

# ParadaVisual®

Portal especializado en Customer Experience y Contact Center

Suscribase por solo 143,40€/año

JULIO 2022

## CIBERSEGURIDAD EN EL METAVERSO.

**Canadá** Consulta por espectro mmWave para 5G.

**Viva Sales** El CRM impulsado por inteligencia artificial de Microsoft.

**24-7 Intouch** gana el premio Best of Mesa 2022.

**Latam Google** invertirá 1200M de dólares en la región.



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



in

## Contenido.

### Pag. **4** **Noticias**

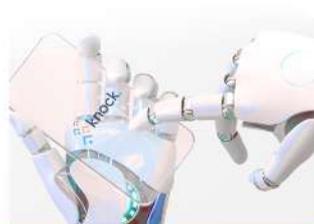


**act!**

Pag. 6 - Act! se asocia con Performance Insights.



Pag. 10 - Alianza entre Acqueon / Genpact.



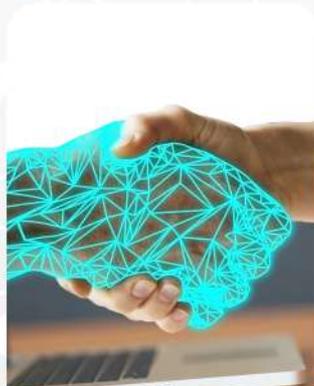
Pag. 20 - Knock® nuevas herramientas impulsadas por IA.



Pag. 25 - Multas a operadores de VoIP ilegal.



Pag. 30 - BrewDog y su CRM amigable con el campo.



Pag. 32 - Viva Sales de Microsoft se acopla a cualquier CRM.



Pag. 34 - vtenext, CRM + BPM Open Source.

### Pag. **36** **Latam**



Pag. 39 - Argentina busca mejorar la atención al cliente.



Pag. 40 - Brasil y el inicio del 5G en 3.5 Ghz.



Pag. 46 - Se ofrecen en México 500 puestos de trabajo para Call Centers.



Pag. 48 - Uruguay se abre al servicio de internet del sector privado.

### Pag. **50** **Marroc**



Pag. 52 - Orange une fuerzas con Huawei.



Pag. 53 - Electroplanet y el comercio electrónico.

### Pag. **54** **REIMAGINE BUSINESS Eventos** MÁLAGA - FYCMA

### Pag. **55** **Review**

# dialgoo<sup>®</sup>

CALL CENTER  
SOFTWARE SOLUTIONS

Convierte tu navegador  
en un **centro de**  
atención telefónica  
**al instante.**

✓  
Sin instalación  
ni costes de  
instalación.

✓  
Paga por lo que  
consumes o una  
tarifa mensual.

✓  
Agentes y  
campañas  
ilimitados

Ya seas un particular que tiene que llamar a muchos contactos de una lista o un centro de atención telefónica con cientos de estaciones de trabajo, para poner en marcha una campaña

**SOLO NECESITAS DIALGOO,  
UN NAVEGADOR Y TRES MINUTOS.**

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



[app@dialgoo.com](mailto:app@dialgoo.com)

## Ciberseguridad en el **metaverso**.



El metaverso ampliará el espectro de necesidades de ciberseguridad, que abarcan desafíos relacionados con malware, seguridad de DNS, encriptación, seguridad de API, seguridad de acceso, entre otros.

El metaverso es un complemento de Internet, que permite una red de simulaciones y mundos 3D renderizados en tiempo real. Básicamente, la idea hace referencia a la posibilidad de inmersión en entornos creados mediante el uso de tecnologías de realidad virtual y aumentada. Se basa en estructuras tecnológicas reales para simular realidades paralelas. En estas realidades, las personas podrán interactuar entre sí y simular casi todos los aspectos de la vida real como trabajar, estudiar, comprar, divertirse y, sobre todo, interactuar con empresas proveedoras de bienes y servicios.

Para Bloomberg, el mercado del metaverso podría alcanzar los 783.300 millones de dólares en 2024, un aumento significativo en comparación con los 478.700 millones de dólares que se movieron sólo en 2020. El análisis se basó en datos de empresas como IDC, Newzoo, PWC, Statista y Two Circles. Este crecimiento representaría una importante tasa de crecimiento anual compuesta del 13.1%.

