulsen un mayor volumen de referencias.

Con la solución PRM / CRM de ReferralMD, las organizaciones de atención médica pueden investigar posibles socios de referencia utilizando sólidas herramientas de investigación de mercado, realizar un seguimiento de las actividades de marketing y divulgación y gestionar de forma eficaz las redes de referencia. Los análisis e informes completos permiten a las organizaciones conectar la actividad de promoción de marketing con el volumen de referencias dentro de la organización e identificar rápidamente a los socios de referencias con un volumen de referencias fijo o en declive.

### EL PRM / CRM DE ATENCIÓN MÉDICA DE REFERRALMD PERMITE A LAS ORGANIZACIONES:

Investigar nuevas fuentes de referencias utilizando herramientas de investigación de mercado, incluido el directorio nacional de más de 7 millones de proveedores y organizaciones de atención médica.

Comprender los patrones de referencia de la competencia utilizando el directorio nacional de proveedores.

Realizar un seguimiento de toda la actividad de divulgación, incluidas notas, llamadas, correos electrónicos, reuniones, tareas, etc.

Administrar socios de referencia por representante de marketing y realizar un seguimiento de la actividad de alcance, las fuentes de clientes potenciales, el estado actual del alcance y los próximos pasos.

Personalizar su flujo de trabajo de divulgación (todos los pasos del proceso de divulgación) y fuentes de clientes potenciales (todos los eventos y campañas de marketing).

Automatizar los informes de estado para los socios de derivación con actualizaciones en tiempo real sobre las derivaciones de pacientes a través de la solución de gestión de derivaciones.

Obtener información sobre el volumen de referencias en tiempo real, las tendencias de las referencias, la fuga de red y la distribución geográfica de los socios de referencia.

Acceder a la solución PRM / CRM en cualquier dispositivo móvil.

"ReferralMD continúa mejorando su plataforma líder en el mercado para coordinadores de derivaciones y profesionales de marketing de atención médica. Nuestras soluciones integrales de gestión de derivaciones, comunicación con el paciente y PRM / CRM de atención médica brindan un análisis de red integral y mejoran el rendimiento operativo mediante el seguimiento de todo el ciclo de vida de las derivaciones de pacientes y el proveedor relaciones ". dice David Bongiovanni , director ejecutivo de ReferralMD.

### ACERCA DE REFERRALMD

ReferralMD ofrece una gestión probada de derivaciones y consultas, comunicaciones y acceso de pacientes y soluciones de marketing de PRM / CRM que ayudan a los hospitales, los sistemas de salud, las redes y los pagadores a agilizar el proceso de derivación, disminuir la fuga de pacientes y mejorar la comunicación entre proveedores y pacientes. Con potentes herramientas de apoyo a la toma de decisiones clínicas y análisis en tiempo real, ReferralMD ayuda a los proveedores de atención médica a aumentar los ingresos, impulsar la eficiencia operativa y mejorar el servicio al cliente. Para obtener más información sobre ReferralMD.



## EMPRESA INNOVADORA QUE OFRECE SERVICIOS DE CRM QUE AHORRAN RECURSOS PARA PEQUEÑAS EMPRESAS Y EL MOMENTO NO PODRÍA SER MEJOR

Con las pequeñas empresas aún recuperándose del impacto de COVID-19, P2 Automation LLC les está lanzando la línea de vida que necesitan para tener éxito en esta nueva era.

Steve Pestillo, fundador y director ejecutivo de P2 Automation LLC, siempre ha sentido que los sistemas de gestión de relaciones con el cliente (CRM) eran fundamentalmente defectuosos.

Un CRM es un término general para automatizar y simplificar las operaciones de ventas, la recopilación de datos o las comunicaciones de una empresa. Permite a las empresas atender de manera más eficiente a sus clientes mientras permite que las computadoras hagan el trabajo preliminar de generar informes, enviar mensajes, compilar cotizaciones de precios y realizar flujos de trabajo automatizados.

Sin embargo, Steve se dio cuenta de que existía una gran barrera para permitir que la pequeña empresa promedio se aprovechara de dicha automatización. Los sistemas CRM "Big Box" eran demasiado caros. Los propietarios de pequeñas empresas se encontraron con programas demasiado complejos y solo pudieron utilizar una fracción de la funcionalidad. Si se tiene en cuenta el costo de consultar con un experto en la implementación y el mantenimiento de estos servicios, CRM quedó completamente fuera del alcance de las posibilidades del empresario promedio.

Algo tenía que cambiar y Steve sabía exactamente qué hacer.

P2 Automations LLC había desarrollado una aplicación llamada CRMPlus 365. La aplicación opera en la popular Microsoft Power Platform e incluye muchos de los servicios similares que utiliza Dynamics 365 de Microsoft, como el seguimiento de los datos de los clientes y las oportunidades de ventas, así como la gestión de llamadas telefónicas y correos electrónicos.

La gran diferencia ... P2 Automation comenzó a ofrecer CRMPlus 365 de forma gratuita durante el verano de 2020. Así es, tecnología gratuita.

"Esta es nuestra nueva normalidad", dijo Pestillo, "Lo vemos como nuestra contribución para apoyar a otras empresas y no tenemos planes de volver a cobrar por la licencia de la aplicación".

Desde que ofrecieron la aplicación, Steve y su equipo han podido ayudar a más clientes a identificar y reducir los cuellos de botella en su flujo de trabajo.

Steve afirmó que los clientes ideales de P2 Automation son aquellas pequeñas empresas con un nicho de mercado donde el software estándar no se ajusta a sus necesidades. Por lo general, son empresas que no tienen un departamento de TI y es posible que ni siquiera se consideren expertos en tecnología. "Nosotros, de alguna manera, nos convertimos en la extensión tecnológica de la pequeña empresa. Les permitimos dedicar su tiempo a trabajar en el núcleo de su negocio, en lugar de tratar de descubrir programas de software y qué 'podría' funcionar para ellos". Además, P2 Automation ha hecho que su aplicación sea escalable al tamaño y complejidad de la empresa.

Debido a que no siguen un enfoque único para todos los CRM, es importante tener en cuenta que existen costos relacionados con la implementación y el mantenimiento de un programa CRM, incluso con la licencia gratuita CRM Plus 365 de P2 Automation. Los clientes deben comprar licencias de Microsoft Power Platform y P2 Automation ofrece servicios de consulta y soporte asequibles.

Sin embargo, sus clientes han descubierto que el beneficio del dinero y el tiempo ahorrados mediante la implementación estratégica de CRM supera con creces el costo del programa.

Las empresas interesadas en aprovechar el sistema CRM Plus 365 de P2 Automation pueden programar una sesión de estrategia gratuita en [www.p2automation.com](http://www.p2automation.com). Esta consulta sin compromiso permitirá a P2 Automation LLC descubrir los cuellos de botella de los procesos comerciales y sugerir soluciones específicas.

Para más consultas, comuníquese con P2 Automations LLC al (860) 385-8491 o [sales@p2automation.com](mailto:sales@p2automation.com)



# CRM PARA WHATSAPP

Gracias a una herramienta como Whatsapp se podrá mantener organizada la llegada de mensajes o llamadas, jerarquizando prioridades, compartir catálogos u otro documento importante para los clientes y elaborar informes.

## **Veamos las razones por las cuales debe incorporarse esta herramienta en tu negocio:**

### **Información importante centralizada:**

Permite organizar y centralizar los datos de los clientes, por ejemplo: nombre, dirección, número de contacto, edad, qué compró, entre otros datos. Todos los involucrados podrán acceder a esta información vía online, teniendo la oportunidad de personalizar la comunicación con sus clientes y brindarles una mejor experiencia para ganar su confianza y fidelidad.

### **Mejor proceso de venta:**

Con el CRM para Whatsapp se reemplazan todos los procesos manuales y lentos que existían. Con estas plataformas la comunicación se vuelve más intuitiva y sencilla facilitando el ecommerce, sin importar que se cuente con presupuestos limitados.

### **Fortalecer el trabajo en equipo:**

Al no necesitar que el equipo de trabajo este físicamente reunido en un lugar, flexibiliza horarios y formas en las que todos los individuos estén interactuando con los clientes, para cumplir con los objetivos planteados y ofrecer siempre mejores servicios que ayudarán a destacar ante la posible competencia.

### **Mayores oportunidades de ventas:**

Poder tener a la mano información de los clientes es tener la ventaja de ofrecerle lo que realmente busca o necesita y no perder tiempo en estrategias que no funcionarán. Otra gran ventaja de conocer el perfil del cliente es que se puede generar ventas cruzadas, que complementen su solicitud y lograr mayores ventas.

### **Mejorar procesos de marketing:**

Se tiene la posibilidad de desarrollar campañas inteligentes que se muestran a través de chatbots que generan alternativas rápidas y eficientes en las que puede interactuar cualquier cliente.

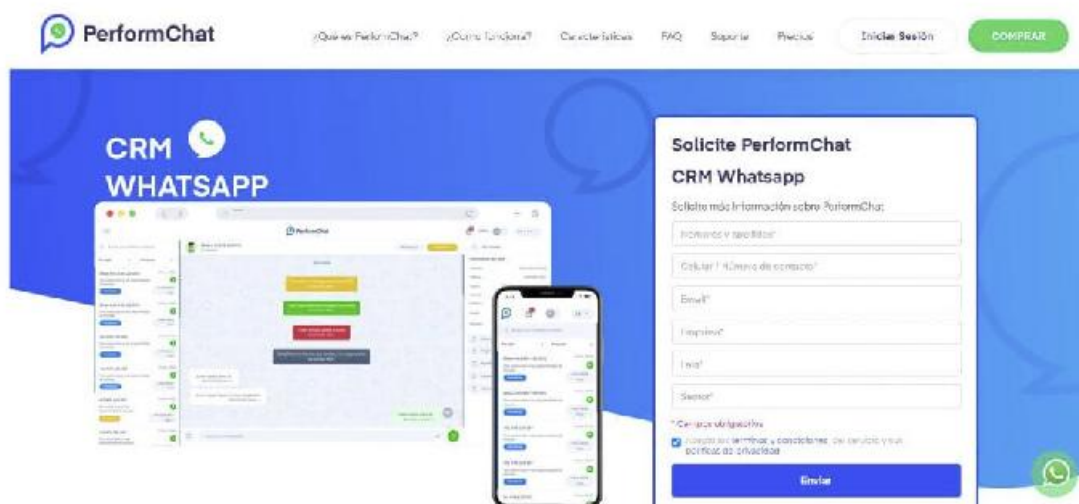
Es posible gestionar cualquier mensaje, encuesta o promoción personalizada, con el fin de que los prospectos se conviertan en clientes potenciales y hacerles seguimientos del proceso de compra.

### **Optimizar la experiencia del cliente:**

Evitar la espera es un servicio que cualquier cliente valora y actualmente aspira que no le toque hacerlo en ninguna interacción con cualquier marca o servicio que desea conocer, por ello, es importante construir y mantener la relación con el usuario para ser parte de un ecommerce exitoso.

### **Satisfacción de clientes:**

Es una garantía para atender de una mejor manera las dudas, solicitudes e incluso reclamos de los usuarios, permite mejorar la experiencia en cuanto la satisfacción de los clientes.





# CRECE INTERÉS POR USO DE CRM EN LA INDUSTRIA INMOBILIARIA

El 2020 trajo nuevos retos para la industria inmobiliaria y la forma en que opera sus negocios. A poco más del primer trimestre de 2021 ya se habla de la recuperación del sector y esto tiene que ver, entre otras cosas, con las estrategias que han adoptado quienes se dedican a la labor de ayudar a encontrar o vender un inmueble.

Una de las tendencias que cobra mayor fuerza es la adopción de tecnologías como son los CRM, softwares especializados para la gestión de clientes o leads que buscan rentar o comprar una propiedad. Asimismo, recurrir a campañas digitales es otra de las estrategias que demuestran importantes resultados.

Para tener una idea más clara de cómo ha sido la implementación de esta tecnología, la plataforma Inmuebles24 realizó una encuesta a profesionales del sector inmobiliario, de los cuales, más de la mitad laboran en Ciudad de México y Estado de México, y el resto se distribuye en los demás estados. De estos, el 82% maneja entre 1 y 100 propiedades al mismo tiempo y sólo el 7% maneja más de 500 propiedades.

