

Parada visual.

PRECIO 13,95€



**SOFTWARE IA
EN PATOLOGÍA DIGITAL**

**PROFESIONES EVOLUCIONAN
DIGITAL Y RELACIONALMENTE**

TECNOLOGÍA VOIP

LA TELEFONÍA DE HOY Y MAÑANA

MAXLINEAR

**CENTROS DE DATOS
A HIPERESCALA**



Troncal Voip)))

COMUNICACIONES AL
ALCANCE DE TODOS

WWW.TRONCALVOIP.COM



SUMARIO

04 NOTICIAS

32 LATAM

46 MAROC

58 EVENTOS

59 REVIEWS

ZOOM: TRADUCCIÓN AUTOMÁTICA Y TRANSCRIPCIÓN EN TIEMPO REAL



La traducción automática y la transcripción en tiempo real son las nuevas metas de Zoom. También planean habilitar Zoom Events Conference, para que los anfitriones puedan organizar eventos de varias pistas y varios días, se incluyen funciones como una sala de espera, chat, redes, patrocinadores, encuestas, grabaciones o análisis. Otras novedades incluyen Zoom Video Contact Center (VCC), para conectar a expertos y clientes finales a través de vídeo, Pizarra Avanzada de Zoom, una herramienta de colaboración en tiempo real que actúa como un lienzo digital y Zoom Rooms Smart Gallery, para espacios de reuniones de todos los tamaños, a los que provee de feeds de vídeo individuales de los participantes en la sala.

Adicionalmente, la vinculación de Zoom y Oculus mediante la asociación con Horizon Workrooms, permitirá que los usuarios accedan a su Pizarra y mantengan reuniones de Zoom dentro del entorno virtual de Workrooms cuando este se lance a principios del 2022. Ya hemos mencionado la traducción automática y la extensión de la transcripción en directo, con soporte para múltiples idiomas a finales del próximo año.

Además, la solución de Hot Desking de Zoom, disponible a finales de este año, permitirá a los empleados reservar escritorios y espacios en sus oficinas mediante un mapa interactivo.

Respecto a los aspectos vinculados a la seguridad y la privacidad, Zoom anunció la versión beta de la tecnología Bring Your Own Key (BYOK) a finales de año, los clientes podrán aprovisionar y gestionar sus propias claves de cifrado. También ampliará el cifrado de extremo a extremo a Zoom Phone el próximo año.

Zoom Apps estará disponible en toda la plataforma a finales de este año, para optimizar los flujos de trabajo de las reuniones, y que dará mayor sensación de conexión a los equipos que trabajan virtualmente con Zoom Chat Huddle View, que proporcionará una disposición visual de los canales.

Por último, mencionamos el Buzón de vídeo para Zoom Phone, y la colaboración entre herramientas con integración más estrechas entre Zoom y terceros con Zoom Continuous Collaboration. Zoom Widget permitirá comprobar de un vistazo quién se encuentra en una reunión y notificar al anfitrión que usa Zoom Chat si se está retrasando.

WM TECHNOLOGY, INC. ADQUIERE LA PLATAFORMA LÍDER DE MARKETING Y CRM DE CANNABIS, SPROUT

La adquisición mejora aún más las soluciones de marketing de Weedmaps para gestionar y hacer crecer los negocios de cannabis.

WM Technology, Inc. ("WM Technology" o la "Compañía"), un proveedor líder de tecnología e infraestructura de software para la industria del cannabis, anunció hoy que ha adquirido Sprout, una plataforma de marketing y CRM líder en la nube para el cannabis. industria.

La adquisición de Sprout por WM Technology refuerza el sistema operativo integral de la compañía como una de las soluciones de software más completas disponibles en el mercado del cannabis en la actualidad.

"Nuestra estrategia se centra en establecer WM Business como la solución de software elegida por las empresas de cannabis. Con la incorporación de Sprout, estamos un paso más cerca de hacer realidad esta visión de proporcionar una solución todo en uno, perfecta e integrada para ejecutar, administrar y hacer crecer el negocio de cannabis", dijo Chris Beals, CEO y presidente de WM Technology, Inc. "Esta adquisición permitirá a nuestros clientes apuntar, alcanzar, adquirir y

retener clientes a escala mejor. También quiero dar la bienvenida a Jaret Christopher, el excepcionalmente talentoso fundador y director ejecutivo de Sprout, y a todos en Sprout a nuestro equipo".

Sprout permite a los minoristas de cannabis adquirir nuevos clientes, retener a los existentes y aumentar los ingresos.

La plataforma de software omnicanal especialmente diseñada de Sprout combina CRM y marketing todo en uno, integraciones de terceros, un sólido sistema de mensajería dirigida a través de texto, correo electrónico e in-app, un programa de lealtad, módulos de cumplimiento y análisis. La adquisición de Sprout por WM Technology fortalece la posición de la empresa entre los minoristas y los consumidores en la industria del cannabis legal en rápido crecimiento.

"Estamos muy emocionados de unirnos a WM Technology. Esperamos aprovechar la amplitud y la escala de usuarios, minoristas y marcas en el mercado de Weedmaps para acelerar el alcance de Sprout como parte de WM Business", dijo Jaret Christopher, fundador y director ejecutivo de Sprout.

wm technology, inc.

Sprout

SYSPRO ERP

GALARDONADO CON EL PREMIO GOLD STEVIE®

EN LOS INTERNATIONAL BUSINESS AWARDS® DE 2021

SYSPRO, un proveedor global de software ERP construido por la industria, ha sido nombrado ganador de un premio Stevie® de oro en la categoría de soluciones ERP en la 18ª edición de los International Business Awards®.

Los International Business Awards son el principal programa de premios empresariales del mundo. Todas las personas y organizaciones de todo el mundo, públicas y privadas, con y sin fines de lucro, grandes y pequeñas, son elegibles para presentar nominaciones.

Las IBA de 2021 recibieron inscripciones de organizaciones en 63 países y territorios.

Los ganadores del premio Stevie fueron determinados por los puntajes promedio de más de 260 ejecutivos de todo el mundo que participaron en el proceso de evaluación desde junio hasta principios de agosto.

Este año, el software Enterprise Resource Planning (ERP) de SYSPRO fue reconocido en base a numerosos logros destacados en el transcurso de 2020. Durante la pandemia, la compañía empoderó a sus clientes para tomar decisiones informadas y basadas en datos con soluciones integradas que permitieron la visibilidad, resiliencia, transparencia y mayor compromiso con clientes y proveedores.

Los jueces de la categoría ERP dentro de los premios podrían dar fe de esto, con una observación: "Las soluciones ERP de SYSPRO son definitivamente un cambio de juego para las empresas que buscan cerrar las brechas en el proceso de fabricación en la gestión de inventario, programación y análisis de costos.

Además, la capacidad de escalar con soluciones en la nube o en las instalaciones y el modelado predictivo para optimizar los procesos son ventajas clave de usar SYSPRO para empresas con diferentes infraestructuras y necesidades de TI".

Según Paulo de Matos, director de productos de SYSPRO, "como un negocio centrado en el cliente, SYSPRO sigue enfocado en hacer las cosas posibles para los fabricantes y distribuidores a través de nuestro enfoque de tecnología especializado y construido por la industria que se puede implementar en las instalaciones, en la nube y se accede desde un dispositivo móvil. Trabajando como un asesor confiable y comprometido con el éxito de nuestros clientes y socios, la tasa de retención de clientes de SYSPRO es del 98%, significativamente más alta que el promedio de la industria, y algunos clientes permanecen durante más de tres décadas. Este premio es un testimonio de nuestro enfoque continuo en el enfoque en el cliente".

"Lo que hemos visto en las nominaciones de la IBA de este año es que las organizaciones de todo el mundo, en todos los sectores, han seguido innovando y teniendo éxito, a pesar de los reveses, obstáculos y tragedias de la pandemia de COVID-19 en curso", dijo Maggie, presidenta de los Premios Stevie. Gallagher. "Todos los ganadores del premio Stevie de este año deben ser aplaudidos por su persistencia y resistencia.

Esperamos celebrar sus logros con ellos durante nuestra ceremonia virtual de premios del 8 de diciembre".



STELLANTIS: EL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA TODAS LAS MARCAS LLEGA A ITALIA

Stellantis continúa siguiendo el camino de la digitalización y el comercio electrónico. Hoy, la compañía anunció el lanzamiento de una innovadora plataforma digital dedicada a la compra en línea de un automóvil nuevo. Esta plataforma tiene como objetivo combinar lo mejor de la experiencia virtual y tradicional.

El mercado italiano dará vida a un proyecto piloto real para la empresa.

De hecho, Italia es el primer país en el que Stellantis ofrece los modelos de (casi) todas sus marcas a través del comercio electrónico. El proyecto involucra a Abarth, Alfa Romeo, Citroen, DS, Fiat, Jeep, Lancia, Opel y Peugeot. En cualquier caso, cada marca mantendrá un peculiar "customer journey". Stellantis Italia ha confirmado que más de 2.500 clientes ya han comprado el nuevo coche a través de los canales de comercio electrónico.

El lanzamiento de la nueva plataforma representa, por tanto, un importante paso adelante para la empresa. Tenga en cuenta que los canales digitales son utilizados principalmente por clientes que buscan modelos eléctricos, híbridos enchufables e híbridos suaves. Aproximadamente el 80% de las compras realizadas en línea son de automóviles eléctricos. Por tanto, la digitalización y la electrificación parecen ir de la mano. Las ventajas de comprar online con las marcas Stellantis.

Los clientes de Stellantis que realicen pedidos online no tendrán restricciones de ningún tipo y podrán realizar un retiro gratuito con devolución inmediata del depósito y la posibilidad de devolución dentro de los 14 días posteriores a la entrega.

Cabe destacar también que Stellantis ha confirmado que quienes elijan los canales online podrán contar con precios y promociones dedicados. En el comunicado de prensa de presentación, por ejemplo, se hace referencia al lanzamiento promocional dedicado al Jeep Compass. Los clientes que compren el SUV en línea se beneficiarán de un cupón de 500 euros que se utilizará para los servicios de Mopar. Recordemos que desde hace algunos meses Stellantis ha estado impulsando mucho la venta online de coches nuevos.

En este sentido, todavía existen ventajas para los clientes de Alfa Romeo. Para todo el mes de septiembre, por ejemplo, sigue vigente la promoción que permite a los clientes comprar un coche con 3 años de garantía y 2 cupones incluidos en el precio. Esta promoción se suma a las demás ofertas de Alfa Romeo.

Santo Ficili, Country Manager de Stellantis en Italia, declara: "El aspecto ganador de esta nueva forma de comercio electrónico es la integración entre los aspectos virtual, online y tradicional: el distribuidor mantiene su centralidad y sigue siendo un actor líder en el proceso de compra. Sin embargo, adquiere un punto de contacto adicional con los clientes para interceptar y satisfacer nuevas necesidades de compra "

En la estrategia futura del grupo, en particular para el mercado italiano, la digitalización jugará un papel muy importante. Ficili concluye: "La digitalización es un paso fundamental para satisfacer plenamente las necesidades de nuestros clientes y mejorar su experiencia con nuestras marcas y distribuidores, que siguen siendo la piedra angular de la estrategia operativa".



STARLINK DE SPACEX SALDRÁ DE BETA EL PRÓXIMO MES

**Constelación de satélites
para lograr cobertura global
un año después del lanzamiento
del servicio Beta**



El CEO Elon Musk se dirigió a Twitter esta semana para confirmar que la constelación de satélites de banda ancha Low Earth Orbit está cerca de su lanzamiento a nivel mundial.

El trabajo en Starlink comenzó en 2014 bajo el nombre de proyecto STEAM.

El servicio se anunció públicamente por primera vez en enero de 2015, y el primer satélite de prueba se lanzó en mayo de 2018. Los primeros satélites v1 se lanzaron en mayo de 2019 y el servicio Beta se abrió para el registro en octubre de 2020.

Los servicios Beta están operando actualmente en 11 países diferentes, incluidos EE. UU., Reino Unido y Canadá, y Musk ha dicho anteriormente que la compañía ha enviado 100.000 terminales a los clientes.

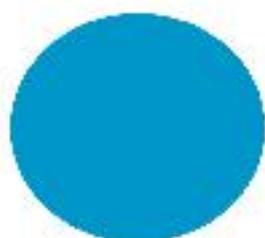
Anteriormente, la empresa tenía como objetivo lograr una cobertura global para septiembre; En junio, la presidenta y directora de operaciones de SpaceX, Gwynne Shotwell,

dijo que la compañía había desplegado "aproximadamente 1.800 satélites" y que alcanzaría una cobertura global continua en el "plazo de septiembre".

La semana pasada, la empresa japonesa de telecomunicaciones KDDI Corp seleccionó Starlink para el backhaul en ubicaciones remotas de todo el país.

SpaceX también lanzará el nuevo satélite de comunicaciones 6A de Türksat. Según se informa, el nuevo satélite es el primer satélite de comunicaciones de fabricación nacional de Turquía, ya que fue construido por el Instituto de Investigación de Tecnologías Espaciales TÜBİTAK. Su lanzamiento está previsto para el primer trimestre de 2023.

El satélite 5A de Türksat también fue lanzado por SpaceX en enero de 2021, mientras que el lanzamiento del 5B está programado para el cuarto trimestre de 2021. Ambos fueron construidos por Airbus Defence and Space.



LOS MEJORES EMPLEOS DE CALL CENTER EN UN SOLO LUGAR



ORACLE FUSIONA UN CDP Y CRM PARA UNA HERRAMIENTA DE GENERACIÓN DE LEADS

Oracle lanzó un producto de prospección y puntuación de clientes potenciales llamado Fusion Marketing el lunes, mientras la compañía intenta replantear el valor del CRM en un mundo enloquecido por el CDP.

Fusion es el primero de una serie de lo que Oracle llama "Experiencias de ingeniería", su término para automatizar los procesos de flujo de trabajo en diferentes organizaciones comerciales (o conjuntos de productos de Oracle en la nube), como servicios, experiencia del cliente, recursos humanos, comercio y publicidad, dijo Holly Simmons, vicepresidenta global de gestión de productos de Oracle Marketing, Commerce y Unity, su tecnología CDP.

El propio puesto de trabajo de Simmons muestra cómo Oracle se centra en integrar sus diversos servicios en la nube, a menudo con el producto CDP como tejido conectivo.

El producto Fusion aborda un caso de uso de marketing B2B específico, ya que las empresas B2B deben navegar por una desconexión entre el ritmo de las campañas de marketing y ventas, dijo Simmons.

"Se necesita una cadencia mucho más rápida para hacer ese alcance y mantener la tubería en movimiento", dijo Simmons.

Oracle Fusion aborda este problema al incorporar las audiencias publicitarias y los datos propios del cliente a través de sus productos en la nube para crear filtros de

puntuación de clientes potenciales en vivo que identifiquen los posibles objetivos de ventas en función de los datos y coloquen a esas personas en el embudo de ventas.

No todos los clientes de Oracle usan Unity CDP, dijo Simmons. Pero el producto Fusion se basa en el CDP para realizar juicios de puntuación. Por ejemplo, si alguien fue apuntado en un sitio de noticias B2B y el CDP de Unity hizo coincidir la identidad publicitaria con un cliente que recientemente se comunicó con los Servicios acerca de una cuenta, podría desencadenar un correo electrónico "enriquecedor" sobre actualizaciones o cómo obtener valor del producto. Una promoción por correo electrónico también puede personalizarse con la historia de éxito de un cliente en particular, si el vendedor sabe exactamente lo que busca ese comprador de software.

El CRM sigue siendo una fuente de valor real para los comercializadores y empresas B2B. Los CDP han sido la locura durante los últimos años, especialmente durante la pandemia, cuando muchas empresas invirtieron en transformaciones digitales. Pero sin conferencias, reuniones y otros eventos, dijo, la generación de leads se ha vuelto obsoleta para los equipos de ventas. Y no todas las empresas necesitan un CDP si no recopilan datos de comportamiento o muchos datos propios. Pero aún necesitan actualizar su canal de generación de leads.



MITEL SE ASOCIA CON MART NETWORK PARA LANZAR SOLUCIONES DE MOVILIDAD Y TRABAJO REMOTO EN ÁFRICA

Mitel, un proveedor global en tecnología de comunicación empresarial, se asoció con Mart Network, un distribuidor de valor agregado, para lanzar soluciones de movilidad y trabajo remoto en la región.

Tras las interrupciones causadas por la pandemia de Covid-19, la empresa está invirtiendo en la generación de demanda utilizando varias herramientas como llamadas telefónicas, redes sociales y seminarios web para alinearse más con las últimas tendencias del mercado. Si bien la pandemia ha afectado prácticamente a todos los sectores de la economía, se han producido cambios notables en el área del gasto en TI.