El tamaño total del mercado del metaverso puede valer alrededor de 2.7 veces de los mercados de software de juegos, servicios e ingresos por publicidad. Estos montos gigantescos y todas las proyecciones demuestran la dimensión de las inversiones e innovaciones tecnológicas que posiblemente acompañarán el desarrollo del metaverso en los próximos años e impactarán la vida de todos.

Volviendo al ámbito de la ciberseguridad, se volverá más desafiante, como el acceso indebido a las cuentas de los usuarios, el robo de propiedad intelectual y la exportación de datos confidenciales, el engaño y la piratería de la información personal de los usuarios afectados. Aún queda mucho por identificar y entender

dentro de este mundo de posibilidades de relaciones que se abre a través del metaverso, es muy importante prestar la atención necesaria a los temas de ciberseguridad.

Akamai, empresa que se ocupa globalmente de la ciberseguridad y la entrega de contenido, indica que los ciberdelincuentes se concentrarán cada vez más en industrias en las que las personas realizan con frecuencia transacciones financieras y tienen dinero en cuentas, tales como banca, juegos, compras en línea, etc.

Las empresas deben invertir cada vez más en ciberseguridad, ya que el metaverso contribuirá a la consolidación del trabajo remoto y otros diversos tipos de interacción profesional y personal. Se espera que aumenten considerablemente los problemas relacionados con VPN y otros que tienen que ver con el acceso remoto y el intercambio de datos potencialmente confidenciales.



## **iAct! Se asocia con Performance Insights para ofrecer soluciones mejoradas de gestión de clientes a profesionales de servicios financieros.**

Act!, una solución líder de gestión de relaciones con los clientes (CRM) y automatización de marketing para pequeñas empresas, anunció hoy la disponibilidad de Act! Soluciones para servicios financieros en asociación con Performance Insights, una consultoría de rendimiento de ventas para la industria bancaria. ¡Acto! ahora ofrecerá análisis específicos de la industria y recopilación automatizada de documentos para optimizar las operaciones de ventas para pequeños RIA, asesores financieros, banqueros comunitarios, prestamistas hipotecarios y agentes de seguros.

Las dos soluciones, Reporting-as-a-Service (RaaS) y Document Collection, brindan a las pequeñas empresas de servicios financieros una mejor experiencia del cliente, mayor eficiencia y visibilidad detallada de toda su canalización. El módulo Informes permite a los usuarios especificar parámetros para la agregación de datos y personalizar vistas filtradas del libro de negocios. Al profundizar en métricas seleccionadas con paneles de análisis e informes, este sólido RaaS proporciona una visión sin precedentes de las relaciones financieras con los clientes y el rendimiento de la empresa.



Noticias de tecnología de marketing: Intrado ofrece inteligencia artificial conversacional Mosaicx en Google Cloud Marketplace

"Las empresas de servicios financieros prosperan gracias al bienestar de sus clientes. De hecho, un estudio de Forrester encontró que el 77 % de los clientes encuestados estaban dispuestos a permanecer más tiempo en una institución financiera si se sintieran valorados, y el 89 % abogarían por esa empresa si se sintieran respetados".

El módulo de recopilación de documentos permite a los profesionales de servicios financieros recopilar, asegurar y administrar toda la documentación relacionada con el cliente. Acelera la ejecución de contratos con firmas electrónicas y optimiza el procesamiento de formularios con recordatorios de clientes automatizados y plantillas de

marca flexibles. La solución aprovecha la seguridad de nivel bancario, con datos de clientes encriptados, registros de auditoría y acceso basado en roles.

"Simplemente digitalizar un libro de negocios ya no es suficiente: se espera que las empresas de servicios financieros brinden un nivel más profundo de personalización y comprensión a sus clientes que nunca", dijo Ron Buck, presidente de Performance Insights. "Asociándonos con Act! Llevar nuestra solución integral de inteligencia de clientes a sus miles de usuarios de CRM que son profesionales de servicios financieros tiene mucho sentido".

"Las empresas de servicios financieros prosperan gracias al bienestar de sus clientes. De hecho, un estudio de Forrester encontró que el 77 % de los clientes encuestados estaban dispuestos a permanecer más tiempo en una institución financiera si se sintieran valorados, y el 89 % abogarían por esa empresa si se sintieran respetados", dijo Steve Oriola, director ejecutivo de Act!. "Nos esforzamos por brindar a nuestros clientes de CRM de servicios financieros más formas de involucrar a los clientes de manera significativa y aprovechar esas relaciones para aumentar el rendimiento de la empresa. Performance Insights cumple con esa visión".