Los resultados de la encuesta demostraron que 50% aún hace el seguimiento de sus clientes con medios tradicionales como anotaciones mensuales, mientras que un 47% utiliza excel. Esto muestra que la adopción de nuevas tecnologías de administración y seguimiento tienen una amplia área de oportunidad.

“Adoptar mejores tecnologías ayudará a quienes integran este sector a incorporarse en procesos cada vez más productivos que les permitan mejorar el servicio a sus clientes y la forma en que organizan su labor. En México existen muchas PropTech que ofrecen a sus clientes soluciones como CRM que facilitan su trabajo”, señala Alejandro García del Río, director de Marketing de Inmuebles24.

Asimismo, el estudio reveló que algunos de los CRM que más utilizan son: Tokko Broker, EasyBroker y NocNok. La importancia de estos sistemas de gestión queda manifiesta tras la respuesta de un 56% de los encuestados que dijeron haber perdido clientes potenciales al no tener tan organizada su administración de leads.

Cuando se les preguntó a los agentes inmobiliarios cuáles fueron las cualidades que los llevaron a elegir el CRM que usan, respondieron:

- 56% Publicación automática en portales
- 40% Precio y flexibilidad de planes
- 34% Gestión de sitio web
- 30% Integraciones con plataformas (email marketing, llamadas VoIp, redes sociales, chatbot)
- 30% Bolsa Inmobiliaria
- 26% Reportes y análisis de datos

Por último, la plataforma destacó que en opinión del 71% de quienes utilizan un CRM en sus actividades, observan una mejora notoria en la gestión de prospectos.

Paradavisual.

+

+ **Anuncia**  
**CON** *Nosotros*



[WWW.PARADAVISUAL.COM](http://WWW.PARADAVISUAL.COM)



## CÓMO LOS ESTAFADORES ROBARON MEDIO MILLÓN DE DÓLARES A CLIENTES DESPREVENIDOS DE AT&T

Los clientes de AT&T se vieron atrapados en una estafa que les valió a los piratas informáticos hasta medio millón de dólares. Esta estafa afectó a un puñado de clientes, algunos de los cuales se han presentado públicamente.

Los investigadores creen que se pueden identificar más víctimas con el tiempo.

La estafa fue presuntamente perpetrada por dos personas, un hombre y una mujer actualmente detenidos con una fianza de 2 millones de dólares. El hombre y la mujer llamaron a los centros de llamadas de AT&T y fingieron ser trabajadores de AT&T. La pareja supuestamente tenía números auténticos de empleados de AT&T. Aún no se sabe cómo obtuvieron esta información.

Durante estas llamadas telefónicas, el hombre y la mujer recibieron información personal de los clientes de AT&T por parte de representantes que creían que estaban hablando con empleados auténticos. Los piratas

informáticos pudieron acceder a las contraseñas de las cuentas del cliente y a cualquier cuenta bancaria o información financiera de la cuenta del usuario.

Una víctima, una enfermera que fue estafada por \$ 7,000, habló con WMC5 News en Memphis, TN. Ella le dijo al periódico que recibió una llamada telefónica de AT&T justo antes de Navidad. El representante en el teléfono le dijo que su teléfono fue pirateado. En cuestión de minutos, su cuenta de PayPal se vio comprometida y se enviaron más de \$ 2,000 a un destinatario desconocido en una serie de transacciones no autorizadas.

Aunque solo una víctima se ha presentado para compartir su historia, los investigadores conocen a otras 70 personas que se han visto afectadas por esta estafa. Esta investigación se encuentra en las primeras etapas y es probable que se identifiquen más víctimas.



# ¡ADIÓS A YAHOO RESPUESTAS!

El 4 de mayo de 2021 Yahoo Respuestas será dado de baja y los archivos de tantas preguntas, desde las memorables, hasta las más inútiles, desaparecerán para siempre.

Yahoo Respuestas fue por mucho tiempo un sitio muy popular en la web. "No podríamos estar más orgullosos de lo que logramos juntos" se lee en el comunicado de Yahoo Respuestas. Ahí mismo el equipo reconoce que el sitio web ha perdido popularidad con el paso de los años, por eso, ahora la empresa está haciendo un ajuste en la dirección de sus esfuerzos y ello pasa por eliminar el sitio.

Los usuarios de Yahoo Respuestas tienen hasta el 30 de junio de 2021 para solicitar su información; quienes no lo hagan antes de esa fecha no podrán acceder más a ella.

Independientemente de que el 4 de mayo

será el día oficial para la desaparición del sitio web, las preguntas tuvieron una fecha tope para ser realizadas y fue el pasado 20 de abril, y lo mismo sucederá con las respuestas.

En el periodo del 20 de abril al 4 de mayo las preguntas y respuestas podrán verse en el sitio pero ya no se podrá interactuar con ellas.

Yahoo aclara que la desaparición del sitio de Respuestas no pone en riesgo ninguna información de los usuarios de Yahoo, de manera que ningún servicio de la empresa se verá afectado por la desaparición de la web.

Yahoo Respuestas está operativo desde 2005 y cerrará 16 años después, cuando Internet definitivamente se ha convertido en algo distinto a cuando Yahoo Respuestas vio la luz. Yahoo pasó a ser parte de Verizon Media Group en 2017, con una venta por 5,000 millones de dólares.

The logo for Yahoo! Respuestas is displayed in white text on a dark blue background. The word "yahoo!" is in a large, bold, lowercase sans-serif font, with an exclamation point. Below it, the word "respuestas" is in a smaller, lowercase sans-serif font.

## LG CAMBIA SU ESTRATEGIA Y SE CENTRARÁ EN COMPONENTES DE VEHÍCULOS ELÉCTRICOS, ROBÓTICA E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Para finales de julio LG dejaría de participar totalmente como proveedor de este tipo de dispositivos debido a las bajas ventas que registra.

LG dejará de fabricar celulares, a pesar de que llegó a ser el tercer fabricante de celulares del mundo, LG ha perdido cuota de mercado ante competidores, lo que determinó a la empresa a cambiar de estrategia y abandonar por completo el negocio de

celulares para finales de julio.

La junta de LG aprobó el cambio de estrategia para centrarse en componentes de vehículos eléctricos, robótica, inteligencia artificial y otros productos y servicios.

La compañía indicó que vendería su inventario de celulares y que seguiría prestando servicio y apoyo

durante distintos periodos de tiempo a los artículos ya en uso, dependiendo de cuándo se vendieron.

La firma había indicado antes que estaba analizando su estrategia, con un aumento de 5% en sus ventas en el último trimestre de 2020 respecto al año anterior. Sin embargo, la rentabilidad cayó debido a las escasas ventas de sus productos de gama alta.







## DAEMON4: MÓDULO DE CONTROL DE PRESENCIA 100 % INTEGRADO EN EL ERP DE CADA CLIENTE

Daemon4 ha desarrollado un módulo de presencia que se integra 100 % con el ERP de cada cliente para facilitar el proceso de registro de entradas y salidas de los trabajadores.

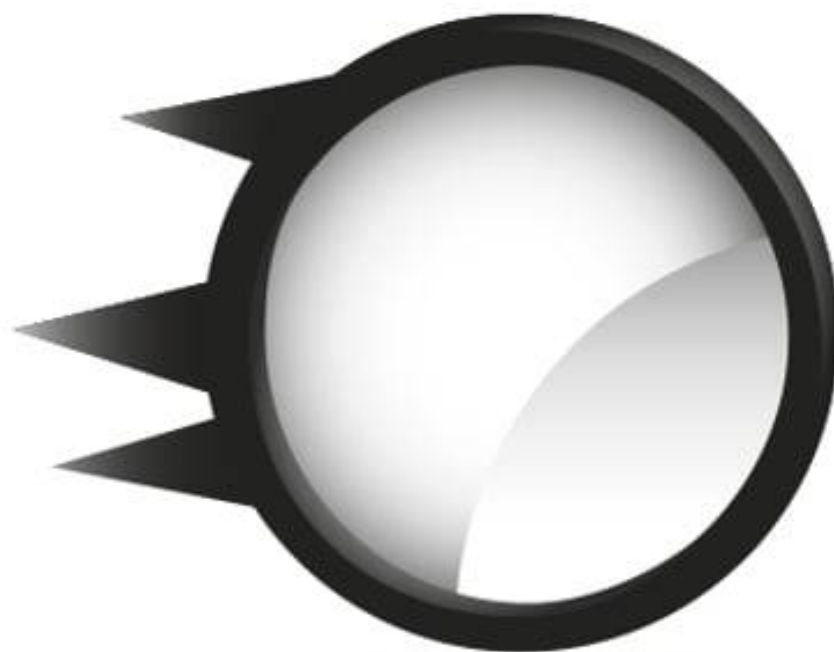
Algunos almacenes de ferretería ya cuentan con este módulo que permite el fichaje de sus empleados desde diversos dispositivos: tanto desde fichadores biométricos (huella o reconocimiento facial), como desde aplicaciones en dispositivos de movilidad (teléfonos, tabletas, portátiles, etc.)

El módulo de control de presencia de Daemon4 permite además diferenciar de forma fácil distintos tiempos: tiempo de

nómina, tiempo presencial, tiempo trabajado, etc. Y también definir las incidencias en la presencia horaria (salida a fumar, salida médico, día libre, etc.).

Todos los fichajes realizados desde la aplicación de fichaje disponen de un localizador que le permitirá controlar la ubicación exacta desde la cual se realizó el fichaje.

Desde su propio ERP el cliente puede controlar también factores como: calendarios laborales, horarios diferentes por trabajador, imputar bonificaciones y penalizaciones e incluso generar estadísticas de tiempos trabajados.



**Daemon4**  
The business software factory

## 4 CONSEJOS PARA AUMENTAR LA COLABORACIÓN ENTRE LA FUERZA LABORAL QUE TRABAJA A DISTANCIA

La pandemia de COVID-19 provocó numerosos desafíos e interrupciones para las empresas de telecomunicaciones, lo que provocó que muchas adoptaran una estructura comercial remota.

Este cambio repentino obligó a las empresas a reevaluar sus estrategias de TI y telecomunicaciones y acelerar la transformación digital de sus respectivas fuerzas laborales. Las herramientas de comunicación y las innovaciones, como las comunicaciones unificadas como servicio (UCaaS), la web y las videoconferencias y la computación en la nube, han cambiado la forma en que las empresas colaboran y están aquí para quedarse.

### Las comunicaciones comerciales entre equipos remotos deben seguir estas mejores prácticas:

#### 1. Revise los sistemas de comunicaciones para fomentar una fuerza de trabajo remota unificada:

la clave para acelerar la productividad en el lugar de trabajo reside en su sistema de comunicaciones. En un esfuerzo por mantener la continuidad comercial remota, las empresas necesitan implementar una solución UCaaS integral donde todas las herramientas de comunicación estén bajo un sistema centralizado en lugar de implementar una única solución. La implementación de UCaaS en el lugar de trabajo moderno permite a los empleados colaborar y mantenerse conectados para mensajería, videoconferencia, correo electrónico y más. La integración de UCaaS con las herramientas de colaboración existentes y los centros de contacto con el cliente allana el camino para que las empresas innoven desde cualquier lugar y se muevan a la velocidad de sus empleados y clientes.

#### 2. Utilice un sistema telefónico basado en la nube:

una solución de comunicaciones basada en la nube suele ser más asequible que los servicios heredados como POTS o PBX en las instalaciones y proporciona una flexibilidad sin precedentes. Estas soluciones ofrecen enrutamiento de llamadas, grabaciones, transcripciones y capacidades de respaldo personalizables que permiten a las empresas impulsar la eficiencia de la fuerza laboral, escalar operaciones y competir de manera efectiva en el panorama empresarial actual. Los proveedores de comunicaciones VoIP ofrecen muchas ventajas que equipan a los empleados para trabajar desde cualquier lugar en cualquier dispositivo, mejorando así drásticamente la experiencia del cliente, aumentando la productividad del personal y reduciendo los costos operativos.