Según las principales agencias de investigación de mercados, en los días anteriores a Covid, el gasto se concentraba más en áreas como gobierno, finanzas, manufactura, servicios públicos y transporte. Pero con Covid-19 que marcó el comienzo de una nueva normalidad, el gasto se ha desplazado de estos verticales tradicionales a dos importantes que son la atención médica y la educación.

Las empresas y los proveedores de TI ahora están experimentando una mayor demanda de una cartera escalable de comunicación unificada como servicio (UCaaS) para atender a su fuerza de trabajo remota.

"En este momento, existe una necesidad de soluciones de trabajo desde casa flexibles. El mercado está maduro para la comunicación colaborativa y las soluciones de trabajo remoto, los espacios de trabajo digitales inteligentes, así como las soluciones de gestión y seguridad de endpoints", dijo Asif Khan, director de canal, Oriente Medio y Africa. "La atención médica, la educación, la hospitalidad, el centro de contacto, las pymes y el mercado medio, así como el negocio en la

nube, serán las áreas de enfoque clave para Mitel este año. Creamos nuestra estrategia de marketing basada en esos segmentos para comunicarnos de manera efectiva con nuestros clientes finales y socios", añadió.

"Mart Networks tiene un lugar para cada proveedor representado en el espacio de colaboración. Nuestro papel es comprender el negocio del cliente y crear una propuesta de valor perfecta en toda la cadena de valor de la colaboración". Dice Moiz Maloo, director ejecutivo de Mart Networks.

La principal fuerza impulsora detrás de UCaaS es la movilidad. Los empleados de hoy ya no están restringidos a los espacios de oficina tradicionales y prefieren trabajar desde casa y mientras viajan. Como tal, UCaaS asume una nueva importancia en la organización para mantenerse conectado con los empleados, ya que el panorama del entorno de oficina tradicional cambia drásticamente.

Cuando la gente empezó a trabajar de forma remota, Mitel tuvo que crear soluciones remotas para adaptarse a la creciente demanda de trabajar desde casa. El crecimiento de la demanda de UCaaS se verá impulsado cada vez más por la implementación de soluciones alojadas a medida que las empresas busquen reducir costos y mejorar la productividad.

"Cloud UC tiene más sentido para las grandes organizaciones, porque sus mercados están repartidos en diferentes geografías y diversas comunidades de usuarios, y es poco probable que sus comunicaciones cambien en el futuro previsible. Con la creciente preocupación por la recesión y una economía mundial volátil, el enfoque de las grandes empresas de hoy se han centrado en recortar costos y reducir los gastos tanto como sea posible", agregó Khan.





MAXLINEAR

PRESENTA TRANSCÉPTORES 400G



MaxLinear, Inc. está demostrando los módulos ópticos 400G-DR4 de Molex LLC basados en los procesadores de señales digitales (DSP) de modulación de amplitud de pulso (PAM4) Telluride (MxL9354x) de MaxLinear en la Exposición Optoelectrónica Internacional de China (CIOE). (Puesto de Photontek 6A01, del 16 al 18 de septiembre)

"Con el crecimiento exponencial del tráfico de datos dentro de las redes en la nube de hiperescala impulsando la demanda de volúmenes cada vez mayores de interconexiones de alta velocidad, los módulos transceptores basados en Telururo de 400 Gbps son habilitadores clave para los centros de datos de hiperescala actuales y de próxima generación".

Los módulos ópticos 400G-DR4 demostrados se unen a la línea completa de productos de conectividad para centros de datos de Molex,

proporcionando soluciones para interconexiones ópticas en todos los niveles del centro de datos.

La familia de SoC Telluride MxL9354x de MaxLinear son componentes clave en la implementación de centros de datos a gran escala basados en interconexiones ópticas lambda simples de 100 Gbps. Permitieron a Molex construir sus módulos ópticos de 400 Gbps de alto rendimiento en un factor de forma compacto QSFP-DD para aplicaciones dentro del centro de datos y cumplir con los estrictos requisitos de rendimiento e interoperabilidad de los centros de datos de hiperescala de próxima generación.

"Con el crecimiento exponencial del tráfico de datos dentro de las redes en la nube de hiperescala impulsando la demanda de volúmenes cada vez mayores de interconexiones de alta velocidad, los módulos de transceptor basados en Telluride de 400 Gbps



PARA INTERCONEXIONES DE CENTROS DE DATOS A HIPERESCALA DE GRAN VOLUMEN



son habilitadores clave para los centros de datos de hiperescala actuales y de próxima generación", dijo Drew Guckenberger, Vice Presidente del Grupo de Interconexión Óptica de MaxLinear. "A través de nuestra asociación con Molex, los módulos ópticos basados en Telluride demostrados cumplen con todas las estrictas métricas de rendimiento de enlaces que exigen nuestros clientes clave de hiperescala, lo que permite implementaciones de gran volumen y satisface sus crecientes necesidades de expansión de red".

DETALLES TÉCNICOS

La familia Telluride de SoC PAM4 DSP de alto rendimiento habilita módulos ópticos de 400 Gbps utilizando una interfaz óptica de 4x100 Gbps. Estos SoC son adecuados para su uso dentro de los factores de forma del módulo QSFP-DD y OSFP. El MxL9354x 400G PAM4 DSP integra un controlador EA-EML opcional con 1.8V PP SE swing.

La sincronización asincrónica del modo de ruptura es una característica esencial para los clientes de centros de datos de hiperescala que inician implementaciones de 400G DR4. Los DSP de Telururo 400G de MaxLinear (MxL9354x) integran con éxito este requisito de reloj.

Los dispositivos cuentan con un motor integral de distorsión previa digital (DPD) en la dirección de transmisión para compensar la no linealidad del láser y cancelar las limitaciones de empaquetado que causan reflejos y degradación del ancho de banda en estas frecuencias de señal extremadamente altas. En la ruta de recepción, el DSP incluye un motor de mejora de señal autoadaptable, que integra un ecualizador lineal de tiempo continuo (CTLE), control automático de ganancia (AGC), un ecualizador de avance (FFE) y un ecualizador de retroalimentación de decisión (DFE).



MIRANTIS LANZA UN SOFTWARE DE CENTRO DE DATOS COMO SERVICIO NATIVO DE LA NUBE

Mirantis anunció Mirantis Flow, un conjunto de servicios de código abierto totalmente administrado diseñado para ayudar a las empresas a administrar un entorno de centro de datos nativo de la nube, ya sea que su infraestructura viva en las instalaciones o en una nube pública.

"Nuestro objetivo es ofrecer a los clientes una experiencia de nube a nube basada en código abierto en el centro de datos, en el borde e interoperable con nubes públicas", explicó Adrian Ionel, director ejecutivo y cofundador de Mirantis. Señala que las empresas más grandes del mundo, los hiperescaladores como Facebook, Netflix y Apple, han descubierto cómo administrar en un mundo nativo de la nube híbrida, pero la mayoría de las empresas carecen de los recursos de estas grandes organizaciones.

Mirantis Flow tiene como objetivo poner este mismo tipo de capacidades que las grandes empresas tienen dentro de estas organizaciones más modestas. Si bien los proveedores de nube de gran infraestructura como Amazon, Microsoft y Google han sido diseñados para ayudar con este mismo problema, Ionel dice que estos tienden a ser menos abiertos y más propietarios. Eso puede llevar al bloqueo, que las grandes organizaciones de hoy buscan evitar desesperadamente.

"La idea aquí es proporcionar una alternativa de bloqueo cero completamente abierta y flexible a los [grandes proveedores de infraestructura, pero con] la misma experiencia en la nube y el mismo ritmo de innovación". A fin de cuentas, la nube ha sido una gran ayuda para las empresas emergentes. Lo hacen reuniendo una pila de soluciones de código abierto en un solo servicio. "Ofrecemos virtualización en la parte superior como parte del mismo tejido.

También proporcionamos redes definidas por software, almacenamiento definido por software y tecnología CI / CD con DevOps como servicio, lo que permite a las empresas automatizar todo el proceso de desarrollo de software", dijo.

Como la compañía describe el servicio en una publicación de blog publicada recientemente, incluye "Mirantis Container Cloud, Mirantis OpenStack y Mirantis Kubernetes Engine, todas las cargas de trabajo están disponibles para la migración a la infraestructura nativa de la nube, ya sean cargas de trabajo de máquinas virtuales tradicionales o cargas de trabajo en contenedores".

Para las empresas preocupadas por migrar sus máquinas virtuales VMware a esta solución, Ionel dice que han podido trasladar estas máquinas virtuales a la solución Mirantis en los primeros clientes. "Esta es una conversión muy, muy simple de la máquina virtual del estándar VMware a un estándar abierto, y no hay ninguna razón por la cual ninguna aplicación y carga de trabajo no deba ejecutarse en esta infraestructura, y lo hemos visto una y otra vez en muchos muchos clientes. Así que no vemos ningún cuello de botella en absoluto para que la gente se mueva de inmediato".

Es importante tener en cuenta que esta solución no incluye hardware. Se trata de traer su propia infraestructura de hardware, ya sea física o como servicio, o utilizar un socio de Mirantis como Equinix. El servicio está disponible ahora por \$ 15,000 por mes o \$ 180,000 por año, que incluye: 1,000 licencias de core / vCPU para acceder a todos los productos en el paquete de software Mirantis más soporte para 20 migraciones de máquinas virtuales (VM) o incorporación de aplicaciones y soporte ilimitado 24 x 7. La empresa no cobra tarifas adicionales por el plano de control y las licencias de software de gestión.



MIRANTIS

LOS AGENTES INTELIGENTES VIRTUALES (INTELLIGENT VIRTUAL AGENT, IVA)

Los agentes inteligentes virtuales emulan el rol y experiencias proporcionadas por humanos en tareas de servicio al cliente. Permiten automatizar tareas como: cobranzas, repactaciones, agendamiento y confirmación de horas médicas, transacciones en banca, verificación de despachos, etc. para diferentes industrias. Todo ello basado en inteligencia artificial asociada al lenguaje, ya sea oral o escrito, en modalidad de servicio y desde la nube.

Los agentes inteligentes virtuales (intelligent virtual agent, IVA) están totalmente en línea con el usuario actual que demanda cada vez más inmediatez y resolución al ponerse en contacto para realizar algún trámite. Se trata de un usuario diverso que un día puede preferir la llamada telefónica, al siguiente el chat y después usar notas de voz, buscando siempre la rapidez para la resolución de problemas.

De acuerdo con cifras de The Intelligent Audio Report 2020, más de 50% de los propietarios de dispositivos inteligentes utilizan comandos de voz al menos una vez al día para automatizar ciertas actividades. Hábito que continuará ganando terreno, no solamente para actividades diarias como poner nuestra canción favorita o consultar el clima, sino que también para resolver problemas o concretar algún trámite en una compañía o empresa.

Por su parte, la consultora Gartner indica que para el 2023, los clientes utilizarán interfaces de voz para iniciar el 70% de las interacciones de autoservicio, esto claramente implica mayor facilidad y rapidez.

Esta tecnología permite continuar respondiendo de manera ágil y certera en momentos de crisis, pues crecen en la capacidad del volumen de atención si el servicio así lo requiere.

Es por esto que se vuelven fundamentales para mantener altos niveles de servicio en los contact centers en situaciones como desastres naturales, prolongadas caídas de servicio o aspectos relacionados con ciberseguridad.

Los agentes inteligentes virtuales (IVA) constituyen ese componente automatizado en el contact center que, además traerá consigo ahorros de costos operativos y una mejor experiencia, que concluye en la fidelización del cliente.

Un usuario con una excepcional experiencia de atención reportará no solo una mayor propensión a nuestro servicio, sino que puede ser nuestro mejor embajador de boca en boca. Permitirles incrementar esta satisfacción a través del autoservicio, sin que tengan que depender de otros detrás de la línea telefónica, puede hacer la diferencia entre conservarlos o no.



LAS EMPRESAS MEJORAN LA CALIDAD DE CX

Si bien las empresas se centran en ofrecer una mejor marca y una mejor experiencia al cliente, están analizando datos para crear conocimientos sobre los hábitos de los clientes con el fin de crear mejores soluciones y proporcionar a sus clientes los mejores servicios que pueden ofrecer y que pueden integrarse en el recorrido del cliente.

Actualmente, la experiencia del cliente o CX se ofrece a través de un recorrido de cliente diverso que integra interacciones multicanal "omnicanal". que puede desempeñar un papel importante en la forma en que se entrega el CX. Esto exige una mayor flexibilidad y escalabilidad que las estructuras de centros de contacto tradicionales o en las instalaciones no pueden respaldar de manera eficiente.

ZIWO de Aswat FZ-LLC, el software de centro de contacto en la nube con sede en Dubai ofrece una mejor CX a las marcas con una implementación inmediata del centro de contacto en la nube. Con sus socios de telecomunicaciones locales e internacionales, ZIWO también proporciona números de teléfono virtuales en cualquier país del mundo, lo que

permite a las empresas llegar a nuevos mercados al instante", dijo el director ejecutivo de la empresa en un comunicado.

Renaud de Confreville, fundador y director ejecutivo de Ziwo, al comentar sobre este tema, dijo: "En este punto, la mayoría de los centros de llamadas o de línea directa se han dado cuenta de la importancia de la computación en la nube, la administración y las herramientas.

El costo de una mala experiencia del cliente para las empresas es ¡La asombrosa cantidad de \$ 82 mil millones por año, y eso es solo en los EE. UU.! Queremos brindar toda la ayuda para que las empresas "simplemente hablen con sus clientes", ese es nuestro lema en ZIWO, no solo a través del teléfono sino a través de todos los canales diferentes, y para ayúdelos a comprender en tiempo real cómo pueden servir a sus clientes de una manera mucho mejor".

ADOPTAR LA TECNOLOGÍA ES LA CLAVE

Los clientes quieren elegir su canal preferido, ¡y el recorrido del cliente ahora es omnicanal! Los clientes esperan y exigen una experiencia

ziwo 

Cloud Contact Center

CON LA SOLUCIÓN DE CENTRO DE CONTACTO DE ZIWO CLOUD

Creando mejores soluciones y brindando a los clientes los mejores servicios

excepcional a través de cada canal con el que eligen interactuar, entonces, ¿por qué el centro de llamadas debería ser diferente?

Renaud, fundador de ZIWO, dijo: "¡Adoptar la tecnología es el factor clave! Omnichannel está viendo la experiencia a través de los ojos de los clientes, y adoptar la tecnología significa que las empresas pueden orquestar la experiencia del cliente a través de todos los diferentes canales, para que sea perfecta, segura y consistente. Descubrí que los consumidores esperan una experiencia perfecta y complementaria cada vez que interactúan con una empresa o producto o incluso con un proveedor de servicios".

IMPLEMENTACIÓN RÁPIDA Y EFICIENCIA

Con la creciente presión sobre los centros de contacto, una solución basada en la nube proporciona una resolución instantánea para aumentar la eficiencia, al tiempo que ofrece una potente solución de extremo a extremo, que se puede personalizar para satisfacer las necesidades específicas de cualquier empresa. Después de decidir qué solución es la mejor para el entorno de la empresa,

el centro de llamadas en la nube se puede lanzar en unos minutos.

Al implementar un centro de contacto en la nube, las empresas pueden mejorar aún más el recorrido del cliente al brindar una interacción más personalizada y adaptada.

En ZIWO llevamos la experiencia del cliente al siguiente nivel

El nivel de soporte al cliente y servicio prestado puede hacer o incluso deshacer cualquier negocio. Proporcionar una experiencia agradable en todos los canales es la base y la propuesta principal de nuestro centro de contacto en la nube. Los clientes que se involucran y tienen una gran experiencia al comunicarse con su marca, se convertirán en defensores de su marca, lo que se traducirá en una mayor lealtad, retención e ingresos del cliente.

Nosotros, en el centro de llamadas en la nube de ZIWO, permitimos que las empresas conozcan mejor a sus clientes, anticipen sus necesidades y se comuniquen con ellos de la manera que consideren atractiva.



aswat
TELECOM & MEDIA

LAS STARTUPS Y LA CIBERSEGURIDAD

La transformación digital tiene a la inversión en startups dedicadas a la ciberseguridad como una de sus consecuencias.

La diversidad de ciberataques hace que el mercado de la ciberseguridad sea un mercado en constante movimiento. Los ciberdelincuentes mejoran sus ataques, y obligan al mejoramiento continuo de las herramientas para combatirlos.

Las inversiones en protección y prevención se incrementan, y ese incremento es impulsado también por la pandemia y el extendido teletrabajo.

En palabras de la consultora GloBalData, Apoorva Bajaj, jefe de la práctica de Mercados Financieros: "Teniendo en cuenta que las empresas adoptaron un paradigma de trabajo remoto con más aplicaciones y datos almacenados en la nube, es probable que surja una oleada de nuevas amenazas, lo que hace que la inversión en ciberseguridad sea una necesidad (...) Cada dispositivo digital, sin importar lo pequeño que sea, puede convertirse en un arma y los ataques cibernéticos proliferan a nivel mundial, los inversores están invirtiendo mucho para respaldar a startups de ciberseguridad".