## 24-7 Intouch gana el premio Best of Mesa 2022.

24-7 Intouch, un proveedor global de soluciones tecnológicas para centros de contacto, ganó el premio 2022 Best of Mesa Award en la categoría Stores del Mesa Award Program.



El Programa de Premios de Mesa es un programa anual de premios que honra los logros y realizaciones de las mejores empresas locales en el área de Mesa, Arizona.

24-7Intouch abrió sus puertas por primera vez en Mesa en 2015 y ha completado múltiples proyectos de desarrollo en el lugar que ha revitalizado la comunidad empresarial circundante.

"Nos sentimos honrados y muy orgullosos de recibir este premio de la ciudad de Mesa", dijo Francesca Bower, directora del campus de Mesa/Phoenix para 24-7 Intouch. "Todos nuestros empleados trabajan muy duro para retribuir a la comunidad, ya sea a través del excelente servicio al cliente que brindan todos los días, o a través de su tiempo y dedicación al apoyar a nuestras organizaciones sin fines de lucro".

"Como empresa global, nuestro objetivo es sumergirnos en las comunidades de las



que formamos parte", dijo Jason Rosser, vicepresidente ejecutivo y director de servicios de campus globales de 24-7 Intouch. "Este premio ganado por nuestro campus de Mesa muestra la inversión de nuestro equipo para lograr un impacto positivo en la comunidad a la que llaman hogar.

Este reconocimiento se produce después de que Forbes nombrara a 24-7 Intouch como uno de los Mejores Empleadores de Estados Unidos para la Diversidad y los Mejores Empleadores Grandes de Estados Unidos para 2022.

Los ganadores de cada categoría de los Premios Best of Mesa se seleccionan en función de la información recopilada por el Programa de Premios Mesa y los datos proporcionados por terceros. Las empresas identificadas para el Programa de Premios de Mesa mejoran la imagen positiva de las pequeñas empresas a través del servicio a sus clientes ya la comunidad de Mesa.



## Canadá inicia consulta por espectro mmWave para 5G.

El gobierno de Canadá ha iniciado una consulta en busca de realizar una subasta del espectro mmWave en 2024.

El gobierno canadiense pondrá a disposición grandes cantidades de espectro en alta frecuencia para fomentar el despliegue efectivo de la tecnología 5G.

Como primer paso, el Ministro de Innovación, Ciencia e Industria, François-Philippe Champagne, anunció el lanzamiento de la consulta pública sobre el marco de licencias de mmWave (26, 28 y 38 GHz) con medidas propuestas para promover la competencia, fomentar la innovación y garantizar que los proveedores utilicen su espectro de manera oportuna.

El segundo paso sería una subasta de espectro mmWave para 2024. En el documento puesto a consulta pública propone un plan de banda para las bandas de 26 y 28 GHz que consta de 18 bloques no emparejados de 100 MHz en el rango de 26.5-28.3 GHz con un bloque de 50 MHz en el rango de 28.3-28.35 GHz.

También un plan de bandas que consta de 24 bloques de 100 MHz no emparejados para la banda de 37.6-40.0 GHz (banda de 38 GHz). El proyecto incluye que las licencias serán de uso flexible con una duración de hasta 20 años.

La consulta, que recibirá comentarios por los próximos 120 días, también propone

poner a disposición espectro adicional de ondas milimétricas a través de un futuro proceso de licencia no competitivo para admitir usuarios nuevos y no tradicionales.

De acuerdo con un comunicado del Ministerio, con el gobierno poniendo a disposición este espectro, los canadienses se beneficiarán de servicios inalámbricos de mayor calidad y nuevas aplicaciones innovadoras que utilizan tecnologías 5G.



En palabras textuales del ministro: "Nuestro gobierno reconoce que los servicios de telecomunicaciones de alta calidad son cruciales en la vida cotidiana de los canadienses. Es por eso que continuamos poniendo a disposición más espectro, con las reglas correctas para mejorar la competencia, la innovación y la asequibilidad en la industria. Nos emociona saber cómo se puede aprovechar este espectro para crear aplicaciones 5G innovadoras que beneficien a los canadienses".