#### 3. Optimice su teléfono para hacer negocios:

con la innovación en la nube, el teléfono de un usuario ya no es un dispositivo aislado y ahora puede ser un activo clave que integra todos sus otros sistemas críticos. Por ejemplo, su solución de teléfono puede integrarse con sus plataformas de facturación, CRM, soporte y atención, e incluso plataformas especializadas para cualquier industria. Esto podría permitir capacidades de clic para llamar para agentes de ventas o cobros, pantallas emergentes para su atención al cliente y seguimiento del tiempo de llamada con fines de facturación para profesionales como los de la profesión legal.

#### 4. Fortalezca las conexiones a través de videoconferencias:

dado que el impacto económico de la pandemia afecta a empresas de todos los tamaños, los márgenes comerciales son estrechos y los presupuestos limitados. Es fundamental que las empresas inviertan en herramientas de videoconferencia y web asequibles que promuevan la colaboración y la comunicación continua. Estas herramientas de colaboración son activos de comunicación valiosos y permiten a las empresas interactuar de forma remota con prospectos, colegas, socios y partes interesadas clave para seminarios web, reuniones y debates en toda la empresa.

La adopción de herramientas de colaboración innovadoras como UCaaS, servicio de telefonía basado en la nube y videoconferencias y conferencias web permite a las empresas tomar el control de una fuerza laboral remota. Al unificar todas las plataformas de comunicación en una pila integrada, las empresas pueden colaborar sin problemas y sin esfuerzo, maximizando la continuidad del negocio y las operaciones en todos los niveles de la organización.

# CALL CENTERS ¿UNA SOLUCIÓN PARA RETENCIÓN DE CLIENTES?

Si existe algo más valioso para las empresas que sus productos y servicios, éstos son sus clientes y su fidelidad. Su lealtad, en este sentido, forma parte de su estrategia comercial y de marketing, por lo que los programas de retención se erigen como un método de gran ayuda para empresas de todo tipo, evitando, así, que los consumidores acudan a la competencia para satisfacer sus necesidades.

Todo comienza con el primer contacto que tiene el comprador con la marca, continúa con las primeras compras y se mantiene durante el tiempo con el servicio postventa. Precisamente, es después de haber comprado el producto o servicio, donde se debe realizar el mayor esfuerzo en la retención de clientes. Y es que una correcta gestión de las averías, devoluciones, anulaciones o cambios hará ver al consumidor que ha comprado a una marca que se preocupa por el bienestar de los clientes, pero si sucede lo contrario es difícil que el consumidor vuelva a confiar en ellos para adquirir ese producto o servicio, favoreciendo que busque alternativas en la competencia.

Las empresas cuentan con varios métodos y herramientas para fidelizar a sus clientes tras la venta del servicio o el producto, pero una de las más fiables y recomendadas para el servicio postventa sigue siendo el call center por su conexión directa y cercanía con el consumidor, y su capacidad para resolver problemas e incidencias de forma directa. Sin embargo, es necesario contar con un equipo profesional a los mandos de este call center que conozca las mejores técnicas de persuasión para evaluar la situación del cliente y convencerle de que siga apostando por la marca.

La principal recomendación, en este sentido, es ser proactivo y anticiparse a los posibles problemas del consumidor con su producto o servicio antes de que ocurran. Para ello, es imprescindible encuestar a los usuarios y medir su grado de satisfacción, detectar posibles errores o fallos y aprender de ellos para que no se repitan. Pero en el caso de que el cliente sea el primero en contactar con el call center, es fundamental que este servicio lleve las riendas en la comunicación y se interese por el estado de la reparación, devolución o cambio, interaccionando y contactando con él de forma periódica para reducirle el esfuerzo comunicativo.

No hay que olvidar que cada cliente es distinto y, por lo tanto, sus necesidades y requerimientos en el servicio postventa telefónico variarán.

Es bueno tener unas pautas básicas para aplicar a todos los problemas de devolución, recambios o averías, pero también es cierto que aparecerán situaciones más extraordinarias que requieran nuevas soluciones.

Para evitar posibles crisis en la gestión de estos problemas, es recomendable dar flexibilidad al servicio de call center para que ofrezcan soluciones a medida para la situación de cada cliente. Por ejemplo, se puede negociar la reducción en una suscripción mensual, ofrecer un descuento como compensación, etc.

Pero, aunque se tenga en cuenta todo esto, en ocasiones el deseo de no renovación es firme y poco se puede hacer para cambiar su voluntad. En estos casos, es imprescindible respetar su decisión y permitirle, de forma amable, que cancele su suscripción o pedido, siempre tratando al consumidor con la máxima amabilidad, respeto y empatía por su situación.

Por último, cabe destacar que la retención de clientes es una de las formas más eficientes y rentables de aumentar los beneficios en comparación con la adquisición de nuevos consumidores, ya que la renovación es un proceso más rápido y sencillo. Cabe recordar que vender a compradores que ya han expresado su interés por la marca permite tener una idea más clara de lo que buscan y necesitan, un esfuerzo que puede reducirse en gran medida gracias al trabajo de un buen equipo de call center.



# CITI FILIPINAS

**OPERACIONES DE BANCA DE CONSUMO, CAJEROS AUTOMÁTICOS, CENTROS DE LLAMADAS, OFICINAS CONTINUARÁN MIENTRAS TANTO**

Citi Filipinas, el brazo local del gigante bancario estadounidense Citigroup, aseguró el martes a sus clientes que sus operaciones de banca de consumo en el país continuarán por el momento en medio del plan de su matriz de reducir las franquicias de banca de consumo en 13 países, incluido Filipinas.

En un comunicado, Citi Filipinas dijo que sus oficinas y operaciones comerciales de consumidores "continuarán operando normalmente con la misma dedicación y pasión para servir y apoyar a los clientes".

El viernes, Citigroup anunció que cerrará sus operaciones de banca de consumo en 13 países, incluido Filipinas, ya que planea reenfocar sus operaciones globales en áreas con "mayor escala y potencial de crecimiento".

"Nos gustaría transmitir a todos los titulares de tarjetas de crédito, cuentas bancarias y nuestros clientes en inversiones y préstamos que todos nuestros productos y servicios existentes continuarán normalmente y que no habrá cambios en nuestro alto nivel de servicio", dijo Citi Philippines Consumer Business jefe Manoj Varma.

"Todas las sucursales, cajeros automáticos, centros de llamadas y oficinas seguirán funcionando como lo hacen hoy. Los clientes pueden continuar realizando transacciones o consultas de servicio a través de la aplicación móvil Citi, Citibank Online y Citiphone. Este seguirá siendo el caso hasta que notifiquemos a los clientes sobre cualquier cambio".



## 4 TENDENCIAS DE VANGUARDIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Si hay algo que la pandemia produjo en las empresas, fue la relevancia de entender las necesidades de los clientes y tener la capacidad de adaptarse a ellas.

A continuación mencionamos cuatro de las principales tendencias a considerar a la hora de diseñar una estrategia para que la Experiencia del Cliente sea enteramente satisfactoria.

### PROACTIVIDAD EN EL SERVICIO

Las empresas deberán desarrollar la capacidad de identificar necesidades individuales tanto reales como potenciales de un cliente y resolverlas antes que el cliente se contacte con la empresa, hace varios años que la capacidad de modelar los datos permite predecir comportamientos y necesidades de los clientes, ahora tenemos que conectarla para sorprender al cliente al anticiparnos a sus necesidades.

### COHERENCIA EN LAS COMUNICACIONES

Se debe lograr una total coherencia y transparencia en todos los canales, especialmente en los que más le importan al cliente.

Para ello se requiere profundizar en la recopilación integrada de la data generada por los clientes en todos los canales, de modo de tener la capacidad de optimizar la experiencia en cada contacto.

### CONTACT CENTER DEL FUTURO

El entendimiento del cliente estará respaldado por análisis avanzados, inteligencia artificial, procesamiento del lenguaje natural en tiempo real y otras herramientas que detectan el sentimiento y la emoción del cliente, dejando al ejecutivo focalizarse en las tareas de mayor valor en la relación con el cliente.

### IDENTIFICAR EL TALENTO EN LA ORGANIZACIÓN

El contact center evolucionará hasta convertirse en un alimentador de talento a largo plazo altamente valorado en la empresa, por lo que la atención al cliente debe cambiar la forma en que atrae, retiene y desarrolla el talento. La analítica de personas se utilizará en cada etapa de la contratación para garantizar que el talento entrante tenga los atributos adecuados para el éxito.





## PETROBRAS REEMPLAZA INFRAESTRUCTURA DE CONTACT CENTER POR SERVICIO EN LA NUBE

La petrolera estatal brasileña Petrobras reemplazará toda su infraestructura de Contact Center por una solución unificada basada en la nube o Contact Center como servicio (CCaaS), que proporciona la firma tecnológica Genesys.

La petrolera pretende adquirir servicios de implementación y soporte de terceros, de acuerdo con la información publicada en la plataforma de adquisiciones Petronect. Las ofertas fueron abiertas a partir del 8 de abril solo empresas precalificadas y socios oficiales de Genesys. El contrato es a nivel nacional y la propuesta más baja que cumpla con los criterios técnicos requeridos será la ganadora. No se permite la participación de consorcios.

El principal objetivo de Petrobras con este proceso es reemplazar su propia infraestructura de call/contact center "que está obsoleta", así como los diversos contratos relacionados con los canales de servicio digital, a través de una solución unificada 100% en la nube, indicó la empresa.

Con esto se espera mejorar la experiencia del usuario con nuevos modos de interacción, como las redes sociales, por lo que los servicios que se buscan incluyen la implementación y administración de una cuenta Whatsapp Business API.

A través de una interfaz omnicanal única, Petrobras también apunta a reducir el tiempo que los usuarios y agentes dedican a cambiar entre ventanas y aplicaciones durante los servicios de atención al cliente.

Los servicios que se adquieren incluyen licencias y soporte, a través de pagos de suscripción mensual basados en el número máximo de agentes de call center conectados simultáneamente.

La empresa contratada también debe proporcionar la configuración de las operaciones de servicio al cliente, así como los servicios de capacitación para el agente y supervisores/auditores.



# EL USO DE LOS CANALES DIGITALES EN LA BANCA

El Banco Santa Fe es un entidad bancaria provincial argentina que propone alternativas no presenciales para satisfacer las demandas de sus clientes.

Como parte de las recomendaciones sanitarias, tiene disponibles todos los canales electrónicos de la entidad para realizar operaciones y consultas de manera simple, ágil y segura durante las 24 horas sin tener que concurrir a una sucursal.

## Veamos a continuación algunos de los canales digitales disponibles:

### Homebanking (bancosantafe.com.ar)

Desde una PC, tablet o móvil se pueden realizar transferencias, pago de tarjetas y servicios, solicitar una tarjeta de crédito, generar plazos fijos; recargar el celular o la tarjeta de colectivo; bloqueo de tarjeta de débito (robo/extravío), entre otras operaciones. Además desde HB se puede desbloquear el usuario o hacer un blanqueo de claves.

### Mi Solución

En simples pasos se puede solicitar la reimpresión de tarjetas de débito, blanqueo de clave numérica (PIN) y blanqueo de clave alfanumérica (PIL).

### App Santa Fe Móvil (con acceso a Mobile Banking y billetera QR)

Se pueden realizar consultas de saldos/

movimientos, pagos y transferencias, como así también tomar préstamos online, generar plazo fijo, recargar celular y transporte público, bloqueo de tarjeta de débito (robo/extravío), entre otras transacciones.

Con la billetera QR, los clientes pueden comprar en comercios adheridos y pagar con el teléfono celular, sin necesidad de utilizar la tarjeta de débito ni dinero en efectivo. Disponibles para Android.

### Contact Center (0800 444 6273)

Atención disponible de lunes a viernes de 07 a 19 hs. Ingresando con la clave Banco Santa Fe (se puede generar desde el Contact Center, opción 4), los clientes pueden realizar múltiples operaciones y/o consultas sobre caja de ahorro, cuentas corriente, tarjeta de crédito, tarjeta de débito, préstamos, seguros, plazo fijos, reclamos, modificación de datos personales, entre otras.

El Banco Santa Fe continúa aportando soluciones en el marco de la pandemia ofreciéndoles a sus clientes y el público en general una amplia variedad de canales alternativos para realizar todas sus operaciones durante las 24 horas de los 365 días del año desde el lugar que elijan y en el momento que deseen, con la mayor comodidad, seguridad y tranquilidad.