GlobalData ha publicado una lista con las

cincuenta startups de ciberseguridad candidatas a superar los 1.000 millones de dólares de valoración.

Entre estas startups destacan: BetterCloud, Guardicore, Deep Instinct y Swimlane.

BetterCloud ayuda a profesionales de TI a proteger aplicaciones SaaS en el lugar de trabajo digital.

Guardicore ofrece seguridad en la nube para aplicaciones críticas, con visibilidad, microsegmentación y capacidad de respuesta en tiempo real.

Deep Instinct aprovecha la tecnología de aprendizaje profundo para prevenir desastres.

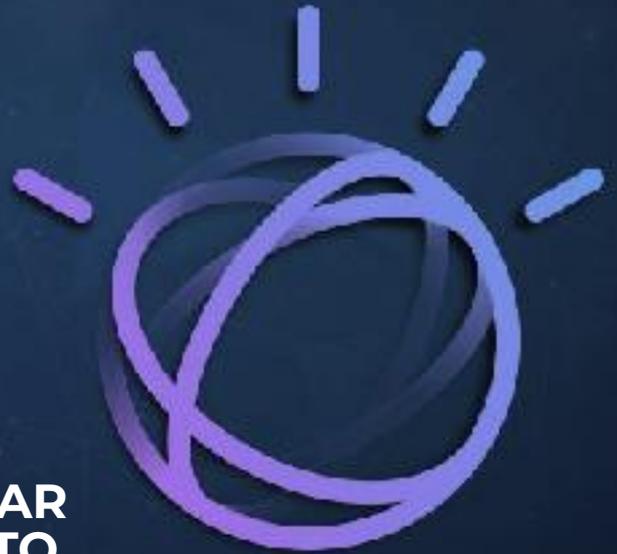
Swimlane aporta automatización, permitiendo manejar requisitos SecOps como priorización de alertas, herramientas de orquestación y corrección de amenazas.

Adicionalmente, GlobalData reporta que las inversiones de capital de riesgo en empresas de ciberseguridad aumentaron durante el segundo trimestre de 2021, lideradas por Transmit Security, Trulioo y Forter, con recaudaciones de entre 300 y 550 millones de dólares.



IBM Watson Assistant

TIENE COMO OBJETIVO ACELERAR LA CX DEL CENTRO DE CONTACTO



IBM ha lanzado nuevas capacidades de inteligencia artificial para acelerar los agentes virtuales y automatizar más tareas del centro de contacto. El proveedor también se asoció con el proveedor del centro de contacto IntelePeer.

IBM lanzó hoy Watson Assistant AI y características de automatización destinadas a optimizar la experiencia del usuario del centro de contacto al permitir que los agentes virtuales aborden los problemas de los clientes más rápidamente.

La medida marca una incursión más profunda para la empresa de tecnología centenaria en el lucrativo y de rápido crecimiento del mercado de centros de contacto en el que IBM, cuya marca Watson es una de las plataformas de inteligencia artificial más conocidas, compite con los gigantes de la tecnología moderna AWS, Google y Microsoft.

ASOCIACIÓN INTELEPEER

Algunas de las capacidades más recientes se basan en una nueva asociación con IntelePeer, un proveedor de plataforma de comunicaciones como servicio. Los centros de contacto pueden conectar números de teléfono que IntelePeer proporciona en Watson Assistant para automatizar las respuestas de los agentes virtuales y habilitar más capacidades de reconocimiento de voz.

Las nuevas características de IBM Watson Assistant son importantes porque las empresas quieren herramientas de inteligencia artificial y aprendizaje automático para sus centros de contacto que puedan acomodar intuitivamente intercambios a menudo caóticos entre

clientes y agentes humanos y virtuales, dijo Dan Miller, analista líder y fundador de Opus Research.

LARGA HISTORIA DE LA IA

La última evolución de Watson Assistant refleja por qué las empresas continúan confiando en la marca IBM de tecnología de inteligencia artificial, dijo Miller. En gran parte se debe al legado de IBM, dijo.

Miller dijo que los motores de inteligencia artificial y las capacidades de procesamiento de IBM están a la par con los de Google, según la velocidad, el volumen de información que pueden ingerir, la variedad de modelos y algoritmos que pueden usar para desarrollar y la velocidad a la que pueden responder preguntas y problemas de los clientes.

"IBM tiene habilidades formidables en inteligencia artificial conversacional y un montón de API que están diseñadas para respaldar la atención al cliente", dijo.

IBM tiene habilidades formidables en inteligencia artificial conversacional y un montón de API que están diseñadas para respaldar la atención al cliente.

Otra característica nueva es la aplicación Watson Assistant Agent, que proporciona a los agentes de servicio al cliente transcripciones de las conversaciones entre agentes virtuales y clientes. Loveys dijo que la aplicación proporciona una transferencia perfecta a los agentes humanos.

Además, la habilidad de búsqueda de Watson Assistant ahora puede recuperar respuestas específicas a las preguntas de los clientes de pasajes largos y proporcionar el contexto de dónde provienen las respuestas.

SALIM GROUP DE INDONESIA ESTÁ CONSIDERANDO UN PLAN DE CENTRO DE DATOS DE \$ 500 MILLONES

CONGLOMERADO CON SEDE EN YAKARTA EN CONVERSACIONES CON BANQUEROS PARA OBTENER PRÉSTAMOS



Salim Group, un conglomerado indonesio con intereses que van desde alimentos hasta telecomunicaciones y bienes raíces, busca gestionar el financiamiento para la construcción y operación de centros de datos en sus parques industriales, según personas con conocimiento del tema.

El grupo con sede en Yakarta, controlado por el multimillonario indonesio Anthoni Salim, está en conversaciones con los bancos para buscar préstamos por valor de 500 millones de dólares para financiar la infraestructura digital, dijeron las personas. Los operadores del centro de datos pueden cultivar clientes como los mineros de criptomonedas, dijeron, pidiendo no ser nombrados ya que el proceso es privado. El plan vería a Salim Group invertir alrededor de \$ 100 millones por parque industrial, dijo una de las personas. La empresa de centros de datos PT DCI Indonesia está construyendo H2, un centro de datos de hiperescala en un parque industrial propiedad de Salim, anunció la empresa en junio. Anthoni Salim posee una participación del 11% en DCII.

Las discusiones están en curso y no hay garantía de que haya un acuerdo, dijeron las personas.

DCI Indonesia se está enfocando en su preparación para la operación de H2, y la compañía puede colaborar más con Salim Group en la construcción y operación de más centros de datos en polígonos industriales que posee, similar a H2, dijo el secretario corporativo de DCII, Nicholas Suharsono, en respuesta a un Bloomberg. Consulta de noticias.

Las solicitudes de comentarios hechas a Salim Group a través de sus subsidiarias no fueron respondidas o redirigidas a DCII.

Salim Group es más conocido como el accionista mayoritario de PT Indofood Sukses Makmur, uno de los mayores fabricantes de fideos instantáneos del mundo, así como First Pacific Co., que cotiza en Hong Kong, que a su vez tiene participaciones en PLDT Inc., una empresa de telecomunicaciones y proveedor de servicios digitales en Filipinas.

El conglomerado indonesio, que firmó una asociación estratégica con Google Cloud de Alphabet Inc. para transformar digitalmente su negocio a principios de este año, está en conversaciones para asociarse con la empresa local de comercio electrónico PT Bukalapak.com.

RESQ PROPORCIONARÁ SERVICIOS DE CENTRO DE CONTACTO AL GOBIERNO DESPUÉS DE LA VICTORIA DE FRAMEWORK

El proveedor de centros de contacto subcontratado ResQ parece dispuesto a proporcionar sus servicios al gobierno central.

La empresa con sede en Hull se ha asegurado un lugar en el marco de servicios comerciales de Crown como proveedor aprobado.

Es una de las 18 empresas que se incluirán, y se describe como un reconocimiento por los pasos audaces que la empresa ha tomado para alinear sus capacidades con las necesidades de los departamentos de Whitehall y sus agencias, organismos públicos no departamentales y administraciones descentralizadas.

Lo invitamos a usted y a sus colegas a unirse a nosotros en línea mientras realizamos la conferencia de la industria mejor calificada en línea; únase a nosotros y a la élite de la industria en las conferencias de PRÓXIMA GENERACIÓN de centros de contacto y mejores prácticas de participación del cliente.

Junto con el gobierno, los organismos del NHS, las autoridades locales, la policía, las organizaciones benéficas y las empresas del sector privado y voluntario también utilizan el marco como garantía de calidad.

Matt Marshall, director comercial de la firma, dijo que la cotización está lista para "impulsar las ambiciones de crecimiento de ResQ".

"Hemos disfrutado de un tremendo crecimiento durante el último año y este último logro marca el comienzo de otro capítulo emocionante para nuestro negocio de ritmo rápido", dijo.

"A medida que avanzamos de fortaleza en fortaleza, planeamos utilizar nuestras prósperas relaciones con los clientes, nuestras capacidades digitales en constante crecimiento y nuestro sólido espíritu de equipo para inspirar más éxito".

#contactcenterworld, @ResQCS



LA FIRMA NACIONAL DE DISEÑO E INGENIERÍA ISG IMPLEMENTA UNANET ERP EN SOLO 120 DÍAS Y GENERA IMPORTANTES GANANCIAS DE FLUJO DE EFECTIVO Y EFICIENCIA

La empresa reemplazó el sistema heredado que limita el crecimiento para un mejor servicio, interfaz de usuario y análisis.

Dulles, Virginia. ISG, una firma multidisciplinaria de diseño e ingeniería reconocida a nivel nacional, seleccionó a Unanet ERP AE para reemplazar su obsoleto sistema heredado. En unos pocos meses, ISG implementó el ERP líder en la industria de Unanet en sus 11 oficinas y comenzó a cosechar los beneficios de ahorro de tiempo de nuevos procesos, flujo de caja mejorado y conocimientos en tiempo real sobre su empresa en crecimiento. La selección de ISG solidifica aún más el creciente atractivo y éxito de Unanet en el reemplazo de los sistemas heredados de status quo que no han podido mantenerse al día con las necesidades cambiantes de los clientes.

En los años previos a la mudanza de ISG a Unanet AE, los equipos de recursos humanos, contabilidad y proyectos de ISG habían vivido con un sistema ERP heredado ineficiente, opaco y mal adaptado. A medida que la empresa crecía, los equipos se frustraban cada vez más con el sistema, así como con la falta de apoyo recibido de la empresa de renombre que lo respaldaba.

Después de una búsqueda exhaustiva, ISG seleccionó Unanet AE, que fue especialmente diseñada para firmas de arquitectura e ingeniería. Unanet también apeló a ISG por su maleabilidad y escalabilidad, una consideración importante para una empresa que ha estado creciendo a través de adquisiciones y expansión orgánica de su base de clientes. La capacidad de Unanet para cumplir con el agresivo programa de implementación de 120 días de ISG también fue fundamental para el cambio.

"Tuvimos una fecha límite dura y el equipo de Unanet cumplió su promesa", agregó Pfeffer.

En los meses posteriores al cambio a Unanet AE, ISG ha observado varias mejoras en su negocio, que incluyen:

Optimización de más de 700 facturas mensuales, lo que genera flujos de ingresos más consistentes y predecibles y un aumento significativo del flujo de caja.

Al utilizar Unanet Connect para nómina, ISG logró un valioso ahorro de tiempo en el procesamiento de nóminas y la gestión de empleados, lo que permitió a la empresa de ritmo rápido aumentar su personal de primera línea y aumentar los ingresos sin agregar costos generales y personal adicionales dentro del departamento de recursos humanos.

Lo más importante es que ISG obtuvo conocimientos para tomar mejores decisiones más rápido debido a que la información en tiempo real es visible en toda la empresa.

"Gracias a la innovadora plataforma de Unanet AE, estamos funcionando más rápido sin dejar de ser esbeltos", dijo Pfeffer. "Estamos aumentando los ingresos y brindando una mejor experiencia al cliente sin agregar personal administrativo".

Unanet AE es un ERP especialmente diseñado para firmas de arquitectura e ingeniería y ofrece una poderosa combinación de gestión de proyectos, inteligencia empresarial, seguimiento de tiempo y gastos, finanzas, integraciones y herramientas de gestión de prospectos en una sola fuente. Unanet siempre ha sido la solución ERP a la que recurren las empresas después de experimentar resultados decepcionantes con sistemas heredados que no innovan para acompañar las necesidades de los clientes.

The logo for Unanet, featuring the word "Unanet" in a stylized, green, sans-serif font. The letter 'U' is significantly larger and has a textured, dotted pattern.

Projects, People & Financials



DIALGOO

**CALL CENTER
SOFTWARE
SOLUTIONS**

APP@DIALGOO.COM
WWW.DIALGOO.COM

Q.BEYOND VENDE EL NEGOCIO A NORTH C

El proveedor alemán de servicios de TI Q.beyond vendió su negocio de colocación de IP Exchange a NorthC.

Q.beyond vendió la subsidiaria de propiedad total por alrededor de € 44 millones (\$ 51,5 millones) a NorthC Group Deutschland GmbH, la unidad alemana del operador holandés del centro de datos.

Con el acuerdo, NorthC Group se expande al mercado alemán mientras q.beyond abandona su negocio de colocación en Múnich y Nuremberg.

NorthC está adquiriendo dos centros de datos en Nuremberg y Munich con 14,000 metros cuadrados (150,600 pies cuadrados) y más de 7MW de capacidad de energía. La compañía dijo que las instalaciones tenían más oportunidades de expansión.

Alexandra Schless, CEO de NorthC, dijo: "La adquisición de IPX es un hito clave en la estrategia de expansión de NorthC Group. Nos complace dar la bienvenida al equipo de IPX a nuestra organización.

Creemos que una plataforma de centros de datos regionales en un ámbito geográfico más amplio brinda a nuestros clientes la capacidad de optimizar su infraestructura redundante y beneficiarse de los ecosistemas regionales". Los centros de datos de q.beyond en su ubicación de Hamburgo seguirán siendo parte del negocio principal.

"Esta venta representa la solución ideal para todos los involucrados", dijo Jürgen Hermann, CEO de q.beyond, quien señaló que la compañía ahora se enfocará en su negocio principal de nube, SAP e IoT. "Esta venta exitosa nos permitirá reducir la complejidad, ampliar nuestro campo de acción y perfeccionar nuestro posicionamiento", agregó.

En junio, q. adquisiciones futuras. En agosto, la empresa vendió uno de sus centros de datos de Nuremberg a la empresa de software financiero y cliente DATEV desde hace mucho tiempo. "La colocación, un negocio intensivo en inversiones, no ha formado parte del enfoque estratégico de q.beyond desde hace algún tiempo", dijo la compañía en el anuncio de esta semana.





INVOCARE FINALIZA SU DESPLIEGUE DE ERP EN EL NEGOCIO FUNERARIO

El operador de funerarias y crematorios InvoCare ha completado oficialmente la implementación del software de planificación de recursos empresariales (ERP) Oracle en su negocio de funerales en Australia.

En los resultados semestrales de la compañía para 2021, la compañía declaró que su implementación de Oracle ERP se ha implementado en la parte de funerales de su negocio y ha aumentado la flexibilidad y la transparencia a través de la automatización de varios procesos de adquisición, incluida la facturación.

Oracle ERP reemplazó una colección de sistemas, incluidos Salesforce y Epicor, y ha estado a punto de completarse desde 2019. En marzo de este año, el proyecto, también conocido como Compass, todavía estaba terminando sus etapas finales en el área de parques conmemorativos de las operaciones de InvoCare. Con ese trabajo ahora completo, la atención se ha centrado en el reemplazo de ERP en su división de cementerios y crematorios.

Durante una conferencia de resultados semestral, el director ejecutivo Olivier Chretien dijo a los inversores que la empresa aplicaba un "enfoque más disciplinado a los proyectos de inversión" al tiempo que entregaba sus "mejoras significativas" al proyecto ERP.

La compañía también detalló un plan estratégico de cinco años que se centrará en nuevas asociaciones digitales y en sus "redes, marcas y sitios web". "Nuestro nuevo pilar de plataformas de crecimiento se centra en fuentes de crecimiento más innovadoras", dijo Chretien.

"Esto incluyó nuestra inversión en memorialización digital ... así como la plataforma de comercio electrónico de cremación de mascotas, y un mayor enfoque en oportunidades de empresa a empresa, incluido un acuerdo comunitario de varios años [para los] cementerios y crematorios [división] así como acuerdos de redes nacionales".

Más de la mitad, InvoCare invirtió \$ 4 millones en la empresa de memoriales en línea Memories, así como en el lanzamiento de una plataforma de comercio electrónico para los servicios de cremación Patch and Purr.