## Acqueon/Genpact lanzan una asociación estratégica y una oferta conjunta para interrumpir la banca con recaudaciones "Zero-Ops"

Acqueon anunció una nueva alianza con Genpact, una empresa de BPO y transformación de servicios financieros globales para la industria de servicios bancarios y financieros. Las noticias incluyeron una actualización sobre el lanzamiento de una nueva solución conjunta que trae el codiciado administrador de campañas de Acqueon y las capacidades integradas de inteligencia conversacional impulsadas por IA a la base de clientes global de Genpact.

Al utilizar las soluciones inigualables de participación del cliente de Acqueon, los clientes de Genpact's Bank & Finserv tienen una nueva forma de resolver estos desafíos de cobranzas de misión crítica: tecnología infrautilizada, un panorama regulatorio que cambia rápidamente y cada vez más restrictivo, la constante variable desconocida del comportamiento del consumidor en rápida evolución, y el sesgo histórico de abordar el aumento de la morosidad mediante la adición de personal.

"La asociación con Acqueon nos brinda una solución que podemos llevar directamente al mercado para abordar de inmediato los puntos débiles de nuestros clientes", dijo Jason Osborne, director global de banca comercial y de consumo de Genpact. A medida que nos acercamos a la mitad de 2022, la morosidad de la deuda de los consumidores va en aumento; estamos preguntando a cada cliente si está listo para hacer frente a un aumento de la morosidad sin aumentos significativos en el número de



empleados. Creemos que la asociación entre Genpact y Acqueon minimiza drásticamente la necesidad de costos adicionales de personal y crea una gran ventaja para los equipos de cobranzas.

El CEO de Acqueon, Ashish Koul, se hace eco del sentimiento de Osborne. Él dice: "Nuestra asociación con Genpact acelera nuestra misión de transformar por completo el panorama de las colecciones y la recuperación; hemos cronometrado esta asociación con precisión. Las capacidades de alcance digital y de voz de vanguardia de Acqueon, el modelado impulsado por IA y la inteligencia conversacional están generando una gran mejoras en la eficacia omnicanal y la segmentación de cuentas. Genpact aporta décadas de experiencia en operaciones, análisis y modelado, así como en transformación de negocios. Es una alianza poderosa. Estamos brindando a los bancos una forma instantánea de mejorar los costos por cada dólar recaudado y no puede ser más optimista acerca de hacia dónde se dirige la industria de las colecciones".



**okdiga**<sup>®</sup>  
Contact Center  
Customer Experience

# Soluciones Integrales de contact center.

Contamos con agentes profesionales para brindar la mejor atención a tus clientes, haciendo que se sientan como en casa y aportando la confianza que necesitan.

**+212 - 808547833**

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

## Acumatica es reconocida como líder en la matriz de valor de la tecnología ERP para pymes de investigación SMB ERP Technology Value Matrix 2022.

Acumatica, la compañía de ERP en la nube de más rápido crecimiento en el mundo, ha sido nombrada líder en la matriz de valor de tecnología ERP para pequeñas y medianas empresas (SMB) de Nucleus Research 2022. La solución ERP de Acumatica fue reconocida por su alta usabilidad y funcionalidad.

En el informe SMB inaugural, los analistas clasificaron a los proveedores de ERP en función de la funcionalidad y usabilidad de sus soluciones, según lo descrito por sus clientes. El informe se centró en los proveedores con un historial probado de organizaciones de servicio que generan entre \$ 10 millones y \$ 499 millones en ingresos anuales.

Matriz de valor de la tecnología ERP para pymes de Nucleus Research 2022

Matriz de valor de la tecnología ERP para pymes de Nucleus Research 2022

El informe reconoció a Acumatica por su "propuesta de valor central" en su arquitectura modular, que permite a los desarrolladores y desarrolladores ciudadanos configurar la lógica comercial, integrar aplicaciones de terceros y crear nuevos tipos de informes con la ayuda de tecnología de código bajo y sin código. .

"Con las mejoras continuas de Acumatica en las capacidades de autoservicio e integración, los clientes pueden esperar administrar su ecosistema de API de manera más eficiente y lanzar proyectos de análisis a un ritmo acelerado", indica el informe. "Nucleus cree que los desarrollos recientes solidificaron el posicionamiento del proveedor en alta usabilidad".



"Nuestra posición de liderazgo en la matriz de valor de la tecnología ERP para pymes refleja nuestro compromiso de brindar soluciones ERP intuitivas y altamente funcionales a empresas de todas las industrias", dijo John Case, director ejecutivo de Acumatica. "Nos sentimos honrados de ser reconocidos y continuaremos construyendo sobre nuestros éxitos y liderando el mercado en la entrega de un valor excepcional a través de la tecnología ERP".