**NBSF MÓVIL**

AHORA PODÉS SEGUIRNOS DESDE NUESTRA APP. DESCARGALA YA MISMO.



DESCARGÁ

NAVEGÁ

DISFRUTÁ

COMPARTÍ



CONOCE LAS NUEVAS PROMOCIONES EN NUESTRA NUEVA APP.

**ES MUY SIMPLE.**

1. Ingresá en la tienda de aplicaciones de tu celular.
2. Buscá **NBSF Móvil**
3. Presioná instalar y listo!

A partir de ahora vas a poder consultar todas nuestras promociones y novedades, encontrar sucursales, cajeros automáticos, acceder a Mobile Banking, números de contacto y mucho más.

DISPONIBLE PARA:  

Síguenos en:  [NuevosCódigosSantaFe](#)  [FueraCódigoSantaFe](#)

 **Banco de Santa Fe**



# APOYO LABORAL A LOS MIGRANTES EN BARRANQUILLA

Todos Somos Barranquilla, es el nombre del programa dirigido a personas migrantes radicadas en la ciudad colombiana, y que consiste en brindar formación en áreas con alta demanda laboral, recibir orientación profesional y psicosocial, además de la preparación para la empleabilidad, con el fin de vencer las barreras de acceso al mercado y ofrecer alternativas para la generación de ingresos.

Los beneficiarios del programa recibirán orientación y asesoría individual, formación a la medida, acompañamiento psicosocial, kit de bioseguridad, auxilio de transporte y de conectividad/comunicación, bono de alimentación, prenda de vestir para la entrevista de trabajo, entre otros aspectos, en busca de lograr una vinculación laboral.

La iniciativa cuenta con el apoyo del Mayors Migration Council, organización conformada por alcaldes, que brinda acompañamiento en política nacional e internacional para migrantes y otorgará USD 174.000 (\$631 millones) para esta iniciativa que será operada a través del Centro de Oportunidades de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.

En palabras del jefe de Práctica del Mayors Migration Council, Samer Saliba: "Nos complace brindar acceso directo a financiamiento y apoyo técnico a líderes locales como los de

Barranquilla, quienes están trabajando para reconstruir sus comunidades de manera inclusiva. Todos Somos Barranquilla ampliará las posibilidades del Centro de Oportunidades para ayudar a la población migrante para acceder al mercado laboral y fortalecer su capacidad de obtener ingresos para ellos, sus familias y sus comunidades. Este proyecto es más que digno de nuestra inversión y esperamos ver el impacto positivo que sin duda traerá a todos sus habitantes, además del ejemplo que dará a otras ciudades del mundo".

## REQUISITOS:

1. Ser migrante, colombiano retornado o comprobar que has acogido a una persona o familia migrante. (No es necesario contar con una situación migratoria regular).
2. Ser mayor de edad (hasta 45 años).
3. Tener un título de bachiller. (No es necesario que esté homologado).
4. Estar domiciliado en Barranquilla.
5. Tener seis meses de experiencia, sin importar en qué país, en alguno de los siguientes campos: Agente de call center bilingüe, Agente de call center hispano, entre otros.





## 80% DE LOS EMPLEADOS DEL SECTOR BPO SON JÓVENES DE ENTRE 18 Y 28 AÑOS



Asociación  
Colombiana  
de BPO

Como ya hemos reseñado en Parada Visual, el sector BPO es uno de los sectores que en Colombia combina el crecimiento con la generación de empleo en medio de la pandemia. Y a este importante aspecto, la presidenta ejecutiva de la Asociación Colombiana de BPO (BPrO), Ana Karina Quessep, añade que Colombia hace parte del top 3 de países más atractivos del vecindario para el sector, y ya son 75 empresas y 605.000 empleados los que lo componen.

En sus palabras textuales: "Hoy, el sector contribuye al PIB colombiano con 2,8 por ciento. Antes ni siquiera aparecíamos en el mapa. Esto tiene que ver con el buen trabajo que se está haciendo, que se refleja en la confianza de las empresas nacionales, internacionales y los clientes. Incluso, en la pandemia nos hemos mantenido

conservando los empleos, capacitando al personal en temas de TIC y habilidades blandas, ampliando servicios y generando nuevas vacantes para atender la demanda internacional", señala.

De acuerdo con BPrO, esta industria representa 14 por ciento de las exportaciones de servicios del país y su demanda se está fortaleciendo. De hecho, sus principales industrias atendidas son telecomunicaciones (27,5 por ciento), banca y servicios financieros (17,5 por ciento), consumo masivo y salud (12,5 por ciento), seguros (10 por ciento) y otro tipo de sectores (32,5 por ciento).

Todo este saldo positivo se completa con el hecho de que el 80% de los 605.000 empleos que genera el sector BPO son jóvenes entre 18 y 28 años de edad.

## ATIENDE REFUERZA CANALES DE CONSULTA

No exponerse de forma innecesaria es una obligación, además cuando es posible revisar de manera remota si puede optar a los beneficios y cómo realizar una postulación.

Uno de los principales objetivos de la red de atención ChileAtiende del Instituto de Previsión Social (IPS) en tiempos tan complejos es precisamente acercar la información y orientación a las personas en forma digital, para que así no tengan que acudir a las sucursales a exponerse.

En palabras del director del IPS Magallanes, Eduardo Barahona Kompatzki: "Son tres buenas noticias. La primera, tiene que ver con el bono IFE y el bono Covid, que corresponde a una fecha de postulación que va del 8 al 18 de abril, donde nuestro público lo puede realizar directamente en la página [www.ingresodeemergencia.cl](http://www.ingresodeemergencia.cl) o llegado el caso, se puede acercar a nuestras oficinas. Sin embargo, convocamos a que la gente lo pueda realizar en forma electrónica, ya que es un sitio muy ameno y fácil para poder postular". Respecto del Bono Clase Media, la autoridad indicó que se postula directamente a través del Servicio de Impuestos Internos

([www.sii.cl](http://www.sii.cl)). "Esto corresponde a un bono de Clase Media, correspondiente a 500 mil pesos, para todas aquellas personas que reciben algún ingreso formal, sea mediante boletas de honorarios, contrato de trabajo u otro, que va desde el sueldo mínimo hasta 2 millones de pesos, que va decreciendo para aquellos que tienen una remuneración de entre \$1.500.000 a \$2.000.000", explicó Barahona.

Por otro lado, se indicó que los canales digitales a través de los cuales las personas pueden informarse respecto a los beneficios son:

- [www.chileatiende.cl](http://www.chileatiende.cl)
- [www.ips.gob.cl](http://www.ips.gob.cl)
- Redes sociales ChileAtiende en Facebook, Twitter e Instagram.
- Además del Call center 101.

Para todos estos trámites, es posible acceder a orientación e información a través de [www.chileatiende.cl](http://www.chileatiende.cl).



CHILE

# SAMSUNG CREA TIENDA VIRTUAL PARA SUS CLIENTES

## EXPERIENCIA TRY & BUY

Es la modalidad que facilita la compra de productos Premium a través de Samsung.com y retailers asociados.

# SAMSUNG

Virtual | 360°  
store



Es una nueva experiencia en la región y dispone de Try & Buy, Trade in Online, Tienda Virtual y Remote Support, nuevos servicios digitales para los usuarios de la marca, en este complicado periodo de cuarentena.

Samsung Electronics Chile amplía su oferta de canales y métodos de atención online para que los consumidores puedan realizar sus compras desde casa, de manera informada y segura, evitando el contacto presencial.

“El principal objetivo de este programa es llevar una muestra del producto que nuestros usuarios están buscando y cotizando a través de la web, a la comodidad de la casa del cliente, con esto resolver las dudas que no pudieron satisfacerse en la consulta online.

Esto aplica para interrogantes del diseño, pantallas, especificaciones, prestaciones, e incluso usabilidad de nuestros productos Premium.

Todo esto sin costo adicional asociado” explica Carlos Falcón, Gerente de Trade Marketing en Samsung Electronics Chile.

### Trade In Online

Permite obtener, de manera online, un nuevo móvil y entregar como parte de pago tu Smartphone actual.

### Tienda Virtual

Puedes ingresar a través de realidad virtual a todos los rincones de una tienda física, acercarte a los mesones y ver la disposición de los productos, los que despliegan sus características y precios, al hacer click sobre ellos, esto al mismo tiempo que tienes la opción de chatear con un consultor.

Una experiencia diferente para mirar, comparar, tener asistencia en línea, comprar y mucho más.

### Soporte Remoto

El Contact Center de Samsung cuenta con contenidos e información para brindar a los clientes un proceso de instalación fácil y rápido para que los usuarios tengan la seguridad de que pueden hacerlo por sí mismos. Remote Support está disponible para todos los clientes, quienes necesiten de soporte técnico en línea o instalación de producto sin que un técnico vaya a la casa.

Puedes comunicarte a través del Contact Center 800 726 786 y un agente experto te brindará todo el soporte que necesitas.



Hoy es común que las empresas hablen de Multi Canalidad, Omnicanalidad, Customer Journey y Customización, pero son pocas las que realmente entienden en profundidad estos conceptos y tienen la capacidad de atender a clientes individuales y necesidades personalizadas.

Es aquí en donde la transformación digital permite avanzar en la hiper personalización de la atención del cliente y potenciar la experiencia en cada uno de los puntos de contacto.

En cuanto a esto, Juan Pablo Forno, Docente del Diplomado en Inteligencia de Clientes y Big Data de la Universidad de Chile, asegura que los clientes generan gran cantidad de información que las empresas habitualmente subutilizan, dentro de las más evidentes se encuentran las transacciones de compras y usos de servicios, utilización de los distintos canales de interacción, incorporar enormes cantidades de información no estructurada como las grabaciones en call centers, la información obtenido por correos, chat bots o redes sociales, más toda la información pública disponible.

Así las cosas, el profesor de la Universidad de Chile menciona 4 acciones que se puede implementar para optimizar el uso de los datos:

#### **CONOCER REALMENTE A LOS CLIENTES:**

Utilizar toda la información disponible para entender e identificar sus preferencias y cómo construyen su experiencia por los distintos canales.

#### **ADELANTARSE A SUS NECESIDADES:**

Si se cuenta con la suficiente información histórica de nuestros clientes, en conjunto con herramientas de big data podemos adelantarnos a sus necesidades, identificar problemas antes de que nos contacten y resolverlos de manera preventiva.

#### **OMNICANALIDAD:**

Debemos diseñar una experiencia de excelencia durante todo el Customer journey del cliente, de manera que haya una coherencia en todas las comunicaciones y ofertas para lo cual es necesario la integración tecnológica de todos los canales de interacción.

#### **CAMBIAR EL ROL DEL EJECUTIVO DE ATENCIÓN:**

El primer paso es que todo lo burocrático y automatizable dentro del proceso de atención sean sistematizado (hoy existen diversas herramientas de inteligencia artificial que lo permiten) de modo que los ejecutivos estén enfocados en el problema "real" del cliente dado que la tecnología lo soporta en lo administrativo.

# CHILE

# IA Y BIG DATA EN LA EXPERIENCIA DE CLIENTES



## APP MEXICANA PARA COMBATIR EL ACOSO SEXUAL

La App Mexicana Siempre Seguras fue creada por un grupo de activistas mexicanas con el objetivo de contribuir a frenar el acoso sexual que viven las mujeres en México. La función de la app móvil Siempre Seguras es recabar datos estadísticos sobre el acoso sexual callejero y elaborar un mapa de focos rojos. Esto con el fin de enfrentar la persistente violencia contra la mujer en México.

Esta app busca generar un mapeo para identificar las zonas donde existe mayor incidencia de acoso para buscar las causas y generar acciones para, en consecuencia, visibilizar esta realidad como una problemática que requiere políticas públicas en México. El país vive una ola feminista sin precedentes propulsada por la creciente violencia que padecen con el asesinato de más de diez mujeres al día y cerca de 1,000 feminicidios, homicidios por razón de género, en 2020.

Ángeles Ortiz Espinoza y Angelina Espejel, ambas investigadoras de profesión, decidieron recabar información sobre esta problemática y descubrieron que no existen estadísticas al respecto, aunado a que el asedio callejero no está tipificado legalmente como acoso.