InvoCare también nombró a José Pérez en abril de este año para ocupar el primer puesto de director de información de la empresa.

Los gastos de capital de InvoCare alcanzan los \$ 23,5 millones durante la mitad, un 16 por ciento menos que el año anterior y también incluyen \$ 5,8 millones gastados en proyectos de centros de servicios compartidos y TI.

Los costos de soporte de TI aumentaron \$ 1.3 millones, debido al impacto de las inversiones en capacidad más un aumento de \$ 1 millón en los gastos de licencias de software impulsados por la implementación de Oracle ERP y otras inversiones digitales.

Su gasto de mantenimiento para sus inversiones digitales en más de la mitad fue de \$ 5,8 millones con poco más de \$ 3 millones dedicados a mejoras de funcionalidad de Oracle ERP. InvoCare reportó una ganancia neta después de impuestos de \$ 43,8 millones durante su primer semestre, frente a los \$ 18 millones del período correspondiente el año pasado.



IMPULSANDO LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS EMPRESAS EN EL SUDESTE ASIÁTICO

La pandemia ha provocado un cambio abrupto en la forma en que vivimos, trabajamos y jugamos; Ha alterado fundamentalmente nuestra relación y dependencia de la tecnología.

Casi todos los consumidores de hoy buscan conectarse digitalmente para acceder al menos a un servicio. 40 millones de personas en el sudeste asiático se conectaron por primera vez en 2020, y se prevé que los sectores de Internet en la región alcancen los \$300 mil millones para 2025.

Un elemento clave para el éxito empresarial en la actualidad es la necesidad de experiencias centradas en el cliente y en lo digital.

Los consumidores tienen muchas opciones para elegir y son exigentes. Las marcas deben subir la apuesta y ofrecer servicios novedosos, personalizados y conectados para mantenerse en el juego.

1. CONOCER DÓNDE ESTÁN LOS CLIENTES

¿Cómo se mantienen las empresas como prioridad y superan a sus competidores en un mercado saturado? Conociendo a su cliente y asegurándose de que está disponible en cualquier lugar donde esté o quiera estar.

Pregúntele a BukuWarun, la empresa fintech indonesia de dos años que está construyendo la infraestructura digital para más de 60 millones de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el país. Recién están comenzando, habiendo construido una base sólida de más de 6.5 millones de comerciantes utilizando sus soluciones de contabilidad, pagos y comercio, y aprovechan una estrategia omnicanal para no solo involucrar a los clientes existentes, sino llegar a otros nuevos.

Como gigante de la economía digital

emergente, Indonesia se enfrenta a una penetración cada vez mayor de Internet y mensajería de texto. Esto significa que empresas como BukuWarung deben ser flexibles y ágiles en la forma en que eligen comunicarse con sus clientes; ya sea el uso de diferentes canales o cómo ofrecen productos y servicios específicos.

2. PREPARARSE PARA EL FUTURO DEL TRABAJO

Si algo nos ha enseñado la pandemia es la necesidad de flexibilidad y agilidad, y las empresas han tenido que girar y responder rápidamente a dinámicas en constante cambio.

Las empresas centradas en el cliente como Etiqa, la rama de seguros de Maybank, han hecho bien en transformar sus operaciones y negocios durante este tiempo.

Con las restricciones de movimiento y las regulaciones de distanciamiento social vigentes, la organización incorporó nuevas herramientas de Twilio para garantizar que sus equipos de servicio al cliente y televentas pudieran continuar operando al mismo alto nivel de servicio al cliente.

Al hacer clic en varios canales de comunicación (llamadas, WhatsApp, chat en vivo), Etiqa no solo ofrece experiencias de calidad, sino que sus clientes también se beneficiarán de tiempos de espera de llamadas reducidos y un conjunto ampliado de canales para buscar ayuda y conectarse con el equipo.

A medida que más empresas en el sudeste asiático continúan avanzando en su viaje de transformación digital, existe una gran oportunidad para que aprovechen estratégicamente la tecnología para acercarse a sus clientes.





ESPAÑA DE RTPC A LA TECNOLOGÍA VOIP

La red telefónica pública conmutada (RTPC) ya tiene fecha de expiración, el año 2025 es el que estima Telefónica como el año para que la fibra óptica cubra toda España, dejando a las líneas tradicionales definitivamente en el pasado, y ajustando todos los servicios y sistemas de comunicaciones (voz, datos, vídeo y televisión) a la tecnología VoIP.

Todo el cambio se dará en la forma en que se enruta la llamada, que pasará a ser a través de Internet. Todas las comunicaciones de voz dejarán de viajar por cables de cobre para pasar a realizarse a través de la línea de datos de fibra FTTH (Fibra Óptica hasta el Hogar). Así las cosas, las empresas ya deben finalizar el paso a la telefonía VoIP y empezar a disfrutar de todas las ventajas que la telefonía cloud ofrece.

La telefonía IP funciona transformando la voz analógica en señales digitales que se transfieren a través de Internet. Esto permite que todas las comunicaciones de la empresa puedan ser gestionadas a través de una aplicación móvil o en la computadora, sin necesidad de contar con hardware, equipamiento o puestos fijos, y eliminando costos de mantenimiento, actualización o instalación.

La telefonía IP ofrece la posibilidad de trabajar desde cualquier dispositivo y desde cualquier lugar, facilita la movilidad y la práctica del teletrabajo.

La telefonía cloud se adapta completamente a las necesidades del negocio, ofreciendo la posibilidad de contar con números locales de los nuevos mercados en los que la empresa esté decidiendo implantarse o números virtuales adaptados a las diferentes campañas de prospección.

Es una herramienta que mejora la productividad, sobre todo del área comercial y de atención al cliente, facilita la gestión de equipos, se adapta a los cambios y necesidades de forma eficaz y rápida.

Es fundamental dentro del proceso de transformación digital que las empresas tienen que adoptar si quieren ser más competitivas.

En resumen, para 2025 toda la red de cableado de cobre española debería entrar en desuso, la telefonía VoIP, sin duda es una opción a considerar a la hora de definir alternativas a la telefonía tradicional.

EDESK SE INTEGRA CON AIRCALL, DESBLOQUEANDO LA VOZ PARA LOS VENDEDORES DEL MERCADO EN LÍNEA

eDesk, un proveedor de soporte de comercio electrónico, ha anunciado una asociación con el proveedor de soluciones de centro de llamadas basado en la nube Aircall.

Con esta nueva integración nativa, eDesk asegura que todas las consultas por correo electrónico, chat, redes sociales y telefónicas entrantes y salientes ahora se puedan manejar en una sola bandeja de entrada. La infraestructura en la nube de Aircall significa que las llamadas se pueden distribuir de manera uniforme entre los agentes, quienes luego acceden a la información actual más todas las interacciones que la empresa ha tenido anteriormente con el cliente, lo que permite conversaciones más productivas.

Una investigación realizada por Aircall ha descubierto que el 60% de los consumidores estadounidenses consideran que la voz es su forma preferida de llegar a los vendedores en línea, mientras que las llamadas telefónicas también son la primera opción de servicio al cliente que la mayoría de los europeos eligen con un 46%. Con las llamadas que se unen al correo electrónico, chat y soporte social existente en el centro central de eDesk, los compradores tendrán un acceso más rápido a los minoristas en línea, mientras que los vendedores tienen la oportunidad de reducir aún más los tiempos de manejo.

Al comentar sobre la asociación, Alex Payne, CEO de eDesk, dice: "Estamos encantados de haber unido nuestras fuerzas con Aircall, estableciendo una asociación que permite a los usuarios de eDesk agregar voz a su conjunto de comunicaciones. Los clientes no dudarán en utilizar un una gran cantidad de canales para comunicarse, especialmente cuando tienen un problema que debe

resolverse y esperan el mismo nivel de servicio independientemente de su elección.

Durante este tiempo de expansión del comercio electrónico, los vendedores necesitan una solución que permita que su negocio crezca. Esto significa responder consultas rápido para obtener comentarios positivos, lo que fortalecerá su reputación y su clasificación dentro de los algoritmos del mercado".

"Los datos de nuestra investigación a principios de este año han descubierto que hay una excelente ventana de oportunidad de 24 horas para resolver cualquier consulta y, combinada con los hallazgos de Aircall sobre la preferencia por la voz, esta mejora ayudará a los vendedores en línea a tener un multicanal más estratégico y conveniente. acercamiento a sus operaciones".

Gianna Scorsone, gerente general / directora de América del Norte, Aircall, agregó: "Las integraciones y asociaciones son el núcleo de nuestra visión en Aircall de hacer que el canal de voz sea lo más colaborativo posible. Nos sentimos honrados de ser el único sistema telefónico conectado a eDesk servicio de asistencia avanzada de comercio electrónico".

"Juntos, eDesk y Aircall permitirán a nuestros clientes iniciar conversaciones con más contexto, y los equipos de soporte pueden resolver consultas de manera más eficiente y eficaz que nunca".



DEJAOFFICE CRM FUNCIONA SIN INTERNET: PARA SU TELÉFONO Y SU PC

DejaOffice PC CRM brinda acceso rápido a la iluminación a Contactos, Calendarios, Tareas y Notas con datos que se han almacenado de forma segura en su hogar u oficina. CompanionLink ha creado un CRM tradicional que se ejecuta rápidamente en la PC, pero también funciona muy bien sin una conexión a Internet.

DejaOffice tiene un precio asequible con un pago único de \$ 49.95 por una licencia de usuario único de por vida y un cargo único de \$ 199.95 para 5 usuarios (\$ 40 por usuario).

“A medida que el huracán Ida arrasó Louisiana, varias personas sintieron que sus vidas cambiaron para siempre, perdiendo hogares, Internet y varias otras necesidades”, dice Wayland Bruns, director de tecnología de DejaOffice.

“Para esos dueños de negocios, han perdido los valiosos ingresos necesarios a través de las ventas debido a la pérdida de Internet.

DejaOffice es el único CRM que permite a estos propietarios de negocios continuar trabajando justo donde lo dejaron sin ningún problema. No solo eso, DejaOffice es más rápido que cualquier otro CRM ahora puede buscar, revisar el historial de un cliente e incluso comenzar a escribir notas más rápido de lo que puede iniciar sesión en cualquiera de los otros principales productos CRM basados en la web. Al crear este CRM, quería crear algo que pudiera ayudar a aquellas empresas que enfrentan dificultades como Ida”.

DejaOffice es una solución de gestión de contactos que no necesita una conexión a Internet activa en plataformas Windows de Android, iPhone y PC.

DejaOffice utiliza un almacén de datos local en todas las plataformas. Con la ayuda de DejaOffice, el único CRM que permite esto, las empresas podrían realizar un seguimiento y ponerse en contacto con los clientes durante estos tiempos difíciles, lo que les permitirá continuar donde lo dejaron sin ningún problema.

DejaOffice tiene una versión Pro que vende una licencia de 5 usuarios por \$ 199.95 (\$ 40 por usuario), donde cada usuario puede tener un inicio de sesión único y configurar una contraseña única. Con este Calendario, las Notas y Tareas pueden asignarse entre compañeros de trabajo o hacerse visibles para todos los empleados, lo que permite a cualquiera de los 5 usuarios ver su Calendario o ver el Calendario de cada empleado. Los usuarios pueden crear un contacto o evento de forma privada para que solo ese usuario lo vea.

DejaOffice tiene un RunStart opcional por \$ 49 adicionales, donde uno de nuestros técnicos experimentados puede iniciar sesión en su PC una vez para configurar el CRM y migrar sus datos según sea necesario. También puede comprar Soporte Premium por \$ 129, lo que permite a nuestros técnicos iniciar sesión en su PC y resolver cualquier problema que pueda encontrar durante todo un año. DejaOffice es increíblemente fácil de instalar y se ejecuta rápidamente. En menos de una hora, nuestros técnicos pueden configurar DejaOffice, migrar 5000 contactos y crear un calendario de cinco usuarios para usted.

SOBRE DEJAOFFICE

DejaOffice fue creado por CompanionLink® Software, Inc., un desarrollador pionero en soluciones de sincronización de datos para teléfonos móviles. CompanionLink ha lanzado DejaOffice® CRM para Android™, iPhone®, iPad® y Windows®. CompanionLink también marca en blanco su software, que admite aplicaciones móviles y para PC de marca que sincronizan el calendario, los contactos y las tareas de Outlook a la Web. Establecido en 1987, CompanionLink ha ayudado a movilizar información a través de dispositivos, computadoras, aplicaciones y servicios basados en la web.

Para obtener más información, visite
<https://www.companionlink.com> y
<https://www.dejaoffice.com>.

CRIPTOMONEDA: EL SALVADOR LEGALIZA BITCOIN

Es una primicia mundial. El Salvador se convierte en el primer país del mundo en permitir la criptomoneda como moneda legal, junto con el dólar estadounidense.

Bitcoin se está convirtiendo en una nueva moneda de curso legal en El Salvador, junto con el dólar estadounidense.

El Salvador se ha convertido así, en el primer país del mundo en autorizar esta criptomoneda, a pesar de las fuertes reticencias de la población y las críticas de economistas y organismos financieros internacionales.

Bitcoin les ahorrará a los salvadoreños 400 millones de dólares en gastos bancarios al enviar dinero por la diáspora, especialmente la instalada en Estados Unidos. Estas remesas representan el 22% del PIB del país. Sin embargo, más de dos tercios de los 6,5 millones de salvadoreños se oponen por primera vez a una decisión del muy popular presidente Bukele y dicen, en dos encuestas separadas, que quieren seguir usando exclusivamente el dólar estadounidense, moneda de curso legal de El Salvador desde hace 20 años.

Respecto al bitcoin, la mayoría piensa que "esta moneda no existe y que no beneficiará a los más

pobres, sino a los más ricos". Además, "son decisiones (tomadas) sin consulta por parte de este gobierno y los parlamentarios. Y la gente no ve cómo van a tener un impacto positivo para cambiar significativamente su condición de vida".

Así, el 65,2% de la población no está interesada en descargarse el monedero electrónico Chivo, necesario para realizar las transacciones cotidianas de bitcoins, a pesar de los bienvenidos 30 dólares que ofrece el Gobierno.

Fueron muchos los que se manifestaron en contra de esta decisión una semana antes de su entrada en vigor. Aun así, la criptomoneda también tiene sus partidarios, que piensan que "es una moneda del futuro" y esperan que su valor crezca.

En este contexto, se anuncia la creación de un fondo de 150 millones de dólares a garantizar la convertibilidad automática de bitcoin en dólares estadounidenses, junto con la instalación de 200 máquinas expendedoras para el intercambio de bitcoins. Sin embargo, el escepticismo de los economistas, el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) crece, frente a la idea de que esta decisión tendrá un impacto negativo en las condiciones de vida de los salvadoreños, debido a la alta volatilidad del tipo de cambio de bitcoin.



CENTRO DE DATOS JUNTO A LA PRESA EN NUEVA ZELANDA PARA ALBERGAR CASI 3.000 SERVIDORES

Clyde Dam albergará ocho centros de datos en contenedores de la puesta en marcha de infraestructura digital con sede en el Reino Unido Lake Parime.

Un centro de datos propuesto por una presa cerca de Clyde, Nueva Zelanda, tiene como objetivo albergar ocho centros de datos en contenedores y casi 3.000 servidores.

Una aplicación vista por el Otago Daily Times describe los detalles de una instalación anunciada previamente. Cuando esté completamente construido, el sitio junto a Clyde Dam en Otago albergaría ocho centros de datos en contenedores, cada uno con capacidad para 368 servidores, según la aplicación.

La infraestructura del centro de datos de 10MW sería propiedad y estaría operada por la puesta en marcha de infraestructura digital con sede en el Reino Unido, Lake Parime, y se ubicaría en 1.6 acres de tierra propiedad de la empresa matriz Contact en virtud de un contrato de arrendamiento.

Lake Parime se presenta a sí mismo como una forma de usar el exceso de energía renovable al transferir esa energía a uno de sus centros de datos modulares 'Powerbox', y usarla para ejecutar aplicaciones informáticas de alto rendimiento como aprendizaje automático, visualización y modelado, así como blockchain y criptomonedas. La compañía afirma tener implementaciones en el Reino Unido, Canadá y EE. UU., Pero los detalles son limitados. Como informó DCD anteriormente, se espera que las instalaciones solo operen de manera intermitente, cuando las fuentes de energía

renovable variables significan que hay un exceso de energía para usar.

"El aspecto de la flexibilidad de la demanda está alineado con nuestras aspiraciones de descarbonización, ya que reducirá el volumen de generación térmica necesaria para respaldar la red nacional en un año seco", dijo anteriormente el CEO de Contact, Mike Fuge.