La solución ERP 100% habilitada para navegador de Acumatica, accesible desde cualquier lugar y dispositivo, proporciona a las empresas una única fuente de información centralizada para brindar una visión integral de la empresa y sus operaciones. Con su licencia de usuario ilimitada, los clientes de Acumatica pueden compartir y analizar información en todos los departamentos en tiempo real a través de paneles personalizados. Estas capacidades permiten una toma de decisiones más informada a través de la colaboración de toda la empresa.



Acumatica Cloud ERP proporciona la mejor solución de gestión empresarial para transformar su empresa para prosperar en la nueva economía digital. Construido sobre una plataforma preparada para el futuro con arquitectura abierta para integraciones rápidas, escalabilidad y facilidad de uso, Acumatica ofrece un valor incomparable a las organizaciones pequeñas y medianas.

 **Acumatica**  
The Cloud ERP

Para obtener más  
información, visite:  
[www.acumatica.com](http://www.acumatica.com)

## Community First Credit Union impulsa el rápido crecimiento con una estrategia digital centrada en el ser humano, **impulsada por Glia.**

Glia, un proveedor de Servicio al Cliente Digital (DCS), ha ayudado a Community First Credit Union a transformar digitalmente los servicios para miembros para brindar experiencias personalizadas en pantalla. El enfoque digital centrado en el ser humano de Community First ha optimizado la forma en que los canales digitales permiten conexiones con los miembros y brindan orientación en línea.

"Nuestro ingrediente secreto es que encontramos una manera de generar retorno de la inversión mediante la creación de conexiones humanas a través de servicios digitales para miembros. Nuestro equipo de préstamos duplicó con creces la producción el año pasado con Glia. Es porque estamos facilitando una experiencia digital que los miembros encuentran interesante y relevante," dijo Jimmy Lovelace, vicepresidente sénior de Experiencia de Miembros, Comunidad

Las herramientas de colaboración OnScreen de Glia permiten que Community First se comunique de manera proactiva con los miembros y brinde orientación en línea para las solicitudes de préstamos, que pueden ser complejas. Con la capacidad de ver la misma pantalla que un miembro, los representantes de servicio entienden de inmediato cómo brindar mejor soporte, ofreciendo ayuda con una solicitud de préstamo para automóvil, por ejemplo. CoBrowsing se vuelve aún más proactivo, ayudando a los miembros a navegar por el sitio de opciones de préstamo, encontrar recursos en línea e incluso completar una solicitud.

"El servicio de atención al cliente digital tiene que ver con conectar a las personas y permitir experiencias personales y humanas en línea. Community First Credit Union es un ejemplo estelar de una institución que ha hecho de la experiencia de los miembros su principal prioridad, lo que lleva a un crecimiento tremendo y una gran satisfacción de los miembros", dijo Dan. Michaeli, cofundador y director ejecutivo de Glia.

## Freshworks y PCI Pal se asocian para la seguridad de pago omnicanal a prueba de futuro para Bensons for Beds.

Luego de una revisión y actualización de su infraestructura de centro de contacto en el Reino Unido, el fabricante y minorista de camas británico Bensons For Beds se mudó a Freshdesk desde Freshworks y agregó a su implementación PCI Pal(R) existente al integrar PCI Pal Digital para permitir un verdadero pago seguro omnicanal. solución. Esto incluye la capacidad de aceptar los pagos de los clientes a través de múltiples canales de participación digital, incluidos el teléfono, el chat en vivo, el correo electrónico y las redes sociales.

En un importante proyecto de actualización, el minorista seleccionó Freshdesk como su plataforma de centro de contacto e integró PCI Pal Digital. Al hacerlo, proporciona a Bensons For Beds una plataforma de atención al cliente basada en la nube que permite a sus 100 agentes del centro de contacto interactuar con los clientes a través de su método de comunicación preferido.

Laurence Hendy, director de aplicaciones y entrega de servicios de Bensons for Beds, dijo: "Nuestro objetivo es brindar un sólido servicio de atención al

cliente omnicanal, por lo que llevamos a cabo una revisión de nuestro software de atención al cliente para garantizar que el centro de atención esté preparado para el futuro. Es importante para nosotros no solo admitir consultas telefónicas sino también chat en vivo, correo electrónico y redes sociales, para que podamos responder a los clientes a través de su canal preferido. Por lo tanto, tomamos la decisión de actualizar nuestra plataforma de centro de contacto a Freshdesk de Freshworks".