Los primeros datos de la investigación se hicieron a través de un algoritmo que creó Angelina, para poder descargar tuits que estuvieran relacionados con mujeres que hubieran pasado por un incidente de acoso sexual callejero.

En sus palabras textuales: "La gente suele usar las redes sociales para descargar este tipo de emociones de manera muy natural. A diferencia de una encuesta, esto es la experiencia viva de la persona y la idea era localizar de dónde venían estos tuits para empezar a generar un mapa de incidencias y saber en qué lugares ocurre más frecuentemente este incidente".

Actualmente la aplicación se encuentra en versión beta, únicamente disponible para Android, pero ante la gran respuesta que han tenido por parte de las víctimas para aportar sus experiencias, ya se planea una segunda etapa en la que se robustecerá la aplicación para lanzarla en otros sistemas operativos y ampliar sus funciones.

Finalmente, señaló que ya se han tenido los primeros acercamientos con autoridades estatales como la Secretaría de Desarrollo Social del Estado de Querétaro y con el Instituto Municipal de las Mujeres, instituciones que se han mostrado muy interesadas en desarrollar el mapeo para conocer las incidencias y zonas donde más se presentan en la región para incluir esta cuestión a la agenda pública.





A través del webinar E-Sourcing & E-CRM veremos soluciones para la transformación digital en la nueva normalidad, efectuado por la Universidad de las Américas Puebla, la Dra. Manuela Gutiérrez-Leefmans, profesora investigadora del Departamento de Mercadotecnia de la UDLAP, explicó que el E-Sourcing es el proceso de búsqueda, evaluación, selección y colaboración de compradores actuales o potenciales a través de una plataforma en línea, cuyas ventajas son la reducción de costos, mejores condiciones, tanto financieras como logísticas, acelerar la selección e identificación de proveedores, entablar una comunicación constante con los proveedores, gestionar los pagos a proveedores fácilmente, una negociación transparente y abierta, entre otras.

Para comprender el concepto la Dra. Gutiérrez-Leefmans ejemplificó el caso de la enfermedad H1N1. Cuando llegó súbito, en ese momento se buscaron en plataformas web a compradores y proveedores que ofrecieran los compuestos y/o medicamentos para su tratamiento. El E-Sourcing "permitió encontrar los mejores precios del mercado. Al tener la materia prima se hizo una producción rápida del Tamiflu y se pudo lanzar rápidamente. Además, por las ventajas que tiene el sistema se mantuvo la relación con los proveedores del ingrediente activo hasta la fecha", expuso la ex E-Sourcing Manager para Latinoamérica en Roche.

Por su parte, el Dr. Víctor Wilfredo Bohórquez López, profesor investigador de la Universidad Pontificia Universidad Católica Madre y maestra, de República Dominicana, explicó otra arista: "el E-CRM, Electronic Customer Relationship Management, es decir, una plataforma en la nube o software as a service que contiene los datos de contacto de clientes reales y potenciales, aprovechando las relaciones entabladas con ellos para generar mayores ingresos mediante un conocimiento del consumidor. Ofreciendo la ventaja de consultarse en cualquier dispositivo,

## E-SOURCING & E-CRM, SOLUCIONES PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA NUEVA NORMALIDAD

mantener comunicación con distintos grupos de clientes, reducir pérdidas, optimizar los procesos de negocio, los flujos de trabajo y más."

En ese sentido el Dr. Bohórquez López ilustró el caso del turismo en República Dominicana, cuya mayoría era internacional y que fue mitigado por la pandemia, al cerrar los aeropuertos. En aquel momento las cadenas hoteleras se vieron en la necesidad de mirar al cliente local y aprovecharon el tema de la transformación digital para moldear su propio sistema de Gestión Electrónica de Relaciones con el Cliente (E-CRM), utilizando las redes sociales para llegar a estos usuarios mediante campañas por WhatsApp, mostrándoles las instalaciones, protocolos de seguridad, paquetes y demás beneficios. "Los hoteles aquí han aprovechado el tema de los influencers para poder llegar al público local, también han bajado precios para ser accesibles, reducido costos, adecuado su oferta con base a lo que van a cobrarle al público objetivo nuevo", como una forma de mantener a flote su negocio, explicó el ex subgerente de CRM Analítico en Interbank.





# MÉXICO

## SALESFORCE SE ADAPTA PARA AGREGAR VALOR ANTE LA PANDEMIA



Gabriela Báez, vicepresidenta de Transformación Digital de Aeroméxico, afirma que la aerolínea se vio forzada a acelerar su Transformación Digital, y lo hizo a través de la plataforma Salesforce Customer 360, para atender al cliente de forma personalizada, anticiparse a sus necesidades y responder al contexto que se vive.

Customer 360 es una de las herramientas de Salesforce que cobró más relevancia desde el inicio de la pandemia, porque permite a las organizaciones dar seguimiento a las ventas y al contacto con clientes, obteniendo de manera inmediata datos importantes que alimenten sus estrategias digitales. Corre sobre Hyperforce, el sistema operativo de Salesforce, que es compatible con todo tipo de nubes públicas, lo que lo vuelve escalable, ágil, flexible, de rápida implementación, inteligente gracias a la automatización, con opciones de personalización y seguro en el resguardo de los datos.

Pilar García, directora general de Salesforce México, reiteró su compromiso por entregar las actualizaciones al portafolio necesarias ante cualquier cambio del mercado, como sucedió con las dos soluciones lanzadas durante la pandemia: Salesforce Anywhere y Work For Home.

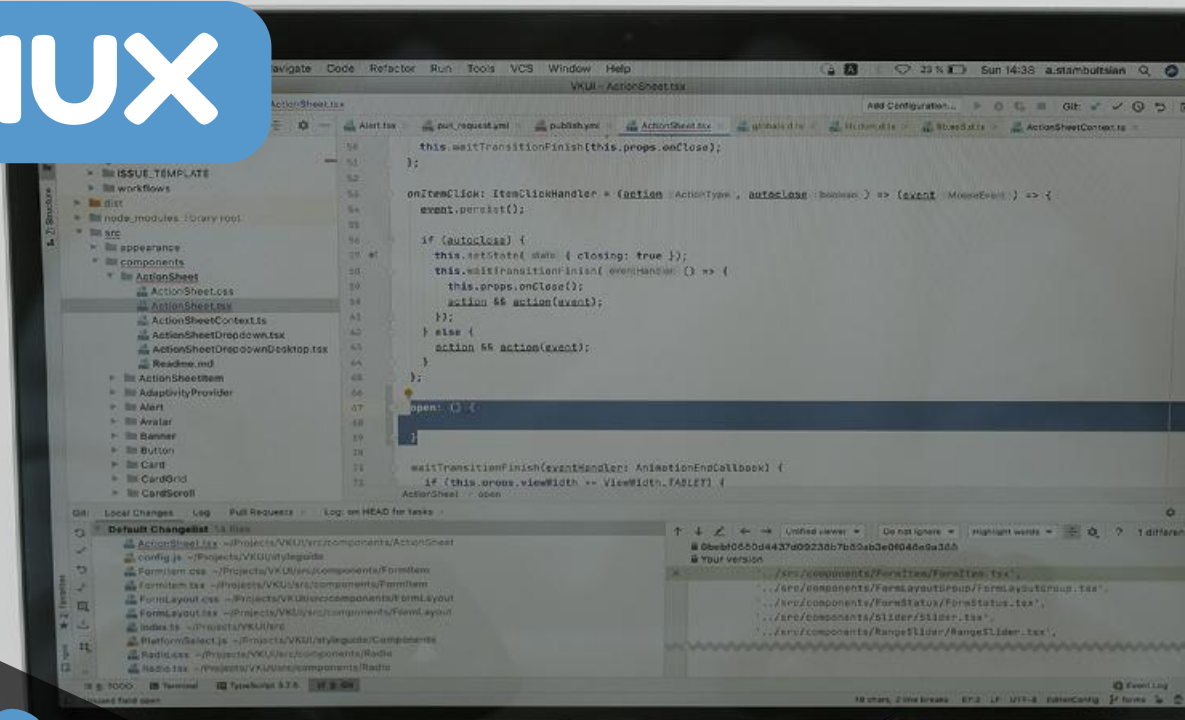
La primera es una plataforma que permite a todos los empleados trabajar de manera

remota con acceso seguro a información unificada, en tanto, Work For Home, ayuda a las empresas a planear su regreso a la normalidad organizando tareas, proveyendo accesos siempre con el cuidado de los empleados.

SalesForce también tiene soluciones que se adaptan a la realidad de las Pymes, Víctor Martínez, director general de Be Prime México, integrador de TI en el mercado mexicano, nació hace dos años y ha tenido un crecimiento acelerado tal que tuvo que requirió una solución para automatizar su proceso de ventas, hacer entregas más rápidas y poder capitalizarse en el menor tiempo.

Para satisfacer estas necesidades, Be Prime adoptó Salesforce Cloud que les permitió configurar puntos de control estratégicos que dieran valor a los clientes. Además, entregaba reporte avanzado que les permitió diferenciarse en el mercado. A partir de la automatización de algunos datos pudo mejorar la definición y medición de KPIs.

Pilar García, resaltó que tanto en Pymes como en grandes corporaciones, Salesforce permite a empresas de todo sector adaptarse a necesidades propias de industria, y resaltó que hoy participa en empresas de manufactura, transporte, hospitality, retail, ciencia, farmacéutica, sector financiero y empresarial, entre otros.



# SOLUCIONES INFORMÁTICAS

PÁGINA  
WEB



CALL  
CENTER



TIENDAS  
ONLINE



**+34 919 158 215**  
**+34 744 638 917**  
info@sinux.es  
www.sinux.es

Y MUCHAS COSAS MÁS

## CONTACT CENTER ENTRE LOS SECTORES QUE CRECERÁN PESE A LA PANDEMIA



Guatemala cerró un primer trimestre con el mayor repunte económico de la región y las perspectivas para el resto del año son prometedoras.

El 2021 se presenta menos atípico en relación con 2020, cuando la Covid-19 impactó duramente en la producción y el empleo. Estiman un crecimiento para este año del 3,5 por ciento del Producto Interno Bruto, en correspondencia con análisis del Banco de Guatemala y de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL).

No obstante, el Fondo Monetario Internacional proyectó un 4,5 por ciento en un informe publicado recientemente. Durante el mes de marzo el índice de confianza de la actividad económica se situó en 57,40 puntos, lo más alto después de la caída en abril de 2020, cuando bajó a 32,64 puntos.

Entre las prioridades de las autoridades del país centroamericano están la reactivación económica a través de la atracción de inversiones, el fomento del comercio internacional y el fortalecimiento de las medianas y pequeñas industrias.

Entre los sectores destacados están: de transporte y logística, textil, Contact Center, agroindustria, farmacéuticos y dispositivos médicos son el centro de las apuestas.

Entretanto, el déficit fiscal anual será de 3,4 por ciento, muy por debajo de todos los países de la región.

En cuanto a la recepción de remesas, casi todos los meses hay marcas históricas, aspecto muy positivo porque estimula el consumo y la recaudación.



## DUDAS TRIBUTARIAS PODRÁN SER RESUELTAS EN NUEVO CALL CENTER

Ya está disponible en Paraguay una nueva línea telefónica de la Subsecretaría de Estado de Tributación (SET), exclusivamente para responder a las dudas de los contribuyentes. El número es el 729-7000.

El horario de atención definido para este servicio es el comprendido entre las 08:00 a 12:00 horas y de 13:00 a 15:00, informaron autoridades de la SET, ratificando que el objetivo de la creación de este Call Center es responder a todas las dudas que tengan los contribuyentes sobre los impuestos o el cumplimiento de las obligaciones tributarias. La línea baja es (021) 729-7000, no obstante, también seguirá operativo el antiguo número, (021) 417-7000 hasta que los usuarios se familiaricen con el call center nuevo.

Para los que prefieren la atención digital, también está disponible la opción de ingresar a la página web <http://www.set.gov.py> en la sección "Contáctenos", donde se debe llenar un formulario para enviar las consultas tributarias.