Se espera que el proyecto esté operativo en mayo de 2022. A partir de 2025, una subestación propuesta en el sitio mejoraría la confiabilidad del suministro de electricidad al municipio de Clyde y al área más amplia de Clyde. A partir de 2025, se implementaría un acuerdo de costo compartido que resultaría en cargos de línea más bajos (que de otro modo) para los clientes existentes de la empresa de energía Aurora en comparación con el reemplazo de la subestación Clyde-Earnscliffe de forma independiente, dice la aplicación.

"El operador del centro de datos pagará una parte de los cargos de la red y otros costos comunes asociados con el punto de conexión de Clyde, reduciendo la participación de los hogares del municipio de Clyde en los pagos de esta infraestructura", según la aplicación.

La Isla Sur de Nueva Zelanda pronto tendrá un exceso de energía, ya que la enorme planta de fundición de aluminio Tiwai cerrará en 2024. Contact está buscando firmar 300MW de acuerdos de energía para compensar la pérdida, incluido un centro de datos Datagrid de 60MW, que eventualmente crecerá hasta 100MW.



ARGENTINA

SECUESTROS VIRTUALES
DESDE UN CALL CENTER

En la localidad argentina de La Matanza, cinco delincuentes fueron detenidos por realizar estafas denominadas “secuestros virtuales” desde un call center instalado en la vivienda de los estafadores.

Cinco hombres fueron los detenidos y acusados de integrar una banda que cometía este tipo de estafas, que consisten en secuestros virtuales, secuestros que no se producen, a través de llamadas telefónicas realizadas desde un call center instalado en una vivienda de Lomas del Mirador, en la localidad mencionada.

Las detenciones estuvieron a cargo de efectivos de la División Casos Especiales de la policía bonaerense, quienes realizaron ocho allanamientos, entre ellos en una casa situada en Melo y Almirante Brown, de La Matanza, desde donde se realizaban las llamadas telefónicas extorsivas contra las víctimas, la mayoría de ellas personas jubiladas.

La Fiscal de La Matanza a cargo de la causa, indagó a los detenidos, quienes se negaron a declarar y quedaron alojados en sede policial, en tanto se trabaja para dar con cuatro prófugos.

La investigación comenzó cuando una mujer radicada en la provincia de Mendoza denunció haber sido víctima de un secuestro virtual por parte de delincuentes que la llamaron para pedirle dinero a cambio de liberar ileso a su hijo, a quien tenían supuestamente secuestrado en La Matanza.

A cambio de esa supuesta liberación, la mujer depositó en una cuenta que le indicaron 10 mil dólares y más tarde supo que había sido engañada.

Los sucesos descritos han puesto en alerta a las autoridades respecto a esta modalidad de estafa.



ARGENTINA

LA PANDEMIA ACELERÓ
LA MIGRACIÓN A LA NUBE

Sin la necesidad de una infraestructura propia y con acceso a través de Internet, la migración a la nube por parte de las compañías se intensifica en el contexto de pandemia.

Desde que irrumpió la pandemia, se está acelerando la migración a soluciones en la nube reduciendo el tiempo de vida útil de equipamientos en sitio. Una tendencia que abarca también a la telefonía.

Muchas empresas se resistían a migrar por diferentes razones, entre la más común está lo referido a la seguridad y el control, ya que consideraban conveniente que el hardware estuviera instalado en sus oficinas. Otra de las razones era: "Invertimos un montón de dinero hace poco, ¿cómo lo justifico internamente por más que sea más económica y mejor?".

Contar con infraestructura propia en sitio no es garantía de seguridad, ya que hoy es impensable contar con sistemas que no estén vinculados con Internet, lo que los vuelve susceptibles al ataque de hackers.

Para estos razonamientos acceder a servicios cuya infraestructura de hardware y software se encuentra administrada por un tercero, fuera de las instalaciones del cliente, y cuyo acceso se realiza a través de Internet es un problema.

Sin embargo, una de las ventajas competitivas es la actualización: va por cuenta del prestador del servicio y el cliente no se preocupa en tener que adquirir equipos nuevos, realizar actualizaciones de software o de nuevos módulos para nuevos servicios. Por lo general, las soluciones en la nube no sólo se actualizan, sino que también agregan nuevos servicios buscando fidelizar a sus clientes.

Antes de la pandemia, se estimaba que la migración a la nube se daría de manera gradual, no obstante, la pandemia hizo que la necesidad se anteponga a las razones para resistirse.

Las perspectivas de las inversiones realizadas y de seguridad son otras con el teletrabajo por ejemplo. Hoy la seguridad en realidad es otra de las ventajas de la nube, ya que el proveedor debe tomar todos los recaudos y cuenta con gente especializada.

En la Argentina, por ejemplo, todavía no está implementada la portabilidad para telefonía fija. No es posible cambiar de prestador telefónico manteniendo el número. Está sólo disponible para móviles. Es parte de los retos por superar para contar con una integración completa como sugieren los tiempos que corren.

ARGENTINA

LA CENTRAL TELEFÓNICA EN LA NUBE

La telefonía fija está siendo reemplazada por el celular en el segmento residencial, pero en las empresas sigue estando la necesidad del teléfono fijo, que permite una atención más personalizada que a través del chat, formularios, bots, aplicaciones o redes sociales. A nivel interno, además de la comunicación entre empleados, permite realizar mediciones de capacidad, productividad, auditorías y grabar conversaciones.

Las empresas hoy requieren que sus empleados puedan trabajar desde su casa. Y muchas -por lo general, las más grandes-, valoran la integración de la telefonía con las soluciones de CRM, ERP y otras plataformas, que le permitan contar con la trazabilidad de las comunicaciones con sus clientes y así poder no sólo facilitar el trabajo al usuario sino también hacer el seguimiento para el cumplimiento de objetivos.

A las Pymes, no les queda hoy otra opción que la de migrar a la nube, mientras que las más grandes o migran a la nube o invierten fortunas en soluciones en sitio que les permitan cumplir con estos requerimientos.

Reemplazar el servicio telefónico, con una central o varias centrales telefónicas, por una única solución que es todo en uno es un beneficio enorme.

Se accede con sólo tener Internet, y esto da la flexibilidad de contar con empleados distribuidos entre el teletrabajo y el trabajo híbrido. Lo mismo si la empresa cuenta con sucursales: La Central en la Nube las intercomunica como si estuvieran todas en una misma ubicación.

A través de un panel Web, las personas encargadas de la administración de la Central o de los grupos de atención (ventas, soporte, administración), pueden realizar configuraciones de manera simple, agregar o eliminar internos, asignar permisos, armar colas de espera, definir qué internos tendrán grabaciones.

Se paga por cada interno un abono por mes y no requiere inversión, es todo gasto operativo (Opex), y quienes quieren teléfonos, tienen la opción del comodato.

Con sólo tener Internet, el servicio comienza a funcionar. Su implementación es inmediata.

Si cuentan con un CRM o ERP o sistema interno, éste se puede integrar fácilmente a través de los Web Hooks, de manera de tener la telefonía dentro del sistema y contar con trazabilidad (tener el detalle de llamados y sus grabaciones en la ficha del cliente por ejemplo).



PARAGUAY

IPS Y SUS MEDIOS DE AGENDAMIENTO

El Instituto de Previsión Social (IPS) de Paraguay cuenta la web, call center y WhatsApp como sus medios de agendamiento a disposición de la ciudadanía luego del caos instalado con el retorno de las consultas presenciales y los cuestionamientos sobre los medios que ya existían. Intentar agendar una cita implicaba constantemente horas de espera al teléfono o largas filas en ventanilla.

Los canales habilitados con el retorno de las consultas presenciales incluyen un chat por el portal del IPS, "Mi IPS", Call center del IPS, y el WhatsApp para agendamiento para Laboratorio del Centro de Atención Ambulatoria, además del WhatsApp para agendamiento para Meprotec, en lo que respecta a estudios de imágenes.

Para utilizar el sistema Mi IPS y el chat se debe ingresar al portal digital de IPS, en www.ips.gov.py; para el call center está habilitada la línea 180, (021) 219-3000 (desde el celular) y el (0800) 11-5000 (línea baja).

A través del WhatsApp se puede comunicar con el Laboratorio del CAA (Centro de Atención Ambulatoria-Hospital Central de IPS) al (0991) 854-950, mientras que Mepotec (Medicina Profesional Tecnológica-Centro de diagnóstico tercerizado de IPS), al (0974) 44-04-40 y (0974) 84-50-00.

Así, los asegurados acceden a las diferentes especialidades: alergia e inmunología,

cardiología, cardiología pediátrica, cirugía pediátrica, clínica médica, dermatología pediátrica, endocrinología, gastroenterología pediátrica, ginecología, gineco-obstetricia, nefrología pediátrica, neonatología, neumología, neumología pediátrica, neurología, nutrición, obstetricia, oftalmología, oftalmología pediátrica. Además, otorrinolaringología, pediatría, proctología, reumatología, reumatología pediátrica; traumatología y ortopedia, urología.

Este sistema de agendamiento fue habilitado luego de las múltiples quejas y cuestionamientos de los asegurados, quienes reportaban la pésima o nula atención que recibían. Una de las principales quejas era la de las horas de espera en el call center, que en muchas ocasiones terminaba con el corte de la llamada, por lo que el usuario debía volver a llamar.

Los asegurados del Instituto de Previsión Social (IPS) habían afirmado recientemente que prefieren ir a las clínicas periféricas antes que al Hospital Central, teniendo en cuenta la pésima atención que reciben en este último. Confirmaron que los problemas empiezan en el momento de querer agendar una consulta a través del call center.

Todo un reto para el IPS lograr resolver con este sistema de agendamiento -que cuenta con diferentes canales de comunicación- la alta demanda que generaron las consultas presenciales.



PARAGUAY

FIDELIZANDO A LOS CLIENTES DEL CALL CENTER

A partir de la pandemia, muchas empresas han tenido que reinventarse y renovar sus canales de comunicación con sus clientes, optimizándolos y abriendo nuevos canales para lograr una experiencia del cliente satisfactoria.

Un ejemplo de esas transformaciones en Paraguay es Punto Farma, donde analizan el comportamiento de compras de los clientes y realizan cambios en base a los datos recabados. Enfocados en la atención al cliente y en los canales digitales para dar soporte acorde a las necesidades de los usuarios, adaptándose a los canales preferidos por los clientes para comunicarse.

Así, ha mejorado la experiencia del cliente a través de innovaciones tanto en la web como en la app y la atención por Whastapp.

Son más de 25.000 productos dentro del catálogo en línea, de constante actualización y adición de productos e innovaciones de las marcas.

El cliente puede adquirir los productos y solicitar la entrega a través del servicio de delivery, o elegir el punto más cercano para luego retirarlo con varias formas de pagos, incluyendo pago en línea de forma segura, ya sea con tarjeta de crédito, débito o con Tigo Money, Zimple y Billetera Personal.

La app de Punto Farma ha sido un éxito desde el relanzamiento realizado en 2020, es la única

cadena de farmacias que brinda un servicio totalmente diferenciado llegando con esta herramienta a una cobertura en todo el territorio paraguayo, los clientes pueden comprar en apenas 15 segundos.

Adicionalmente, continúa la misión de seguir fidelizando a los clientes del call center, a través del 61*61*000, que durante la pandemia ha tenido un aumento de llamadas significativo, al punto de ampliar el call center generando oportunidades de empleo para los paraguayos.

También se desarrolla un plan Anti robos, iniciado en 2020 de conjunto con el Grupo Lince y la Policía Nacional, instalando cámaras de seguridad y botones de pánico en las sucursales, con el fin de minimizar la ola de robos y asaltos que se incrementó durante la pandemia de manera importante.

Cada canal de comunicación es importante y permite levantar métricas que conducen a decisiones acertadas para garantizar una experiencia del cliente adecuada para los objetivos de fidelización de los usuarios que buscan rapidez, eficiencia, calidad y buena atención.

Desde la llamada al call center hasta el finiquito del pago y la recepción de cada artículo, los clientes deben sentir la fluidez que da el dominio de cada proceso. Así, volverán cómodos a comprar cada vez que lo necesiten sin que tengan que pensar en procesos tediosos o complicados.



VENEZUELA

BANCO MERCANTIL IMPULSA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS EMPRESAS EL EXTRANJERO



Mercantil



Con una serie de webinars destinados a sus clientes, el Banco Mercantil da un impulso a la transformación digital.

En una de las charlas virtuales se abordó el tema: Estrategias para lograr una Empresa Ágil, facilitada por Ivette Cerrada de IWConsultores, donde expuso los retos a los que se enfrentan las organizaciones en medio de la transformación digital, es decir, cómo asumir un entorno que se transforma con rapidez, con introducción constante de tecnologías disruptivas, en medio de la digitalización acelerada y la democratización de la información, además de la disputa por el talento.

Para enfrentar esos retos la ponente propone 5 rasgos para definir a una organización ágil:

CONTAR CON UNA ESTRATEGIA CLARA Y COMPARTIDA.

EDIFICAR UNA ESTRUCTURA BASADA EN RED DE EQUIPOS EMPODERADOS.

ESTABLECER PROCESOS QUE PERMITAN DECISIONES RÁPIDAS Y CICLOS DE APRENDIZAJE.

USAR TECNOLOGÍA DE ÚLTIMA GENERACIÓN.

ESTIMULAR EL TALENTO CON LÍDERES DINÁMICOS QUE GENEREN PASIÓN.

La propuesta es el tránsito de una organización con estructuras tradicionales a una dinámica y ágil, pasar de:

ENFOQUES EN TAREAS A ENFOQUES EN IDEAS.

ENFOQUES BASADOS EN JERARQUÍAS A ENFOQUES BASADOS EN VALORES.

ENFOQUES RÍGIDOS A ENFOQUES FLEXIBLES.

ENFOQUES FORMALES A ENFOQUES LIGEROS.

En resumen, la ponente ha condensado lo expuesto en este concepto:

“Una cultura centrada en las personas que funciona en ciclos rápidos de aprendizaje y toma de decisiones. Facilitados por la tecnología, donde el principio-guía es un fuerte propósito compartido para crear valor junto a todas sus partes interesadas.”

PERÚ

**SERVICIO
POSTAL
ADVIERTE
SOBRE
EL PHISHING**

La empresa Servicios Postales de Perú (Serpost) advierte a la ciudadanía acerca de diversos intentos de fraude realizados vía correo electrónico, mensaje de texto o WhatsApp, en los que se solicitan pagos por los servicios que la institución brinda regularmente. Serpost, por razones de seguridad, no envía correos electrónicos ni hace uso de mensajes de texto, ni emplea su servicio de citas vía WhatsApp para realizar cobros por envíos a domicilio o por gastos aduanales.

La empresa de servicios postales del país inca, recomienda no abrir enlaces o dar información personal a través de estos medios, ya que podría tratarse de un fraude

realizado por personas inescrupulosas que hacen uso ilegal de nombres y marcas.

La empresa postal ha denunciado formalmente estos hechos delictivos ante el Ministerio Público, a fin de que disponga las investigaciones correspondientes, conforme a sus atribuciones y se sancione a los que resulten responsables. Alertan que la modalidad de robo conocida como phishing se presenta encubierta en correos electrónicos y/o ventanas emergentes, que contienen enlaces de páginas web de estafa.

Así, los delincuentes pueden tener acceso a datos personales, cuentas de correo e información financiera que será usada para suplantar la identidad de la víctima.

El incremento en el uso de internet, sobre todo para realizar compras en línea, convierte a este medio en blanco de los ciberdelincuentes, por lo que es recomendable entrar a páginas web de forma directa desde su navegador a fin de no ser redirigidos a webs falsas.

Para consultar por cualquiera de los servicios que se ofrecen puede ponerse en contacto con Serpost a través del número 511 5110 (call center), la cuenta oficial de Twitter (@SerpostPe) y/o el correo electrónico servicioalcliente@serpost.com.pe

Serpost 
El Correo del Perú

SERVICIOS POSTALES DEL PERÚ S.A.

PERÚ

**CONTACT
CENTER Y
TELEVENTAS
EN EL SECTOR
AGROALIMENTARIO**

El Contact Center de Gloria (empresa referente en el mercado de lácteos peruanos) se configura como un proyecto de gestión moderna que cuenta con cuatro años de experiencia, es fundamental dar la mejor atención a las tiendas de proximidad en las que se distribuye el producto a través de la mejora continua y la eficiencia en los procesos.

Es un caso exitoso de Televentas basado en pilares básicos como la capacitación de los colaboradores, procesos estrictos de calidad y un equipo de gestión y control maduro.

El personal de Contact Center recibe la inducción, capacitación y entrenamiento, proporcionando los conocimientos necesarios para desempeñar una función productiva, eficiente y profesional, teniendo en cuenta los productos con mayor rotación. Pro ejemplo, los productos lácteos y derivados con rápida caducidad a los que dar prioridad de salida mejorando la participación del producto en el punto de venta, así como una distribución rápida y ágil.