Laurence Hendy agrega: "La clave del éxito de este proyecto fue la forma fluida en que pudimos cambiar de un proveedor de infraestructura a otro sin interrupción de nuestros servicios PCI Pal. Sin reducción en la seguridad o el cumplimiento, y sin demasiados cambios para nuestro equipo..

"El proyecto ha sido un éxito; nuestros agentes continúan manejando varios cientos de pagos por teléfono cada semana, y sin importar si están en casa o en nuestra sede, tenemos la total seguridad de que la transacción es segura y cumple con con PCI DSS".



## Cómo net2phone está apuntando al espacio CCaaS

La adquisición de Integra por parte de net2phone le ha dado una cartera "holística" para las necesidades de comunicación completas de las empresas, según la vicepresidenta de operaciones de marketing y ventas, Denise D'Arienzo.

El anuncio para adquirir Integra se anunció en marzo y permitió a net2phone agregar capacidades omnicanal de centro de contacto como servicio a su plataforma de comunicaciones unificadas bien establecida.

Esto culminó con el lanzamiento de la oferta CCaaS de net2phone, uContact. D'Arienzo explicó a UC Today que los clientes ahora pueden personalizar cada asiento para brindarle al usuario las herramientas necesarias para llevar a cabo su función.

"Ya sea que sea una pequeña empresa o una empresa global, tiene algunos componentes de un centro de contacto que requieren conjuntos de características

y funcionalidades específicas, específicas para esos usuarios", dijo.

"Por ejemplo, incluso dentro de net2phone, tenemos equipos de ventas, marketing, operaciones, finanzas y ejecutivos que requieren componentes de UC para llevar a cabo sus tareas diarias, pero también tienen equipos de soporte técnico y servicio al cliente que funcionan más como un call center dentro de la organización y requieren un conjunto de herramientas diferente".

"Con la plataforma uContact CCaaS equipada con funciones de centro de contacto y herramientas de desarrollo, ahora impulsada por los servicios de voz líderes de net2phone, podemos brindar soluciones holísticas a cualquier tipo de empresa y cualquier departamento, y ofrecer un valor inigualable".

net2phone ya tenía un pie en el espacio de la experiencia del cliente antes de la adquisición, habiendo brindado sus servicios de enlace troncal SIP y VoIP a los

centros de contacto. Pero, la integración de la tecnología de Integra lleva esto a un nuevo nivel.

Integra se fundó en Uruguay en 2010 con el objetivo de brindar a las empresas una plataforma verdaderamente omnicanal. Desde entonces, la empresa ha crecido hasta tener presencia en América del Norte y del Sur, así como en Europa.

"Vimos la necesidad de combinar nuestra oferta confiable SIP Trunk y UCaaS con un conjunto de características más sólidas para centros de contacto y operaciones de estilo de centro de contacto, incluidas las comunicaciones omnicanal, para satisfacer la demanda, y ahí es donde entra en juego la adquisición". dijo D'Arienzo.

#### Rutas al mercado

D'Arienzo dijo que los socios de canal de net2phone ya están vendiendo la nueva oferta de CCaaS en EE. UU., Canadá, Brasil y México. Explicó que existe una gran oportunidad para los socios que ya venden los servicios de voz y UCaaS de la empresa.

Los clientes existentes de net2phone pueden agregar puestos y licencias de uContact a sus cuentas como mejor les parezca, para agregar la funcionalidad CCaaS o aumentar los usuarios existentes.

D'Arienzo también dijo que net2phone podría volver a buscar fusiones y adquisiciones para lograr dos objetivos clave.

"net2Phone está abierto a adquisiciones inteligentes que pueden beneficiar nuestro conjunto de soluciones y llegar al mercado global", dijo.



## **RETAIL Home Depot y Adobe expandirán la experiencia omnicanal de los consumidores.**

Adobe y Home Depot están profundizando su asociación en un intento por agregar más información y mejorar el servicio al cliente, según un comunicado de prensa del martes (7 de junio).

La asociación hará que Adobe agregue "percepciones integrales" para ayudar a refinar las inversiones de marketing. Es una continuación de la forma en que Home Depot agregó herramientas digitales como análisis web y pruebas A/B con su trabajo anterior con Adobe, junto con aplicaciones Creative Cloud para diseñar nuevas herramientas.