En cuanto a las gestiones, a través de la Resolución General N° 52/2020 se establecieron medidas administrativas para la gestión de trámites ante la Subsecretaría de Estado de Tributación, las cuales reducen al mínimo las gestiones presenciales, apostando a la utilización de la tecnología.

La puesta en marcha del Call Center contribuye a las medidas sanitarias que toman las autoridades del país Suramericano para contrarrestar los embates de la pandemia del coronavirus.

La pandemia ha acelerado el proceso de transformación digital en las instancias públicas del Paraguay para brindar mejores servicios a la población, en este caso mejorar la recaudación fiscal, y también resguardar la salud de la población evitando movilizaciones innecesarias a la vez que se posibilita para el ciudadano cumplir con el pago de sus tributos.





# CDG INVEST CONTINÚA SU APUESTA POR LAS START-UPS

CDG Invest continúa su apoyo a las empresas emergentes con el lanzamiento de la tercera promoción de su programa 212Founders. Hasta el 4 de junio de 2021, los líderes del proyecto podrán enviar sus solicitudes para beneficiarse de las ofertas implementadas en el marco que se pueden ver en [www.212founders.ma](http://www.212founders.ma)

o en la página de LinkedIn del programa. Dirigido a empresas emergentes, este enfoque ofrece apoyo en varios niveles proporcionado por emprendedores y mentores experimentados. Además de eso, este programa apoya financieramente a las nuevas empresas con montos de hasta 3 millones de dirhams en capital inicial y 10 millones de dirhams en la serie A. Hay que decir que, 212Founders se basa en proyectos innovadores y tiene como objetivo sacar a relucir start-ups de clase mundial que operan en Marruecos.

“Ya sean emprendedores experimentados, empleados experimentados o jóvenes graduados que deseen emprender, el programa está abierto a todos los emprendedores de alto potencial con al menos un MVP (producto mínimo viable)”, explican los iniciadores de este proyecto. 212Founders ha apoyado a 45 empresas emergentes a través de dos promociones desde su lanzamiento en septiembre de 2019.

Siguiendo el ejemplo de las primeras promociones, la nueva cohorte de empresas emergentes podrá beneficiarse del apoyo en

cada etapa del viaje. En este sentido, los proyectos seleccionados se beneficiarán de un programa integral de apoyo y financiación alineado con los estándares internacionales. Al mismo tiempo, se puso en marcha un mecanismo de financiación favorable a los empresarios en dos fases. Una fase semilla, denominada Seed, donde cada start-up puede beneficiarse de hasta 3 millones de dirhams, seguida de la fase Serie A que representa la fase de crecimiento de las start-ups.

En términos de apoyo a las empresas emergentes seleccionadas, este programa ha proporcionado un sistema de tutoría llevado a cabo por empresarios de campo y expertos del sector. A nivel sectorial, 212Founders ha apoyado hasta ahora dos promociones de start-ups que operan en diversos campos de actividad como movilidad, educación, logística, Market-place, hostelería, turismo o incluso SaaS (software como servicio). Como recordatorio, la calidad del programa también fue recompensada por el informe Baobab Insights, que lo ubica entre los 3 principales inversores de semillas en África durante el segundo trimestre de 2020.

Tenga en cuenta que 212Founders tiene como objetivo contribuir al desarrollo del ecosistema de start-ups en Marruecos y es parte del despliegue de la estrategia del Grupo CDG, uno de cuyos ejes principales es la promoción del espíritu empresarial y el aumento de alcance de la economía marroquí.





## MARRUECOS AVANZA HACIA LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL, LA AUTOMATIZACIÓN

Marruecos ha incluido una nueva incorporación al plan de digitalización del país, a saber, Industria 4.0, el último avance en automatización e intercambio de datos para tecnologías de fabricación.

Recientemente, el Ministerio de Industria, Comercio y Tecnologías Digitales, la Agencia de Desarrollo Digital (DDA), la Universidad Euromediterránea de Fez (UEMF) y Fez Smart Factory firmaron un Memorando de Entendimiento (MoU) para implementar y avanzar en el estado de la automatización en Marruecos. El acuerdo permitirá al país norteafricano estimular el crecimiento económico a través de la innovación, así como cosechar los beneficios que brinda la automatización. Las partes involucradas tienen como objetivo implementar la adopción de las últimas tecnologías por parte de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) del país.

El MoU es parte de un esfuerzo concentrado para implementar de manera efectiva los avances logrados en el sector del "ecosistema digital y la innovación", para 2025. Esto mejorará en gran medida la competitividad del sector industrial de Marruecos.

El Memorando de Entendimiento también ayudará a mejorar las capacidades de fabricación y la productividad de las PYME, a través de un mayor apoyo a la investigación científica y la innovación, y gracias a la

cooperación eficaz y el intercambio de conocimientos. A través de la participación activa en la cuarta revolución industrial y basándose en los logros de la transformación digital global, Marruecos podrá convertirse en un centro tecnológico para la fabricación de alta tecnología.

En la ceremonia de firma, el ministro de Industria marroquí, Moulay Hafid Elalami, destacó que la asociación permitirá a Marruecos combinar sus "activos digitales e industriales para desarrollar un ecosistema digital competitivo que promueva la transferencia de tecnologías digitales 4.0".

El presidente de la UEMF, Mostapha Bousmina, elogió el Proyecto Fez Smart Factory, que se enmarca dentro del Plan de Aceleración Industrial de Marruecos. Bousmina señaló que la fábrica incluirá unidades de ingeniería, una incubadora, un centro de conferencias y una fábrica modelo 4.0. Esto permitirá integrar inteligencia artificial, realidad aumentada, impresión 3D y otras innovaciones en las herramientas de producción industrial de Marruecos.

El desarrollo se enmarca en la asociación "Consortium Fez Smart Factory", que reúne a la UEMF, las sucursales de Fez / Taza de la Confederación General de Empresas Marroquíes (CGEM), el consejo regional de Fez-Meknes y el Centro de Entrega Alten.



# MACHAUSSURE.MA

## ABRE SU PRIMERA TIENDA EN CASABLANCA

La primera plataforma online apuesta a lo grande por el Made in Morocco.

La primera plataforma online, especializada en la venta de calzado en Marruecos, acaba de abrir su showroom en Casablanca.

MaChaussure.ma se consolida como líder en marketing de calzado online al establecer el made in Morocco como base imprescindible y dirigido a todos los grupos de edad, con diferentes gamas de productos que cumplen con todos los requisitos.

MaChaussure.ma se distingue de la competencia por su esmerada atención a los productos elaborados por artesanos y pequeñas fábricas marroquíes. Detrás de este proyecto, Otmane El Azzaoui (27 años) y Hamza Haffar (28 años), dos amigos, que se conocieron durante sus estudios en la Facultad de Ciencias Jurídicas, Económicas y Sociales, Hassan II de Casablanca, han decidido embarcarse en esta aventura que sigue creciendo.

Creada en 2017, MaChaussure.ma es la primera plataforma en línea marroquí especializada en la venta de zapatos para mujeres, hombres y niños, se ha convertido en un referente en cuanto a calzado de moda a

precios asequibles, a la vez que favorece el Hand Made por artesanos y pequeñas fábricas marroquíes.

Con el sombrero de un operador pionero en la fabricación y venta de zapatos para mujer y hombre, Machaussure.ma también está invirtiendo en el segmento infantil como principal objetivo.

El Objetivo es La fabricación de artículos impresionantes, asegurando el cumplimiento de los estándares de calidad para ofrecer productos que combinen comodidad, durabilidad, versatilidad y accesibilidad.

Desde su lanzamiento, MaChaussure.ma indica en un comunicado de prensa que se ha marcado objetivos importantes, trazando así un curso de acción notable al ofrecer zapatos con los mejores precios asequibles y un amplio surtido para satisfacer todos los gustos.

De esta forma, se alinean con los estándares de grandes marcas internacionales en términos de calidad, por ser el escaparate de la artesanía marroquí y un modelo de su saber hacer y por expandir la actividad a nivel internacional.





## MUBAWAB LANZA UN TOUR VIRTUAL DE BIENES RAÍCES

### LIVE OPEN HOUSE

Los visitantes del sitio inmobiliario de Mubawab muy pronto accederán a una oficina de ventas sin tener que viajar y tendrán una cita con su asesor de ventas en línea, para un recorrido virtual interactivo de la propiedad seleccionada. Esto es lo que acaba de anunciar el grupo a través de un comunicado de prensa. Esta decisión constituye una nueva fase del desarrollo de Mubawab en Marruecos que llega pocas semanas después del anuncio del grupo de la inversión de 10 millones de dólares para apoyar el ecosistema inmobiliario en el Magreb.

“El servicio acaba de ser desarrollado por el equipo técnico de Mubawab con sede en España en colaboración con un socio tecnológico líder en Europa. Se trata de una tecnología “Live Open House” cuya arquitectura de streaming respeta el protocolo HLS que adapta la resolución del streaming en función del ancho de banda del usuario conectado y que integra de forma nativa el acceso a modelos 3D”, explica la misma fuente.

Como indicó Kevin Gormand, CEO y cofundador de Mubawab, esta es la primera vez en Marruecos e incluso en África.

“Somos el único portal inmobiliario que ofrece este servicio en la actualidad. Pronto se ofrecerá a todas nuestras agencias inmobiliarias y clientes desarrolladores con una versión receptiva para la parte móvil”, señaló. En este período de pandemia, esta solución está demostrando ser una forma eficaz de limitar los viajes. Esta nueva forma

más eficiente podría incluso convertirse en una opción de elección para futuros compradores para ayudarlos a preseleccionar propiedades que realmente cumplan con sus criterios de búsqueda sin tener que viajar. Los profesionales inmobiliarios, por su parte, podrán identificar a los compradores potenciales más prometedores y trabajar de forma más eficiente.

Los anuncios inmobiliarios que ofrecen este servicio se indican en el portal con una mención “Directo”, explican los responsables del sitio. Y para agregar que durante este recorrido inmersivo por el hogar, los compradores potenciales pueden aprovechar varias funciones en vivo, como hacer preguntas a través del chat o incluso programar una cita para una visita in situ.

A través de esta innovación, Mubawab reafirma su posición como un actor con visión de futuro, atento a las últimas tendencias del mercado y a las necesidades de los profesionales del sector, para finalmente poner la innovación al servicio del cliente final.

“La política de innovación del Grupo Mubawab se centra en dos palancas. En primer lugar, una fuerte implicación en la investigación y el desarrollo para democratizar las iniciativas internacionales innovadoras en el Magreb. Luego, apertura a las nuevas tecnologías de gran valor añadido para los profesionales del sector”, indica Toni Puig, COO y cofundador de Mubawab.

# INWI MONEY Y MARJANE HOLDING ANUNCIAN LA GENERALIZACIÓN DEL PAGO MÓVIL

Inwi Money, un actor líder en el campo del pago móvil, y Marjane Holding, un actor importante en el campo de la distribución masiva, anuncian la generalización del pago móvil en las tiendas Marjane y Marjane Market en Marruecos.

Todos los clientes con una billetera de pago móvil que ofrezca el pago mediante QR-Code podrán pagar fácilmente sus compras en las tiendas Marjane y Marjane Market ubicadas en Casablanca a partir de esta semana.

La generalización paulatina a tiendas ubicadas en otras ciudades se hará efectiva en las próximas semanas.

Equipado con su aplicación de pago móvil en smartphone, el cliente podrá pagar sus compras con facilidad y con total seguridad capturando el QR-Code que se muestra en los terminales de pago de todas las cajas registradoras de las tiendas Marjane y Marjane Market.

Uniendo sus esfuerzos, los dos actores están contribuyendo así a la promoción del ecosistema de pago móvil "Maroc Pay" dirigido a la digitalización de las transacciones de pago

entre comerciantes. Este sistema puesto en marcha en Marruecos bajo los auspicios del Bank Al Maghrib y la Agencia Nacional Reguladora de Telecomunicaciones forma parte de la intensificación del uso de la inclusión digital y financiera en nuestro país. A través de esta innovadora iniciativa, los dos actores contribuyen a la operacionalización de dicho sistema. Como recordatorio, "inwi money" es la solución de pago móvil del operador digital global inwi. La misión de inwi money, institución de pago aprobada por Bank Al Maghrib, es participar de manera significativa en la inclusión financiera en Marruecos.