El sistema de Calidad y los procesos de gestión del Contact Center se encuentran alineados y conforme al modelo de atención planificada con el cliente, con los requisitos del sistema, además de asegurar el buen uso de las herramientas y recursos que se utilizan. Se realizan auditorías a través de escuchas de llamada donde se evalúa el 100% del proceso, informes de mejoramiento sobre todos los procesos, innovación del speech y calibración con los supervisores para identificar oportunidades de incrementar la demanda dentro de las llamadas.

Para la medición y mejoramiento de la Satisfacción del cliente y el valor de la marca se usa:

Muestras diarias de medición de la satisfacción del cliente sobre la atención del Televendedor.

Uso de Net Promoter Score (NPS) que permite tener el grado de satisfacción de los clientes y la recomendación de los mismos.

El Soporte a la operación de ventas desde el equipo de Business Intelligence a través de herramientas digitales cada vez más integradas en una operación tan dinámica, fomenta la optimización de los indicadores y KPI de la operación, agiliza la toma de decisiones y el indudable avance, mediante reportes en línea de toma de pedidos y consecución de ventas por parte de los equipos de Televenta.

Asimismo, se identifican y geoposicionan oportunidades de venta en zonas concretas correlacionando comportamientos de compras de los clientes del territorio en cuestión.

Los canales de atención combinan el telefónico, WhatsApp, Messenger e email, con el que efectuar una atención personalizada que aporte información actualizada, permita consultas y posibles reclamos, y en la que cada cliente pueda elegir la forma de comunicarse, y se sienta acompañado ante cualquier demanda que pueda tener.



MEXICO

GOOGLE ARTS & CULTURE EXALTA LA GASTRONOMIA

Google Arts & Culture hace una recopilación de las historias y el conocimiento de más de 2000 instituciones culturales de 80 países. Sabores de México se integra a este catálogo de conocimiento.

Desde las sufragistas que lucharon por los derechos de las mujeres hasta las artes escénicas en la Ópera de París, además del archivo fotográfico de la NASA. En esta ocasión, es el turno de Sabores de México, una ruta gastronómica. Historias sobre el patrimonio cultural mexicano, una puerta de entrada para explorar el arte, la historia, la gente y las maravillas de este país suramericano.

La plataforma ofrece más de 4 mil imágenes, alrededor de 100 videos, entrevistas, reportajes, audios y documentos de valor histórico sobre la comida en México. Para la construcción de la propuesta se solicitó el apoyo de alrededor de 30 instituciones, entre las que destacan la Secretaría de Turismo, el Museo Soumaya, el Museo Franz Mayer y el Museo Amparo.

Sabores de México es el principio de una colección que seguirá creciendo conforme los colaboradores participen y sumen atribuciones al proyecto presentado en la plataforma de Google. La propuesta consta de 5 ejes temáticos que conforman el proceso, es decir, videos de recetas; personas, entrevistas con creadores de la cocina mexicana; sabores, ingredientes característicos; curiosidades y gastronomía prehispánica.

No dejes de visitar y conocer los Sabores de México.

Sabores de México es una sección interactiva en Google Arts & Culture con la que podrás conocer más sobre el mundo gastronómico azteca.



Google Arts & Culture



MEXICO

SE INCREMENTA LA PRESENCIA DE LOS CONTACT CENTERS PARA LA ATENCIÓN DE PERSONAS

En palabras de Alfredo Calderón, gerente de Cuentas Corporativas en Wolkvox México: “México es especial porque tiene presencia de grandes compañías del sector del BPO (Business Process Outsourcing), pero también porque un 75% del total de las empresas en el país son MiPymes, las cuales están en una demanda constante de soluciones en la nube para contact center”.

Según un estudio de Frost & Sullivan, la industria de atención al cliente a través de los contact centers alcanzó los 10 mil 460 millones de dólares de ingresos en Latinoamérica y el Caribe. La cifra constituye un avance de 0.5% de crecimiento respecto al año anterior. La tasa de crecimiento en ingresos en México fue de 3.7%, y, según la consultora citada, para 2025 se espera que los ingresos de la industria de servicios de contact center sean de más de mil 400 millones de dólares.

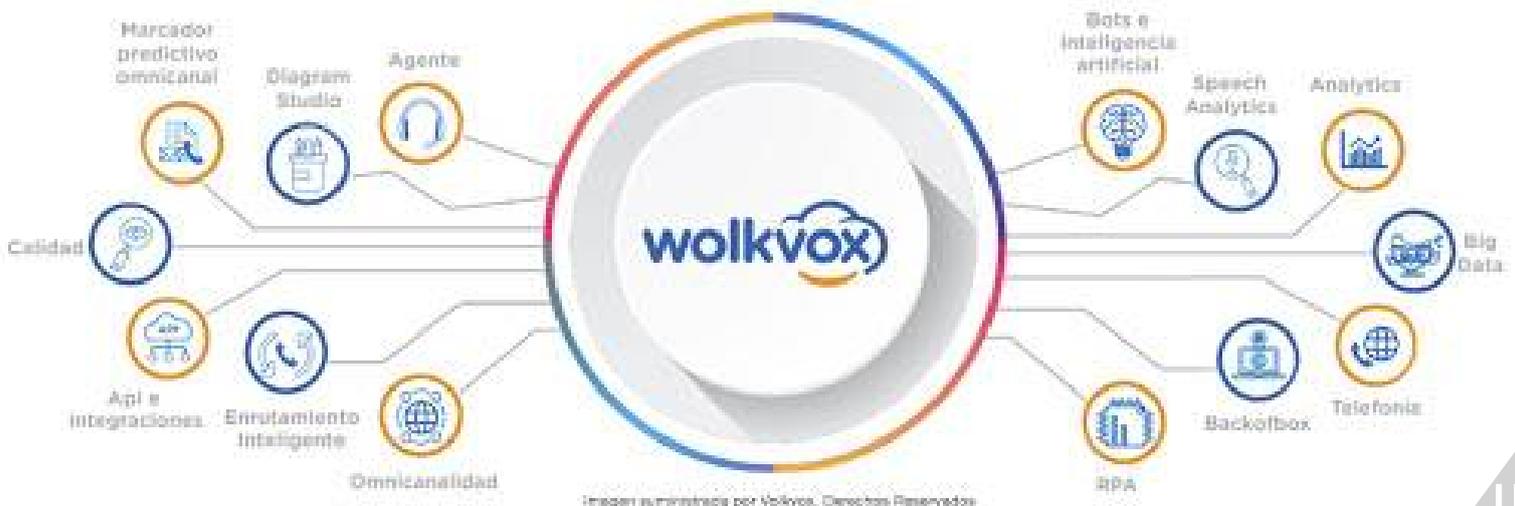
En este marco de circunstancias, Wolkvox, empresa colombiana de Contact Center en la nube, considera a México un mercado con gran potencial para ofrecer sus servicios tecnológicos, de allí que iniciara operaciones en la nación azteca y espera facturar un millón de dólares mensuales durante los próximos 3 años. En México, los módulos de omnicanalidad y la integración de las funciones del CRM a plataformas de contact center son las soluciones más demandadas hasta ahora para la industria de atención al cliente.

La llegada de la pandemia provocó, entre sus múltiples consecuencias, un giro de 180 grados al papel

de los contact center al ser los aliados de los negocios que buscan brindar un servicio satisfactorio a sus usuarios desde cualquier canal sin importar su tamaño y demanda. Así, las soluciones en la nube que brindan su servicio bajo el modelo SaaS (Software As A Service) como wolkvox, se han convertido en clave para mantener las operaciones desde cualquier lugar con conexión a internet.

“Los retos en materia tecnológica, derivados principalmente de la pandemia, obligaron a las compañías a reaccionar de manera acelerada, poniendo principal foco en la selección de plataformas que les permitiera seguir operando de forma ágil y sin importar el lugar donde estén, manteniendo en todo momento a los clientes como prioridad”, agregó.

Con la analítica, la plataforma permite aprovechar los datos para controlar, predecir y anticipar el comportamiento de sus clientes y la marca. Mientras, a través de la transformación digital, Wolkvox permite adoptar nuevas capacidades digitales para automatizar procesos, gestionar el riesgo y descubrir nuevas oportunidades de generación de ingresos.



MEXICO MEJORANDO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE DE LOS ADULTOS MAYORES

De los 54 millones de personas que tienen al menos un producto financiero en México, los adultos mayores representan el 15.4% y del total de las controversias recibidas por el sector financiero, el 31% es presentado por este grupo de la población.

Por ello es necesario el desarrollo de productos y servicios financieros para este sector e incluso ofrecer educación financiera práctica y mejora en los servicios telefónicos que ofrecen los Call Center.

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef) ha identificado que las tres principales amenazas para la salud financiera de las personas adultas mayores son:

LAS QUE VIENEN EN ALGUNOS CASOS DE SU PROPIO ENTORNO, INCLUSO FAMILIAR.

LOS DE LA DELINCUENCIA, QUE LOS CONSIDERA MÁS VULNERABLES PARA COMETERLES UN FRAUDE.

EN ALGUNOS CASOS, FALTA DE ÉTICA Y LEALTAD DE FUNCIONARIOS DE INSTITUCIONES FINANCIERAS.

Del total de adultos mayores, son usuarios de internet:

- **21% de los que tienen entre 60 y 64 años.**
- **13% de 65 a 69 años.**
- **9% de 70 a 74 años.**
- **7% de 75 a 79 años.**

• **4% de los que tienen 80 o más años**

Veamos algunos factores que contribuyen a la exclusión financiera de las personas mayores:

- **BAJA CAPACIDAD DIGITAL**
- **POCA "ALFABETIZACIÓN FINANCIERA" VIGENTE**
- **DETERIORO COGNITIVO Y FÍSICO**
- **AISLAMIENTO SOCIAL**
- **DEPENDENCIA DE UNA SOLA RENTA FIJA, PENSIÓN O ANUALIDAD**
- **DIFICULTAD PARA ACCEDER A ASESORAMIENTO FINANCIERO**
- **FALTA DE PRODUCTOS FINANCIEROS PARA SU GRUPO DE EDAD**
- **DEPENDENCIA EN LOS MIEMBROS DE LA FAMILIA**
- **DESCONFIANZA EN PROFESIONALES FINANCIEROS**

Durante 2019, año previo a los efectos de la pandemia, las controversias de adultos mayores presentaron un incremento de 4%, mientras que las de jóvenes y adultos, decrecieron en 16% y 10%, respectivamente. En 2020 y hasta julio de este 2021, la proporción de reclamaciones de los adultos mayores se ha mantenido en casi 33%.

okdiga

SOLUCIONES INTEGRALES DE CONTACT CENTER

+34 910 606 103 | www.okdiga.com



MEXICO

DE LAS LLAMADAS A CALL CENTER DE ATENCIÓN PSICOLÓGICA, EL 13% SON DE RIESGO SUICIDA

El Instituto Municipal para Prevenir Conductas de Riesgo de la localidad mexicana de Querétaro informó que el 13% del total de las llamadas recibidas al call center de atención psicológica 070, tienen un riesgo suicida.

La directora del instituto informó que de las 4 mil 18 llamadas atendidas desde el 30 de marzo de 2020 al 5 de septiembre de 2021, 511 tienen vinculación con pensamiento, ideas o intención suicida.

Del total de llamadas, 378 son de mujeres y 133 de hombres. El 34% de las llamadas de mujeres son de riesgo rojo o alto, el 55% riesgo amarillo y 11% verde. El rango de edad de mujeres reportadas con riesgo suicida es de 30 a 39 años y le sigue de 18 a 29 años.

Para el caso de hombres, el 62% de las llamadas son de riesgo rojo, el 33% amarillo y 5% verde. El rango de edad de hombres con riesgo suicida es de 40 a 49 años, y le sigue de 18 a 29 años.

Los meses con picos más altos de registro de llamadas con intención suicida, fueron el mes

de noviembre de 2020 y el mes de julio de 2021. El 83% de las llamadas requieren vinculación.

Uno de los síntomas que han sido persistentes en los casos atendidos durante la pandemia por Covid-19, es la intención suicida, como resultado del conjunto de emociones como la depresión, ansiedad y estrés.

El protocolo del gobierno municipal está vinculado al call center de Gobierno del Estado, para que en su caso, se pueda vincular la atención al Centro de Salud Mental (CESAM) o el 9-1-1, cuando hay clara intención suicida.

El objetivo es hacer detecciones oportunas en el tema de salud mental y de salud emocional, así como prevención universal.

Este objetivo es uno de los que buscan lograr las estrategias para prevenir situaciones de riesgo, el Programa de Primeros Auxilios Psicológicos, la atención de Salud Mental Comunitario a través del Programa de Tejiendo Comunidades de Paz y la línea de atención psicológica 070.



COLOMBIA

FORMACIÓN BILINGÜE PARA EL MEJORAMIENTO DE CAPACIDADES E INCLUSIÓN LABORAL

El proyecto de formación bilingüe, para el mejoramiento de capacidades e inclusión laboral, será implementado por la Secretaría de Desarrollo Económico Distrital en alianza estratégica con Comfenalco Valle, en la localidad colombiana de Cali.

Serán beneficiadas un total de 690 personas, el objetivo es complementar la formación en competencias de áreas afines como servicio al cliente, agente de contact center, ventas, mercadeo, BPO y lenguajes de programación para el desarrollo de software.

El proyecto brinda formación gratuita a los habitantes de las diferentes comunas y corregimientos de Cali, el inicio está previsto para este mes de octubre. Luego de la inscripción, las personas serán convocadas a una entrevista de admisión en inglés, con el fin de evaluar su nivel del idioma y conocer otros aspectos de tipo psicológico. Los beneficiados tendrán la posibilidad de ingresar a la ruta de empleo de Comfenalco Valle Delagente, además de acceder al ofrecimiento de vacantes y la intermediación laboral con empresas de la región.

Para el proceso de formación en áreas afines a servicio al cliente, agente de contact center, ventas, mercadeo y BPO:

1. No haber participado en la versión anterior de este proyecto.

2. Tener nivel B1 de inglés en adelante.

3. Pertenecer a alguno de los siguientes grupos de población: mujeres, jóvenes entre 18 y 28 años, personas en condición de discapacidad, personas que pertenezcan a la comunidad LGTBI, personas en proceso de reintegración del conflicto armado, personas que estén desempleadas.

Recibirán 250 horas totales de formación, con una duración aproximada en tiempo de dos meses y medio, discriminadas de la siguiente manera:

200 horas destinadas al desarrollo de competencias laborales en áreas afines al sector BPO (servicio al cliente, agente de contact center y/o ventas) con énfasis en bilingüismo, o en áreas afines a manejo de lenguajes de programación para el desarrollo de software (40 sesiones de 5 horas cada una, para una duración de dos meses aproximadamente).

50 horas de formación en habilidades blandas, con una duración de dos semanas más.

Comfenalco Valle



delagente

REACTIVACIÓN DEL PROYECTO DE AGENCIA URBANA DIGITAL

El proyecto de agencia urbana digital, inicialmente previsto para este año, debería ser implementado en 2022. Se está elaborando un plan de acción y apoyo para repensar y reposicionar estas agencias para que sean más eficientes, modernas y flexibles, capaces de ofrecer a los usuarios y socios mayor valor añadido. El objetivo es también fortalecer su core business para convertirlos en polos de excelencia territorial.

Este modelo pretende ser un verdadero acelerador de la innovación pública a nivel territorial sobre la base de una visión de futuro, con la construcción de un sistema de seguimiento urbano, como herramienta de recogida de información, análisis y ayuda al urbanismo. El objetivo de esta transformación digital es repensar estas agencias para que sean más eficientes, efectivas, modernas, abiertas y flexibles, al tiempo que ofrecen a los usuarios y socios servicios simplificados y personalizados.

Este proyecto impulsado y gestionado por el Departamento de Ordenación del Territorio y Urbanismo también tiene como objetivo fortalecer el core business de las agencias urbanas para convertir las en polos de excelencia territorial. Esto mediante la consolidación y puesta en común de esfuerzos y recursos, en particular para facilitar los procesos relacionados con la gestión interna y las líneas de negocio, la calidad de los servicios prestados y las cuestiones urbanísticas observadas.

“Nuestro departamento, que acaba de celebrar el centenario de la primera ley de urbanismo en Marruecos, está hoy más preocupado que nunca por la forma en que debe aprovechar la herramienta digital en su capacidad de transformar nuestros sistemas

de planificación, modos de gestión, producción y ordenación territorial”, subraya la autoridad supervisora.

“Se trata, pues, de emprender una nueva era orientada hacia el futuro, aprovechando las potencialidades tecnológicas que se presentan, para renovar nuestro modelo de actuación pública, potenciar el reposicionamiento de las misiones de las agencias urbanas y desarrollar innovaciones servicios adaptados a la ciudadanía ya los diversos actores más cercanos a nuestros territorios”, agrega el departamento ministerial.

El Departamento de Urbanismo se ha comprometido así a desarrollar una reflexión sobre el reposicionamiento de sus misiones en un contexto en particular de modernización de la administración pública y la aplicación de los nuevos principios de la Constitución. Es en esta perspectiva en la que se enmarca el proyecto de transformación digital de las agencias urbanas, que es un prelude imprescindible para su reposicionamiento y para la mejora de sus políticas de gestión, que cristalizan entre los ciudadanos la percepción negativa de la complejidad administrativa.

Para el ministerio, dadas sus prerrogativas y misiones, estas agencias están en el centro de este proceso y constituyen un lugar privilegiado para el monitoreo urbano, la innovación, la consulta y el intercambio de datos entre los distintos actores locales. En este sentido, han diseñado y desarrollado un conjunto de aplicaciones y plataformas informáticas para modernizar los servicios prestados y gestionar mejor sus negocios. Varias de estas iniciativas han ganado premios internacionales y nacionales a la excelencia.



MOVILIDAD EMPRESARIAL: VOTREC CHAUFFEUR.MA ESTÁ AVANZANDO

La plataforma VTC 100% marroquí "Votrec Chauffeur.ma" está dando un gran impulso con una nueva fase en su estrategia de desarrollo: la simplificación de los viajes para los profesionales.

Además del servicio VTC "Vehículo de pasajeros con conductor", destinado a sus clientes particulares, Votrec Chauffeur.ma lanza el servicio B to B, dedicado a empresas. Se trata, por tanto, de una nueva etapa de crecimiento que se abre para la empresa marroquí cofundada, en 2014, por Ismael Belkhatat y Jawad Ziyat. YourCheater.ma ofrece vehículos con conductor, accesibles a través de una plataforma de reserva en línea y un centro de llamadas, disponible las 24 horas, los 7 días de la semana.

La start-up Casablanca se ha distinguido en el mercado nacional de VTC, desde su creación, por un servicio de alta gama que atrae a los clientes marroquíes. Impulsadas por la tecnología digital, las empresas sienten cada vez más una necesidad real de transporte de sus empleados. Una herramienta de reserva rápida, centralizada e instantánea, sin informes de gastos u otras limitaciones, parece volverse esencial.

LANZAMIENTO DEL SERVICIO B TO B

La plataforma ahora está ampliando sus servicios y ofreciendo a las empresas, pymes o grandes empresas un servicio digital y simplificado para la gestión de viajes de negocios. "Para el segmento privado (público en general), debe saber que tenemos un cliente principal, Booking. Somos, de hecho, el representante exclusivo de la plataforma para la reserva de vehículos de pasajeros sin conductor (VTC).

Hoy estamos ampliando nuestros servicios a las empresas", indica, en este sentido, Ismael Belkhatat, cofundador de Votrec Chauffeur.ma.

Habiendo anticipado la ola de servicios digitales y nuevas tecnologías, la plataforma ahora permite a más de 600 empresas administrar sus viajes internos confiando en nuevas herramientas. Esta categoría ya representa el 25% de la facturación del operador. Con esta expansión, la administración apunta a elevar este porcentaje al 70% en dos años. Para ello, la empresa ofrece un servicio de última generación que agiliza la gestión de los viajes de negocios.

Esta plataforma de reservas permite a las empresas monitorear y administrar los viajes de los empleados en tiempo real, facturación a la medida de sus necesidades, visualización y control de gastos, y finalmente la eliminación de informes de gastos.

Your chauffeur.ma se lanzó por primera vez en Casablanca, antes de expandir su actividad al resto del país. Presente hoy en seis ciudades, con una flota de más de 100 vehículos, la plataforma tiene como objetivo duplicar su flota a largo plazo. Además, planea asegurar una presencia en todos los aeropuertos del reino, en asociación con aerolíneas.

Entrega de paquetería: nueva actividad de la plataforma

Con origen en YourCheater.ma, Votrecolis.ma ya está considerado como el especialista en entrega de paquetería en Marruecos. La nueva actividad ofrece un servicio de entrega para comercio electrónico, con servicios que van desde la recolección de paquetes de los comerciantes electrónicos hasta la entrega final. Ya presente en todas las ciudades marroquíes, cuenta entre sus clientes con Decathlon o incluso Marjane. Construida sobre cuatro pilares fundamentales y ecosistemas complementarios, la oferta Votrecolis.ma ofrece su experiencia en la optimización de recorridos, formación de equipos, digitalización de procesos, así como la capacidad de ampliación, incluso en términos de vehículos.



VotreChauffeur.ma

S é c u r i t é & P o n c t u a l i t é !

MAROC TELECOM APROVECHA LAS SOLUCIONES MOLOTOV PARA LA PLATAFORMA OTT



Para extender aún más su alcance y mantener su impulso reciente, el servicio de transmisión francés Molotov Solutions se ha asociado con la firma de monetización de telecomunicaciones Digital Virgo para lanzar MT TV para Maroc Telecom.

El servicio OTT ofrecerá más de 80 canales en vivo y miles de horas de programas de televisión y bajo demanda en Marruecos. Se puede acceder a este servicio desde teléfonos inteligentes y tabletas iOS y Android, navegadores web, Chromecast, Android TV y Apple TV y pronto en Samsung Smart TV.

Las características clave del producto para la plataforma de video basada en la nube incluyen programas en vivo, de actualización y bajo demanda a través de múltiples CDN; tecnología de pago digital Virgo para teléfonos fijos y móviles; control de interfaz de back office.

También ofrece editorialización de contenido, gestión de usuarios y ofertas, y análisis de datos; localización de la aplicación en árabe, con inversión de la interfaz; contenidos internacionales y locales adaptados al mercado marroquí.

La oferta al consumidor consta de tres paquetes, que comprenden canales lineales locales e internacionales, así como ofertas premium de SVOD como Starz Arabia, OSN y PlayVOD. Molotov cree que con el nuevo servicio OTT, Maroc Telecom puede abordar las necesidades presentes y futuras de sus clientes de telefonía móvil, ADSL o fibra con una oferta de televisión completa y escalable.

"Estamos orgullosos de apoyar a un operador global importante como Maroc Telecom en su transformación digital hacia OTT", dijo el director de operaciones de Molotov Solutions, François Le Pichon. "Esta colaboración demuestra la fuerza única de nuestra tecnología y la capacidad de nuestro equipo para trabajar en proyectos a gran escala".

"Nos complace llevar a buen puerto este ambicioso proyecto con Maroc Telecom, uno de nuestros socios históricos en Marruecos y África", añadió el director de ventas y asociaciones de Digital Virgo, Morocco Achraf Ammour. Esta alianza con Molotov Solutions nos permite mejorar nuestra propuesta de valor para los operadores de telecomunicaciones en el campo de los servicios OTT de alto valor agregado".

LOS NUEVOS DESAFÍOS DE LA CONECTIVIDAD EN ÁFRICA SUBSAHARIANA

Los operadores de telecomunicaciones invertirán casi \$ 50 mil millones en sus redes para 2025 en África subsahariana, el 34% de los cuales serán para 5G. Por lo tanto, 2G, 3G y 4G ayudarán a llevar el número de suscriptores móviles a 500 millones este año en la región.

Sin embargo, dados los desafíos de la transformación digital acelerada por Covid-19, este desempeño parece insuficiente para la GSMA. Los detalles se revelan en el último informe de la Asociación Mundial de Operadoras Telefónicas.

La pandemia de Covid-19 ha tenido un impacto profundo en el panorama digital del África subsahariana y en todo el mundo. Las medidas de distanciamiento social implementadas para frenar la propagación del virus han puesto de relieve el valor de la conectividad para el bienestar social y económico.

Sin embargo, con casi 800 millones de personas en la región que aún no están conectadas a Internet móvil, cerrar la brecha digital nunca ha sido más urgente.

Además, el África subsahariana ocupa el último lugar en el mundo en términos de calidad de las redes de telecomunicaciones, según un informe reciente del Instituto Portulans y Sterlite Technologies Limited.

No obstante, en 2020, la tecnología móvil de tercera generación representó el 52% de las

redes móviles en África subsahariana frente al 36% de 2G y solo el 12% de 4G. De manera similar, para el 2025, la Asociación Mundial de Operadores de Telefonía (GSMA) indica que 3G seguirá representando el 58% de las redes móviles frente a solo el 28% de 4G.

En su informe "GSMA Mobile Economy 2021", la Asociación explica que el lugar del 2G en las redes móviles bajará al 11% mientras que el 5G, que ya ha aparecido en el continente, representará menos del 10% de las redes móviles.

500 millones de suscriptores este año

Según la asociación, que representa los intereses de los operadores de telefonía móvil de todo el mundo y que reúne a más de 750 operadores y casi 400 empresas en el ecosistema móvil más amplio, los operadores de telecomunicaciones invertirán casi \$ 50 mil millones en sus redes. Para 2025 y 34% de esta cantidad se destinará a 5G.

Por lo tanto, 2G, 3G y 4G ayudarán a llevar el número de suscriptores móviles a 500 millones en 2021 en el África subsahariana. Sin embargo, dados los desafíos de la transformación digital acelerada por Covid-19, este desempeño parece insuficiente para la GSMA.

La industria de la telefonía móvil en el África subsahariana ha asumido en gran medida el desafío de mantener a las personas y las empresas conectadas durante la pandemia, a pesar de los cambios en los patrones de consumo de datos.



RELACIÓN CON EL CLIENTE: PROFESIONES EVOLUCIONAN EN TORNO A LO DIGITAL Y RELACIONAL

Si bien la tecnología digital ha dado lugar a nuevas profesiones de relaciones con los clientes (RC) y ha cambiado otras, el sentido de las habilidades interpersonales, la escucha y el asesoramiento siguen siendo los elementos clave que caracterizan al sector. El desafío para RC es, por tanto, reunir a los diferentes negocios en torno a una única visión, que es ofrecer una experiencia de cliente impecable.

Como muchos otros sectores, las profesiones de relación con el cliente (RC) están cambiando con el mercado cambiante. Sin embargo, si la forma de la profesión cambia, su razón de ser permanece inalterada: asegurar todas las acciones que consisten en crear y seguir una relación con el cliente. Los responsables de RC están presentes durante todo el recorrido del cliente. El objetivo es establecer una relación de confianza a largo plazo. También son responsables de dar respuesta a las solicitudes de los clientes, pero también de interpretar los datos para comprender mejor su comportamiento y establecer una estrategia de fidelización.

A partir de esta definición básica, las profesiones de RC toman hoy nuevas dimensiones para reinventarse y así seguir la evolución del sector y de los clientes, consumidores, incluso ciberconsumidores. "Es sobre todo un trabajo de escucha y asesoramiento. Significa tener buenas habilidades interpersonales, estar disponible y mostrar empatía", explica Damien Mellier, Director de Operaciones en Marruecos de Majorel.

El gerente de relaciones con el cliente ya no es solo el que responde a los problemas. A partir de ahora crea valor, analiza los hábitos de consumo de sus clientes y desarrolla nuevas herramientas para llegar a ellos, gracias a la digitalización de los canales de intercambio. Conscientes del carácter estratégico de estas profesiones, cada vez son más las empresas

que asocian a los responsables de relaciones con los clientes al comité de dirección.

Los nombres de las profesiones de relaciones con el cliente son múltiples y abarcan diversas realidades. De hecho, dependiendo del tipo de empresa, su tamaño, su organización, las misiones pueden ser muy diferentes.

No hacemos lo mismo si trabajamos en un call center, si nos encargamos del servicio postventa en el sector industrial, si damos recepción en el sector hotelero o turístico, si gestionamos una cartera de clientes en un sucursal bancaria o si eres Community Manager en una startup o un grupo grande. Sin embargo, en todos los casos, gestionamos bien la relación con el cliente, explican los profesionales del sector.

Los call centers son las plataformas por excelencia que cuentan con un gran número de oficios relacionados con el cliente. Puede encontrar vendedores por teléfono o consultores telefónicos, especialistas en TI, gerentes de plataforma y producción y gerentes de calidad.

Si la aceleración de la digitalización bajo el efecto de la crisis sanitaria ha contribuido a la transformación de las profesiones de RC, el sector que ha gestionado bien este contexto sigue posicionado como proveedor de empleo.

La difícil situación económica tampoco ha impedido que los actores del sector se abran a otras profesiones vinculadas principalmente a la inteligencia artificial. Así, para trabajar en Atención al Cliente, ya no basta con saber hablar por teléfono, sino que es necesario dominar las nuevas tecnologías. Pero, en resumen, tener un agudo sentido de las habilidades interpersonales, una personalidad alegre, diplomacia y rigor son los principales activos de un profesional de la relación con el cliente.



LA REVOLUCIÓN DE LA RELACIÓN CON EL CLIENTE IMPULSADA POR LA TECNOLOGÍA DIGITAL

La transformación digital ofrece considerables oportunidades a las empresas en términos de mejorar la experiencia del cliente con el fin de satisfacer mejor las necesidades de sus objetivos. Ante esta revolución, las empresas necesitan con urgencia reinventar sus métodos para seguir siendo eficientes y competitivas y así garantizar su sostenibilidad.

Las relaciones con los clientes están experimentando un nuevo giro hacia lo digital, el fenómeno no es nuevo, pero la crisis de salud ha empujado a los expertos a repensar su forma de ver las cosas: desde la creación de un call center, hasta la multicanal, omnicanal, experiencia de usuario (UX), cliente experiencia (CX) donde esta última se coloca en el corazón de la estrategia de la empresa.

Las redes sociales y las herramientas digitales han cambiado el modelo de procesamiento y cada vez son más los clientes que utilizan herramientas en línea para sus compras recurrentes u ocasionales. De ahí la importancia de comprender las necesidades en términos de calidad en la relación con el cliente. De hecho, Hicham Chiguer, director regional de administración de TI, control y soluciones de TI para la región Francia-África-Benelux en Majorel, subraya que el cliente espera transacciones simplificadas, eficientes y seguras, protección de sus datos personales y sin errores.

“Desde la compra de productos de consumo, a la ropa, a la suscripción a un servicio, la naturaleza cambia, pero la necesidad es la misma. Antes teníamos que orientar las tiendas para facilitar y orientar al cliente, el desafío sigue siendo el mismo, pero a través de una tienda online. Quien dice servicio online, dice tecnología para facilitar la navegación y la

compra. Hablamos de chatbot para informar a los clientes de que encuentren los artículos que buscan; realidad aumentada para ver cómo funciona un producto o para colocar / simular muebles en su propio apartamento; firma electrónica con valor probatorio para evitar la circulación de formularios y contratos en papel; la automatización de los flujos de trabajo de Back-office para reducir los tiempos de procesamiento de las solicitudes y quejas de los clientes (Automatización inteligente).

Según el directivo, la tendencia es hacer del "cliente aumentado": es decir, brindar a los clientes una experiencia digital única a través de herramientas inteligentes para utilizar y ser constantemente asesorados para una mejor experiencia digital. Interacción, personalización, eficiencia, calidad y seguridad son las palabras clave para afrontar el desafío de un servicio al cliente exitoso.

La combinación de todos estos medios permite entender al cliente en su entorno global para llegar con las ofertas más relevantes en el mejor momento y con el mejor canal. El desafío es optimizar la experiencia del cliente que se ofrece para lograr la eficiencia haciendo que estos canales sean más contundentes.

El primer paso es establecer una relación de intercambio con el cliente para involucrarlo y luego analizar sus necesidades para construir una relación más personalizada, con el fin de satisfacerlo y perpetuar la relación. Porque, cada gesto puede marcar la diferencia para atraer y retener a un cliente valioso. En definitiva, desarrollar una experiencia de cliente exitosa significa un deseo permanente de mejorar la vida del cliente de una manera atractiva, personalizada y duradera.



INNOVACIÓN DIGITAL EN EL CENTRO DE UN ENCUENTRO ORGANIZADO POR PORTNET

PortNet organiza, el 29 de septiembre, un evento híbrido en torno a "La innovación digital al servicio de la competitividad y el desarrollo económico en Marruecos".

El evento, organizado en alianza con la Agencia Nacional de Puertos (ANP) y la Agencia de Desarrollo Digital (ADD), como parte de los Encuentros Digitales, contará con la participación de 39 personalidades en el campo de la infraestructura, soluciones digitales y desarrollo digital, en además de altos funcionarios de la administración pública y tributaria. Entre los ponentes, habrá funcionarios y expertos nacionales e internacionales de la administración pública y del sector privado. Se abordarán diferentes temas con la programación de dos paneles.

¿Cuáles son los problemas y desafíos de la transformación digital? ¿Qué acciones deben priorizarse para tener éxito? ¿Qué son los frenos? ¿Son tecnológicos? ¿Logística? ¿Cultural? ¿Cómo instaurar una cultura de innovación abierta, dentro del ecosistema logístico y del comercio exterior? ¿Cuáles son las tendencias actuales y las perspectivas de desarrollo? Todas estas son preguntas a las que responderán los ponentes.