Busca seguir impulsando los usos transaccionales a través de una gama de servicios accesibles al mayor número de personas posible: pago de facturas y recargas, transferencia de dinero, pago de compras en TPE de nueva generación del Centre Monétique Interbancaire - CMI y esto, a nivel de varias grandes marcas comerciales.

Inwi money dispone de una amplia gama de servicios de alto valor añadido e instantánea.



marjane market  مرجان ماركت

marjane  
مرجان

inwi MONEY



## HA CONCLUIDO LA PRIMERA ITERACIÓN DEL PROGRAMA OPEN STARTUP MARRUECOS

La primera iteración del programa Open Startup Morocco ha concluido y se han anunciado los finalistas del programa.

Entre las figuras que se reunieron para la ceremonia de premiación se encontraban el encargado de negocios de la Embajada de los Estados Unidos en Marruecos, David Greene, el rector de la Universidad Al Akhawayn, Amine Bensaid, el rector de la Universidad Politécnica Mohammed VI Hicham El Habi, y el rector de Impact. para el desarrollo Tarik Nesh-Nash.

Según la Universidad Al Akhawayn, el programa de cuatro meses "proporciona una plataforma para la innovación y el desarrollo de capacidades a través de la educación empresarial y los intercambios interculturales entre los EE. UU. Y los ecosistemas de startups en Marruecos".

El programa Open Startup Morocco trabajó con 94 participantes de "instituciones públicas y privadas marroquíes multidisciplinares y multirregionales", brindándoles capacitación en bootcamp de emprendimiento, así como sesiones de coaching y mentoring para desarrollar sus ideas.

El equipo de Inatlantis recibió el primer premio por su plataforma digital que ayuda a los estudiantes de idiomas a adquirir fluidez mediante la organización de reuniones

virtuales que promueven el intercambio y el aprendizaje de idiomas en tiempo real.

En segundo lugar quedó el equipo de Spotter, que diseñó una "técnica para validar la solvencia de los cheques en tiempo real".

Repa-BSF ocupó el tercer lugar, por desarrollar un sistema que convierte los desechos orgánicos domésticos en alimentos ricos en proteínas para el ganado.

Las siete startups que calificaron para la final recibieron una dotación de \$ 15,000 (MAD 135,700) para desarrollar su startup. Además, Inatlantis tendrá la oportunidad de visitar la Universidad de Columbia en Nueva York, si las medidas de salud COVID-19 lo permiten, para participar en la Competencia Columbia Venture. La competencia, programada para abril de 2021, tendrá un premio acumulado de \$ 300,000 (MAD 2.7 millones).

En los últimos años, se ha producido un frenesí de actividad que promueve la creación de empresas locales, en un intento de cambiar el panorama empresarial de Marruecos. En marzo de 2021, el presidente de la Universidad Mohammed V de Marruecos, Mohammed Rhachi, firmó acuerdos de asociación con cuatro empresas emergentes en el campo de la investigación y la innovación.



# FOREVER Y BARID CASH LANZAN UN NUEVO SERVICIO DIGITAL

Forever y Barid Cash, una subsidiaria de Al Barid Bank, están dando un nuevo paso en su asociación.

Las dos empresas están lanzando el pago móvil, un servicio "innovador" que permite a los revendedores de Forever en Marruecos pagar sus pedidos directamente desde la aplicación Barid Pay, además del pago en una sucursal de Barid Cash que ya se encuentra operativa.

Este nuevo canal de pago también ofrece la posibilidad de cobrar los pagos de los clientes mientras se beneficia de "ventajas tarifarias" reales.

"Con esta opción, los titulares de tarjetas pueden realizar de forma instantánea y segura una multitud de operaciones directamente desde la aplicación", informan en comunicado de prensa.

"Esto ofrece un espacio dedicado para que los distribuidores de Forever realicen pagos por sus compras en línea, en un teléfono inteligente, las 24 horas del día, los 7 días de la semana".

Para beneficiarse de esta opción, los revendedores de la marca deben tener una cuenta. Además de un servicio "práctico y totalmente digital", Forever y Barid Cash afirman implementar

una oferta de precios considerada "ventajosa" para los revendedores de Forever.

Estos últimos se benefician de transferencias "gratuitas" desde cuentas de pago de revendedor de Barid Cash y cuentas de pago de Barid Cash gratis.

El servicio también está disponible para pagos en efectivo de clientes a cuentas de revendedor.

Otras ventajas: la reducción de tarifas de la tarjeta Fissa3 que se vuelve accesible a 50 dirhams en lugar de 60 dirhams.





**ok**diga

# SOLUCIONES INTEGRALES DE CONTACT CENTER

+34 910 606 103 | [www.okdiga.com](http://www.okdiga.com)





## DR. SAÏD BELKADI MOHAMMED: ¡LA SEGURIDAD DE LOS DATOS PERSONALES ES NUESTRA PRINCIPAL PREOCUPACIÓN!

Marruecos ha elegido la solución de software apTeleCare para el seguimiento médico remoto de su campaña de vacunación contra Covid-19.

El Dr. Mohammed Saïd Belkadi, director médico de Highkaw, integrador de la solución en Marruecos, nos da detalles sobre su implementación.

Marruecos acaba de seleccionar la solución de software apTeleCare para su campaña de vacunación contra Covid-19.

### ¿Qué les aporta un mercado así?

Se trata de una oportunidad para Highkaw, integrador de soluciones informáticas en el sector sanitario y también para el sistema sanitario marroquí, ya que introduce una herramienta de telemedicina a través del seguimiento remoto de personas vacunadas como parte de la campaña nacional contra el Covid-19.

Dices que esta aplicación ha demostrado su eficacia para controlar a los pacientes lo más de cerca posible. **¿Puede darnos referencias y casos de uso?**

Esta aplicación ahora es funcional y permite a las personas vacunadas, que han recibido una notificación por SMS, acceder a la plataforma Yakadaliqah a través de [jawaz-essaha.com](http://jawaz-essaha.com), lo que les permite responder a un cuestionario intuitivo que relaciona los efectos adversos que pueden aparecer después de la vacunación. Una vez validadas sus respuestas, el beneficiario tiene la posibilidad de solicitar una opinión médica a distancia y eventualmente enviar un mensaje seguro a los médicos de las estaciones de vacunación, y esto, en todo el territorio marroquí. Hasta la fecha, los médicos involucrados tienen la posibilidad de responder a las alertas de los beneficiarios mediante asesoramiento y

orientación y pueden, si lo consideran médicamente necesario, informar sobre eventos adversos posteriores a la vacunación a los corresponsales de farmacovigilancia nacionales y regionales, y esto, con el fin de establecer el nexo causal con la vacuna en cuestión, con la ayuda de expertos.

En términos más generales, hemos elegido la solución de software apTeleCare, del editor de software francés TMM Software, por su experiencia en el suministro de una plataforma de monitorización remota, ya ampliamente utilizada en Francia y en todo el mundo por muchos establecimientos sanitarios, para el seguimiento de pacientes sufriendo de todo tipo de patologías. A través de la solución, su objetivo es cubrir eventualmente al 80% de la población marroquí, o 25 millones de personas.

### ¿Cómo reduce el riesgo de errores y cómo garantiza la seguridad de los datos personales?

La seguridad de los datos personales y la seguridad técnica son nuestras principales preocupaciones. Con el apoyo del Ministerio de Salud y el CNDP, pudimos implementar todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad técnica y la protección de los datos personales.

### Marruecos es un mercado estratégico en la región, ¿qué sigue? ¿A qué otros mercados se dirige después?

No solo Marruecos, sino toda África necesita estas iniciativas innovadoras de e-salud y telemedicina para garantizar a su población un mejor acceso a la atención médica, así como la optimización de sus recursos y, por lo tanto, una economía.

La pandemia de Covid-19 ha demostrado la necesidad de tales soluciones.



## DIGITALIZACIÓN MARRUECOS PIDE APOYO AL BANCO MUNDIAL

El cajero del reino y el Wali del Bank Al Maghrib acaban de reunirse con el presidente del Banco Mundial.

Esta reunión se enmarca dentro de las reuniones de primavera del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional que se celebran, de manera virtual, del 9 al 11 de abril de 2021.

En detalle, Mohamed Benchaaboun, Ministro de Economía, Finanzas y Reforma de la Administración y Abdellatif JOUAHRI, wali del Bank Al Maghrib se reunieron el viernes con David MALPASS, presidente del Grupo del Banco Mundial. En esta ocasión, Benchaaboun se felicitó por la calidad de la ejemplar colaboración que ha vinculado durante mucho tiempo al Reino de Marruecos y al grupo del Banco Mundial.

Posteriormente subrayó la relevancia de las medidas de respuesta adoptadas por las autoridades marroquíes al estallido de la pandemia, con el fin de limitar el impacto de la crisis del COVID-19 en la economía nacional, de acuerdo con las Hautes Guidance de Su Majestad el Rey. También repasó los principales proyectos prioritarios de reforma emprendidos por Marruecos para promover una recuperación dinámica y fortalecer la resiliencia de la economía, citando, en este sentido, el plan de recuperación económica llevado a cabo por el Fondo Mohammed VI para inversiones, obra de

generalización de la protección social y el de la reforma del sector público.

En este contexto, se invitó al Banco Mundial a fortalecer aún más su apoyo, tanto financiero como técnico, para apoyar a nuestro país en sus esfuerzos por contener los efectos de la crisis y ejecutar su programa de desarrollo. Además, invitó al Banco Mundial, a través de su posición de referencia dentro del sistema global de apoyo al desarrollo, a reflexionar sobre iniciativas en beneficio de los países de ingresos medios,

Por su parte, el señor Jouahri invitó al Banco Mundial a aportar a Marruecos la experiencia de que dispone esta institución, con el fin de apoyarla en determinadas áreas prioritarias de desarrollo, particularmente en términos de resiliencia del tejido productivo nacional, sector informal y digitalización.

Por su parte, al tiempo que enfatizó la disposición del Banco Mundial para fortalecer su apoyo a los esfuerzos de desarrollo económico y social de Marruecos, el Sr. MALPASS felicitó a nuestro país por su estrategia proactiva y anticipatoria para mitigar los efectos de la crisis de salud. En este nivel, expresó la voluntad del Grupo del Banco Mundial de brindar apoyo financiero y asistencia técnica a los diversos proyectos prioritarios de reforma emprendidos por el Reino de Marruecos.



# CADA VEZ MÁS HOGARES MARROQUÍES CONECTADOS

## EL COVID-19 HA ACELERADO "LA VIDA INTELIGENTE"

El período Covid-19 ha acelerado el uso de equipos conectados. Según un estudio reciente realizado por el especialista en electrodomésticos, el "Hogar Conectado" se está imponiendo. Realizado en línea durante el mes de enero de 2021 a nivel nacional sobre una muestra representativa de 500 hogares, con personas de 25 y más años, de los cuales 52% son hombres y 48% son mujeres, viviendo en familias compuestas en promedio de 4 personas, una encuesta revela que los equipos inteligentes y multifuncionales son cada vez más importantes en nuestra vida diaria.

### EQUIPA TU HOGAR CON OBJETOS ELECTRÓNICOS

Para superar las dificultades de tener que realizar varias tareas al mismo tiempo durante este período de Covid, los hogares marroquíes se están moviendo hacia los objetos conectados. El 79% de los marroquíes manifiesta haber sentido la necesidad de equipar mejor sus hogares desde el inicio de la epidemia. Resulta que el equipamiento "Work at home" ocupa la mayor parte de las inversiones en electrodomésticos de los marroquíes (37% de los gastos), seguido del "Eat at home" con el 24% de los gastos, "Beauty & groom en casa" con un 17%, "Entretenimiento en casa" con un 12% y finalmente "Limpiar en casa" con un 10%. Por lo tanto, las 5 principales compras del hogar en la categoría "Trabajo desde casa" van al teléfono inteligente (53% de los encuestados), seguido del equipo de audio Bluetooth (36%), luego la computadora portátil (27%), luego los enrutadores / fibra óptica (21%) y finalmente phablets (20%).