"Hay que decir que las soluciones digitales y la digitalización se imponen como una alternativa eficiente y viable en un mundo hiperconectado.

La crisis de salud y la convulsión en los métodos de trabajo definitivamente han hecho de la tecnología digital una palanca para el desarrollo y la competitividad", señalan las tres entidades en una nota de prensa conjunta.

"Si bien Marruecos ha experimentado fuertes desarrollos marcados por la aceleración del desarrollo tecnológico, la innovación, la inteligencia colectiva y el comercio electrónico, se necesitan desafíos en el mundo posterior a Covid-19.

Una visión estratégica y duradera para todos los actores del ecosistema digital marroquí se está volviendo esencial, para permitir una mejor transición digital."

Los Encuentros Digitales de PortNet son una oportunidad para ampliar el debate y ofrecer una plataforma de discusión y propuestas, con la participación de todos los actores del ámbito económico e institucional", concluye la misma fuente.

PORTNET

الشباك الوطني الوحيد لتبسيط مساطر التجارة الخارجية
Guichet Unique National des Procédures du Commerce Extérieur

Paradavisual.

LAS NOTICIAS QUE BUSCAS A UN CLICK DE DISTANCIA



WWW.PARADAVISUAL.COM

FIBRA ÓPTICA: LA CARTERA DE PEDIDOS DA UN VUELCO EN ZTE

En la ola de una tendencia alcista en la demanda, el proveedor de soluciones de tecnología empresarial, de telecomunicaciones y de consumo, ZTE, está ganando terreno en el mercado de la fibra óptica.

La expansión de las redes de fibra óptica FTTH está ganando terreno gracias a la excepcional crisis vinculada al COVID-19 y la explosión de los usos digitales. En Marruecos, como en el resto del mundo, los proveedores de estas soluciones tecnológicas de telecomunicaciones están registrando un crecimiento de ingresos. Uno de los principales actores en el mercado FTTx global junto con grandes grupos internacionales, la Corporación China ZTE es uno de los principales proveedores de soluciones de fibra hasta el hogar (FTTH).

Montando la ola de una tendencia alcista en la demanda, el proveedor de telecomunicaciones, soluciones de tecnología empresarial y de consumo marca un hito con la entrega de más de 500,000 unidades de red óptica (ONT) a Megacable, el segundo operador de sistemas múltiples de México.

Este paso marca la entrada de las dos empresas en una nueva fase de cooperación para el despliegue de redes de fibra óptica en el hogar (FTTH). Con casi cuatro millones de usuarios en México, Megacable posee casi el 20% de la participación del mercado mexicano de banda ancha fija.

Para mayo de 2021, ZTE había entregado otras 500.000 unidades de red óptica profundamente personalizadas a Megacable, lo que ayudó al operador a acelerar su transformación a fibra óptica. Con la aparición de servicios como over-the-top video (OTT),

juegos online, educación a distancia y videoconferencia, Megacable inició el despliegue de la tecnología FTTH en 2019, fijándose el objetivo de llegar a 2 millones de líneas y cubrir las principales ciudades del país en un plazo de tres años.

Hasta la fecha, el director mexicano ha dado un salto significativo al expandir tanto su base de usuarios FTTH como su tasa de penetración. Además del despliegue conjunto de ONT altamente personalizados, Megacable y ZTE también han desarrollado activamente tecnologías innovadoras, que incluyen garantía de calidad de servicio (QoS) de extremo a extremo y operación y mantenimiento inteligente (O&M), para mejorar la satisfacción del cliente y optimizar la experiencia del usuario.

FORTALECIMIENTO DE LA COOPERACIÓN

La pandemia de COVID-19 continúa transformando el crecimiento de varias industrias. Sin embargo, el impacto inmediato de la epidemia es variado.

Si bien algunas industrias experimentan una demanda en declive, muchas otras continúan ilesas y muestran oportunidades de crecimiento prometedoras. Para el mercado de la fibra en general (FTTx), COVID-19 ha tenido un impacto beneficioso.

A medida que la construcción de redes FTTH continúa ganando impulso en México, ZTE y Megacable ampliarán su cooperación. Las dos partes anuncian colaboración en las áreas de Wi-Fi 6, redes EasyMesh y otras áreas para brindar una mejor experiencia de banda ancha a los usuarios.



LAS 10 STARTUPS MÁS FINANCIADAS DE MARRUECOS RECAUDARON \$ 24 MILLONES EN 13 RONDAS

Si bien las startups marroquíes siguen teniendo éxito en la captación de fondos cada vez más importantes a lo largo de los años, son las que operan en varias regiones del continente las que registran los montos más altos. Los ejemplos más reveladores son los de Heetch (\$ 4 millones) y Mubawab (más de \$ 16 millones).

El ecosistema de startups ha ganado impulso a lo largo de los años. Según Digest Africa, una base de datos en línea para startups africanas, las 10 startups más financiadas de Marruecos hasta la fecha han recaudado un total de \$ 24 millones en 13 rondas.

Alrededor del 68% de esa cantidad se destinó a la startup de proptech Mubawab. Otra recaudación de fondos importante fue la de Heetch, la aplicación de uso compartido de automóviles dirigida a los solicitantes de transporte nocturnos, que en 2019 recaudó \$ 4 millones durante una ronda de recaudación de fondos de Cathay Afric Invest Innovation Fund.

Sin embargo, se pueden hacer negocios más importantes en otros lugares. La African Private Equity and Venture Capital Association, por ejemplo, subraya en un informe el potencial del Área de Libre Comercio Continental Africana (Zlecaf) para ofrecer acuerdos de inversión de alto valor a las startups locales presentes en varias regiones. De hecho, "los acuerdos de capital de riesgo multirregionales siguen representando la

mayor parte de los acuerdos en términos de valor, y es probable que esta tendencia persista a medida que la Zona de Libre Comercio Continental Africana gane terreno, permitiendo la integración regional y, por lo tanto, apoyando a las empresas emergentes multirregionales en África", dijo la asociación en un informe titulado "Capital de riesgo en África".

Según el documento, las startups multirregionales representaron el 47% de los US \$ 1.100 millones en acuerdos cerrados en 2020. Un nivel tres veces mayor que el tamaño medio de los acuerdos de \$ 2 millones, según el informe.

Como ejemplo, la empresa de servicios financieros Jumo, presente en África Oriental, Occidental y Sudáfrica, recaudó \$ 55 millones en financiamiento de deuda y capital en 2020, de Leapfrog Investments y otros inversionistas. Es uno de los acuerdos de inversión más grandes realizados por una startup multirregional durante el período, ya que la escena de startups africana se ha resistido a Covid-19 para absorber fondos de crecimiento de alto valor.

De manera más general, el número de transacciones de capital riesgo en África en 2020 se duplicó con creces para llegar a 319 frente a 140 en 2019. La cifra de 2020 corresponde a más de un tercio (34%) del volumen total de transacciones en África durante los últimos siete años.



DATA CENTERS

VERTIV LANZA SU HUB LOGÍSTICO EN MARRUECOS

El estadounidense Vertiv, proveedor global de infraestructuras digitales críticas y soluciones de continuidad empresarial, inaugura un centro por valor de un millón de dólares en Marruecos con el objetivo de modernizar su cadena logística y mejorar la disponibilidad de sus productos a nivel regional.

“La transición al consumo online, favorecida por la ocurrencia de Covid-19, seguirá siendo una realidad fundamental para la población mundial, incluso después del final de la pandemia”, predice un estudio sobre consumo, realizado por Ericsson. Reflejando las opiniones de 2.300 millones de consumidores, presentes en más de 31 mercados, el informe revela que ya no estarán satisfechos con la gestión online de sus actividades rutinarias, como el trabajo a distancia, el e-learning, la e-salud y las compras. De hecho, planean aumentar sus actividades en línea en más de 2.5 veces, mediante el uso de nuevos servicios, para 2025.

Tantas tendencias convergiendo hacia el nacimiento de ecosistemas, completamente digitalizados, en el futuro. Es en este contexto que el estadounidense Vertiv, proveedor global de infraestructuras digitales críticas y soluciones de continuidad, acaba de anunciar el lanzamiento de un hub por valor de un millón de dólares en Marruecos (aproximadamente 8,9 millones de MAD), precisamente en el parque logístico de Tanger Med. . “Este hub nos permitirá fortalecer nuestra cadena de suministro en toda la región de África del Norte y Occidental, es decir, más de 25 países”, especifica Anas Kabbaj, director regional de Vertiv para África del Norte y Occidental.

Para satisfacer las necesidades específicas de sus socios de distribución, Vertiv centra sus esfuerzos en los mercados locales para garantizar una cadena de suministro sólida que permita la entrega fácil y rápida de equipos y servicios a todos los rincones del mundo. “Estamos fortaleciendo nuestros recursos para seguir el ritmo de las tendencias de los consumidores.

Nuestra presencia, en una zona geográfica como Marruecos, nos permitirá fortalecer nuestra cadena de valor, que va desde la disponibilidad local de nuestros productos hasta la reducción de los tiempos de entrega de productos con rápida rotación.

Esto también nos permitirá respaldar nuestro modelo de entrega a escala global, lo que permitirá a nuestros socios dar un nuevo impulso a su propio negocio”, argumenta Pierre Havenga, CEO de Vertiv Oriente Medio y África.

La demanda se mantiene sólida, con un crecimiento de las ventas netas del 25% y un crecimiento orgánico de las ventas netas del 20% en comparación con el segundo trimestre del año pasado. Es necesario destacar, en este contexto, el crecimiento de dos dígitos del negocio en todas las regiones del mundo. A fines de junio, la compañía registró un libro de pedidos récord de \$ 2.3 mil millones y un crecimiento de pedidos del 24% en comparación con el segundo trimestre del año anterior. La utilidad operativa del segundo trimestre de \$ 102 millones aumentó \$ 32 millones (+ 45%) y la utilidad operativa ajustada fue de \$ 134 millones, un aumento de 31 millones de dólares (+ 30%), en comparación con el segundo trimestre del año anterior.

La compañía registró una sólida liquidez de \$ 1.1 mil millones a fines de junio. Esto le ha llevado a revisar al alza sus previsiones para 2021, tanto en términos de facturación como de beneficio operativo. El lanzamiento del nuevo hub en Marruecos le permitirá reforzar su compromiso de ofrecer soluciones innovadoras a sus clientes y socios. La creación de esta nueva plataforma de almacenamiento es el resultado de los incansables esfuerzos de Vertiv para brindar a sus clientes, existentes y potenciales, servicios de alta calidad y tecnologías de vanguardia, mientras se mejora la conectividad, creando así un escenario de beneficio mutuo para todas las partes interesadas.



DATAPATHOLOGY

MEJORA SU ESTRATEGIA DIGITAL

DataPathology, una startup de MedTech especializada en patología digital, está levantando 2 MDH para transformar el sistema de diagnóstico patológico y mejorar los servicios brindados a médicos y pacientes. Esta ampliación de capital se llevó a cabo con la sociedad de inversión Witamax, fundada por Southbridge A&I y Axxam Family Office.

DataPathology obtiene 2 MDH de la compañía de inversión Witamax, fundada por Southbridge A&I y Axxam Family Office. El objetivo de esta operación para la puesta en marcha es transformar el sistema de diagnóstico patológico y mejorar los servicios prestados a médicos y pacientes.

Cofundada en 2020 por Hicham El Attar, patólogo, y Mohammed El Khannoussi, consultor de SI & Data, DataPathology lucha contra la falta y el retraso del diagnóstico de pacientes con cáncer en áreas que sufren de desiertos médicos, especialmente en África. Su estrategia se basa en el apoyo de hospitales, clínicas multidisciplinares y centros de patología, para hacer frente, por un lado, al aumento de casos de cáncer, y, por otro, al problema de la falta de patólogos.

"Esto al brindarles una solución completa que les ayude a entregar un diagnóstico patológico de calidad, de manera rápida y eficiente", leemos en un comunicado de prensa publicado por la start-up.

Así, los fundadores pretenden, a través de esta recaudación de fondos, desplegar nuevos sitios, acelerar la contratación de equipos y finalmente posicionarse rápidamente como un actor clave en Medtech en Marruecos y África.

EXPERIENCIA

La misión del equipo de DataPathology es entregar el diagnóstico patológico de forma rápida y segura para el beneficio de los pacientes. Esto implica un proceso de preparación de la muestra de tejido humano en el sitio de examen del paciente (biopsia), su escaneo, luego la transferencia del archivo digital del paciente de manera segura y anónima, a través de una plataforma web, al equipo médico para el diagnóstico.

Esto puede emitir la primera opinión sobre un caso o una segunda opinión para los casos más específicos. Habiendo forjado ya alianzas con actores internacionales en salud digital, instalado un primer centro de diagnóstico patológico digital en el reino y comenzado discusiones serias en países africanos con alto potencial para el diagnóstico de cáncer, la puesta en marcha hoy aspira a expandir su red de laboratorios en Marruecos y África, luego consolide la red y la logística necesarias para aumentar el volumen de datos que se integrarán y procesarán dentro de la plataforma.


[In Regards To](#)
[Services](#)
[Solutions](#)
[Scientific Committee](#)
[Partners](#)
[Contact](#)

Specialist in Digital Pathology
Hardware. Software. AI

CUSTOMER EXPERIENCE CONGRESS 2021



Claves estratégicas y tendencias de éxito

6 y 7 de Octubre de 2021



**Priscilla
Sellier**

Marketing &
Communication
Manager



**Xavier
Mon**

Foods and
Refreshment VP at
Unilever Spain



**Maria
Borràs**

Marketing Manager



**Manuel
Coulomb**

Marketing Director



**Raquel
González**

Head of Customer
Experience



Consigue premios **Exclusivos**

smartbox
BUSINESS SOLUTIONS

Con el lema “Conecta, Emociona, Fideliza”, dará inicio este 6 y 7 de Octubre la novena edición del Customer Experience Congress 2021, el importante evento de CX dará inicio el 6 de octubre a las 9:00am hora de España.

LAS TEMÁTICAS DEL EVENTO:

- Conversión y ROI
- Personalización, CRO
- Marketing Automation
- Social Listening
- Fidelización
- Contact Center
- Employee Advocacy

Sin duda una oportunidad clave en esta época donde “el uso de la tecnología centrada en el cliente, la humanización de la experiencia, los modelos colaborativos o la personalización, entre otros procesos están impulsando la experiencia del cliente como una de las estrategias más eficientes en los planes de crecimiento de las compañías.”

Habrà entradas gratuitas para directivos de compañías que buscan soluciones y claves para sus estrategias de crecimiento: CEOs, Dirección General, CMOs, Head of CX, Dirección de Atención al Cliente, Dirección de eCommerce.

Logitech Receptor de Audio Inalámbrico, Adaptador Bluetooth para PC/Mac/Smartphone/Tablet/Receptores AV, Salidas 3.5 mm y RCA para Altavoces, Sencillo Emparejamiento, Enchufe EU, Negro.

Añade de forma práctica un streaming inalámbrico a la mayoría de altavoces o sistemas estéreo domésticos con el receptor de audio Bluetooth de Logitech.

Ofrece una reproducción inalámbrica de audio a cualquier altavoz. Empareja tu smartphone y tablet Bluetooth mediante una simple pulsación del botón de emparejamiento y se reconecta automáticamente, si está en el radio de acción. Es compatible con altavoces de PC, sistemas estéreo domésticos y receptores AV con entradas RCA o de 3,5 mm y dispositivos Bluetooth. Se puede conectar fácilmente la mayoría de altavoces de ordenador, o portátiles, sistema estéreo doméstico o receptor AV, a través de las entradas de 3,5 mm o RCA.

INFORMACIÓN RELEVANTE DE ESTE EQUIPO:

Sonido Pleno y Detallado:

Este receptor de audio portátil Bluetooth ofrece una reproducción inalámbrica de audio a cualquier altavoz.

Emparejamiento Automático:

Empareja tu smartphone y tablet Bluetooth mediante una simple pulsación del botón de emparejamiento y se reconecta automáticamente, si está en el radio de acción.

Compatibilidad:

Es compatible con altavoces de PC, sistemas estéreo domésticos y receptores AV con entradas RCA o de 3,5 mm y dispositivos Bluetooth.

Fácil de Instalar:

Puedes conectar fácil la mayoría de altavoces de ordenador, o portátiles, sistema estéreo doméstico o receptor AV, a través de las entradas de 3,5 mm o RCA.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Interfaz de hardware: Audio de 3,5mm

Sistema operativo: Android

Tipo de fuente de alimentación: DC

Vataje: 10

Voltaj: 1.5 voltios

Volumen del producto: 15 mililitros

DE LOGITECH: RECEPTOR DE AUDIO INALÁMBRICO Y ADAPTADOR BLUETOOTH



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

Troncal Voip))

**Te ofrecemos la
CENTRALITA**

WWW.TRONCALVOIP.COM