### AUMENTO DE LA VELOCIDAD DE LA CONEXIÓN A INTERNET

En términos de inversiones, los hogares marroquíes eligen equipos inteligentes. Según este estudio, esto confirma la migración de hogares al "Hogar Conectado" y la "Vida Inteligente". El 96% de las personas encuestadas dijeron que ya habían utilizado equipos inteligentes.

"Como consecuencia directa de la digitalización del hogar marroquí, la mitad de las personas encuestadas declararon haber aumentado la velocidad de su conexión a Internet. Un tercio de los hogares ya se ha pasado a la fibra óptica", especifica la misma fuente subrayando que "Smart Life", el teletrabajo y la escolarización en casa también modifican la distribución de la ocupación del espacio dentro de los hogares marroquíes.

En cuanto a la acción de compra, los marroquíes prefieren las tiendas especializadas con un 32%, seguidas de los hiper / supermercados con un 19% y el comercio electrónico en tercera posición con un 13%. Priorizan el contacto, los servicios ofrecidos y el asesoramiento en tienda para realizar la compra de electrodomésticos.

"En cuanto al uso de redes y aplicaciones, WhatsApp y Facebook siguen siendo redes inmejorables entre los marroquíes. Tik-Tok está logrando un avance espectacular entre los jóvenes, mientras que aplicaciones profesionales como Zoom y Teams se vuelven comunes tanto para el teletrabajo como para la escuela a distancia", subraya la misma fuente.





## DELL: IMPACTO DE COVID-19 EN LOS DEPARTAMENTOS DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Dell Technologies, en asociación con la Asociación de Usuarios de Sistemas de Información de Marruecos (AUSIM) y BearingPoint, ha presentado hoy durante un webinar los resultados de un estudio realizado en Marruecos sobre el tema: "CIOs ante la aceleración de lo digital: entre imperativos urgentes y la necesidad de adaptarse".

Con el objetivo de arrojar luz sobre el impacto de Covid-19 en los Departamentos de Sistemas de Información (CIO), la encuesta ofrece una visión general sorprendente de las consecuencias de la pandemia en varios aspectos estratégicos: digital, organizacional, de gobierno, etc. Se basa en testimonios directos y opiniones de expertos.

Mounir Soussi, director de Dell Technologies para Marruecos y África francófona, dijo: "Marruecos ha implementado la estrategia nacional de transformación digital Maroc Digital 2020 con el fin de fortalecer el lugar del Reino como un centro digital regional y africano, al tiempo que establece un objetivo para la formación de profesionales digitales de 30.000 profesionales de TI cada año. Este año, este compromiso es más relevante que nunca.

Apostamos firmemente por apoyar a Marruecos en esta dinámica digital presente en todos los grandes planes nacionales para que la transformación digital sea un vector de transformación económica y social".

Realizado con varios sectores representativos de CIOs, el estudio indica que el 64% de las empresas cuestionadas planean mantener o aumentar sus presupuestos de TI. En términos más generales, el 48% de los encuestados considera que los CIO están llamados a posicionarse cada vez más como centros de innovación.

Otro dato para recordar, el 85% de los CIOs encuestados mencionó dos proyectos prioritarios para controlar más los costos: el de continuidad del negocio y el de herramientas colaborativas, prueba de la adaptación de las empresas al contexto global de Covid.

Entre las tendencias tecnológicas notables, el estudio conserva la nube, para la que el 68% de los encuestados dice que ya la ha configurado o está en proceso de configurarla.

En segundo lugar, la analítica de datos es la otra tecnología esencial: el 52% de las personas encuestadas dice que ya la ha implementado o está en proceso de implementación.

Una prioridad absoluta para las empresas, la seguridad se considera en un 86% la primera razón para justificar la adopción de estas nuevas soluciones, y la integración y el rendimiento en segundo lugar.

Se puede descargar un resumen de los resultados de la encuesta del sitio web de AUSIM o solicitarlo a los equipos de Dell Technologies.





# LOS AIRTAG

## LO MÁS DESTACADO DEL APPLE EVENT

Los AirTag son de lo más destacado del Apple Event, te servirán para encontrar tus llaves fácilmente con ayuda de tu iPhone.

Debutaron en el Apple Event y son un pequeño dispositivo que puedes colocar en cualquier objeto para encontrarlo fácilmente.

Están contruidos en acero inoxidable con certificación IP67 y se basan en la tecnología Bluetooth de bajo consumo, con más eficiencia y más cobertura para así poder ser localizados. Tal y como ya hacen los MacBook, los AirTag aprovechan las emisiones Bluetooth de otros dispositivos de Apple, aunque no sean tuyos.

De forma completamente anónima, los AirTags son capaces de triangular su posición gracias a otros iPhone, iPad o Mac que tengan cerca y comunicarlo a su dueño en caso de pérdida.

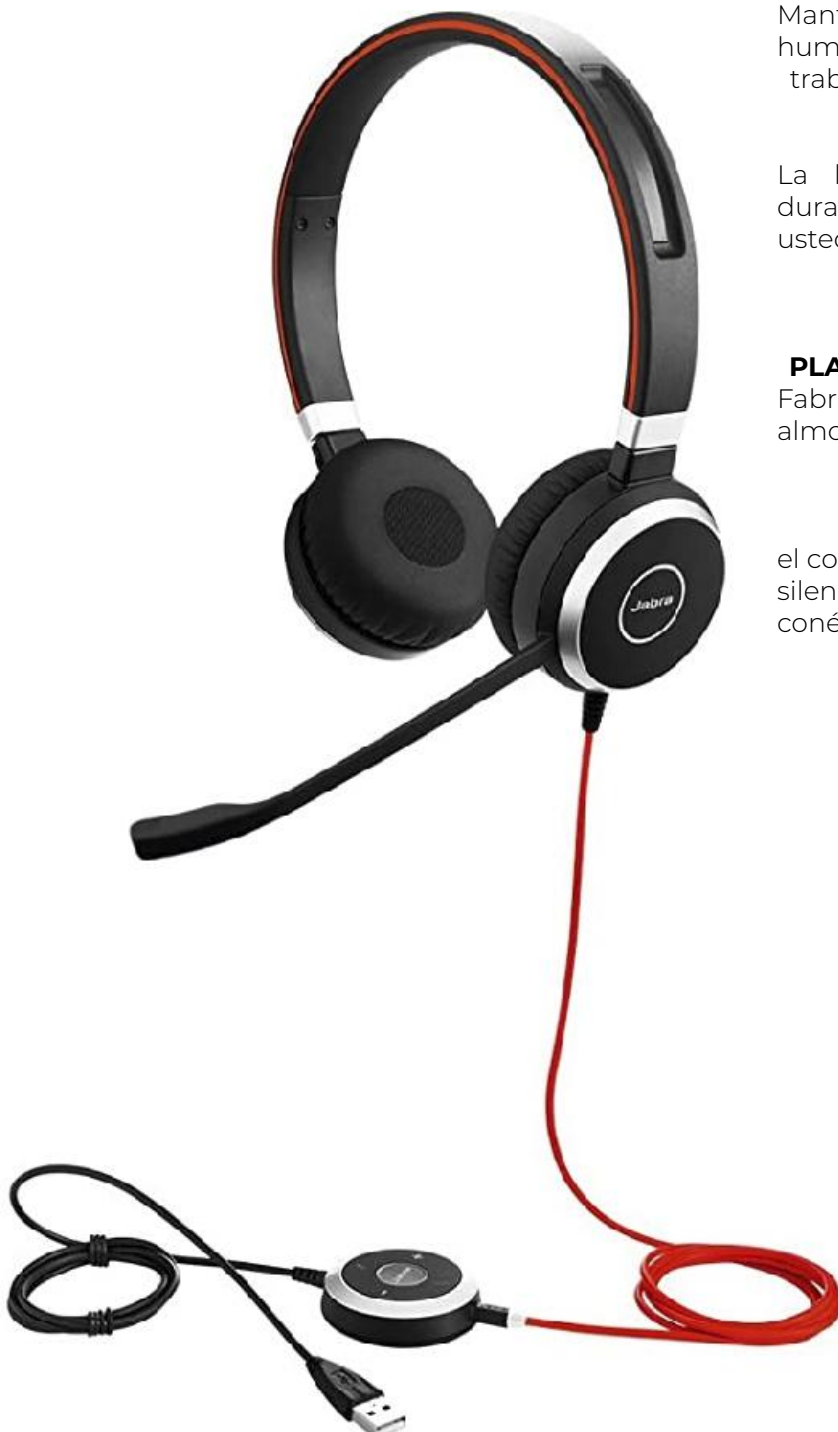
Soportan Siri y tienen altavoces para que encontremos los elementos a los que estén anclados. Funcionan con batería, pero afortunadamente, es reemplazable por el usuario.

Los AirTag son personalizables con emojis, de forma que podremos diferenciar entre distintas unidades que tengamos. Además, cuentan con accesorios para llevarlos, por ejemplo, anclados a un bolso, de forma que encajen estéticamente allí donde estén.

La localización de los AirTags se hace a través de la aplicación Buscar: el accesorio aparecerá como un dispositivos más en la lista de terminales localizables.

Lo único que necesitarás es tener iOS 14.5 instalado en tu iPhone. Como los AirPods, se configuran muy fácilmente en un iPhone. Este dispositivo fue uno de los más destacados en el pasado Apple Event desarrollado el pasado 20 de abril de 2021.

## AURICULARES JABRA EVOLVE 40 UN PASO MÁS EN EL MEJORAMIENTO DE LA TECNOLOGÍA DE AURICULARES PARA SISTEMAS VOIP



Jabra Evolve 40 Auriculares Estéreo de Comunicaciones Unificadas para VoIP Softphone, Cancelación Pasiva de Ruido, Cable USB con Unidad de Control, Color Negro

La obtención de este tipo de auriculares asegura la calidad del servicio al cliente en materia de calidad de la comunicación entre su agente y el cliente, aportando un elemento indispensable para lograr las ventas: que la comunicación sea lo mas amena convincente posible.

### VEAMOS QUE CARACTERÍSTICAS POSEE:

#### CANCELACIÓN PASIVA DE RUIDO PARA UNA CONCENTRACIÓN ÓPTIMA:

Mantiene el ruido de alta frecuencia, como las voces humanas, fuera para una mejor colaboración en el trabajo y una experiencia auditiva en cualquier espacio

#### SEA MÁS PRODUCTIVO:

La luz "Busylight" se enciende automáticamente durante una llamada para que los demás sepan que usted está ocupado; puede activarse manualmente para señalar que no desea interrupciones

#### OPTIMIZADO PARA LAS PRINCIPALES PLATAFORMAS DE COMUNICACIONES UNIFICADAS:

Fabricado para brindar estilo y comodidad con suaves almohadillas de cuero artificial; la diadema ajustable le permite encontrar el tamaño adecuado

#### SENCILLA GESTIÓN DE LLAMADAS:

el controlador de sonido externo permite hacer, tomar y silenciar llamadas; a través del jack de 3.5 mm, conéctese a su dispositivo personal para trabajar o escuchar música dondequiera que esté

#### DETALLES TÉCNICOS

**Fabricante:** Jabra

**Modelo:** Evolve 40

**Dimensiones del producto:** 21 x 16 x 4 cm; 250 gramos

**Peso del producto:** 250 g

**Plataforma de Hardware:** Laptop, PC, Smartphone

**Aparatos compatibles:** PC, Laptop, Mobile Phone, Smartphone, Softphone and Tablet,

**Número de productos:** 1

**Tecnología de pantalla:** No display

**Características de audio:** Stereo USB

**Formatos de audio compatibles:** Stereo

**Factor de forma de los auriculares:** Over Ear

**Tipo de conector:** Bluetooth, Alámbrico

**Tipo de material:** ABS sintéticos, Policarbonato,

Poliuretano, Silicona, Acero inoxidable, Elastómero termoplástico (TPE)

**Factor de forma:** Headset





# Troncal Voip)))

COMUNICACIONES AL  
ALCANCE DE TODOS

[WWW.TRONCALVOIP.COM](http://WWW.TRONCALVOIP.COM)



**ok**diga

# SOLUCIONES INTEGRALES DE CONTACT CENTER

+34 910 606 103 | [www.okdiga.com](http://www.okdiga.com)