Esto se produce cuando el 72% de los clientes han dicho que su confianza en las marcas se ve afectada por una personalización deficiente, particularmente con las crecientes formas en que la sociedad se está digitalizando, según el comunicado.

"The Home Depot realizó inversiones tempranas para brindar experiencias de compra omnicanal, y estos activos digitales y físicos continúan guiando nuestras prioridades estratégicas", dijo Melanie Babcock, vicepresidenta de medios integrados de The Home Depot. "Nuestra asociación ampliada con Adobe nos permitirá mejorar aún más la experiencia del cliente, impulsando la personalización a escala y optimizando aún más la experiencia de The Home Depot en línea y en la tienda".

Mientras tanto, Anjul Bhambhri, vicepresidente senior de Adobe Experience Cloud, dijo que la prioridad era "hacer que la economía digital sea personal".

"Con Adobe Experience Platform (AEP), The Home Depot puede alinear equipos en torno a una vista única del cliente, con capacidades estrictas de control y activación que harán que las experiencias sean aún más conectadas y relevantes", dijo Bhambhri.

Home Depot obtuvo sólidas ganancias en el primer trimestre de este año, que el minorista atribuyó al aumento de los proyectos de mejoras para el hogar impulsados por la pandemia. El minorista reportó \$38.9 mil millones en ventas para el trimestre.

Leer más: El informe de ganancias del primer trimestre de Home Depot muestra que la tendencia de bricolaje sigue siendo fuerte

"El año fiscal 2022 ha tenido un buen comienzo ya que logramos las ventas más altas en el primer trimestre en la historia de la compañía", dijo el director ejecutivo y presidente Ted Decker en un comunicado de prensa el mes pasado. "El sólido desempeño en el trimestre es aún más impresionante, ya que lo comparamos con el crecimiento histórico del año pasado y enfrentamos un comienzo más lento de la primavera este año".

Agregó que los resultados mostraron la capacidad de la empresa para navegar "en un entorno desafiante y dinámico".



mejora tu  
experiencia

A photograph of a call center with several agents wearing headsets and working at computers. A large white 'X' is overlaid on the image, with a blue triangle on the left and a green triangle on the right.

EL ÉXITO  
DE TU  
EMPRESA  
EMPIEZA AQUÍ...

WWW.MEJORATUEXPERIENCIA.COM

in /MEJORA-TU-EXPERIENCIA

mejora tu  
experiencia

## **Knock® CRM anuncia herramientas de llamadas y voz impulsadas por **inteligencia artificial.****



Knock® CRM, la plataforma de administración de rendimiento y CRM líder en la industria para propietarios y administradores de propiedades multifamiliares, anunció hoy su próximo lanzamiento de nuevas herramientas de arrendamiento impulsadas por inteligencia artificial, AI Voice y Call Intelligence. Ambas herramientas se integran a la perfección en la plataforma Knock CRM, lo que permite a los equipos de arrendamiento aprovechar el poder de la IA para mejorar las conversiones y eliminar la dependencia de servicios externos.

El número de llamadas telefónicas a edificios de apartamentos se ha duplicado en el último año y, al mismo tiempo, los operadores multifamiliares luchan por mantenerse al día con la escasez de talento en todo el país. El resultado es que al menos el 40% de las llamadas telefónicas entrantes quedan sin respuesta. La solución AI Voice de Knock aborda este problema al entablar un diálogo natural con cada persona que llama.

Call Intelligence captura datos de cada llamada entre prospectos y equipos de arrendamiento, ayudando a los equipos a evaluar el desempeño para mejorar la efectividad de las ventas y la consistencia de una experiencia del cliente de alta calidad. Las llamadas también se analizan para proporcionar información que se pueda aprovechar para priorizar futuros proyectos de capital, como mejoras en los servicios de la propiedad u otros proyectos de valor agregado.

"El producto AI Voice de Knock es único en el sentido de que brinda una solución de valor agregado a los operadores multifamiliares, independientemente de si las llamadas se responden o no", dijo Demetri Themelis, cofundador y director ejecutivo. "Las llamadas no respondidas serán recibidas por el asistente de voz AI de Knock, recopilando información importante y convirtiéndolas rápidamente en citas reservadas las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Además, los datos de transcripción de estas llamadas se utilizan para impulsar el primer informe de inteligencia de llamadas multifamiliar, lo que permite a los gerentes monitorear el rendimiento y acelere los resultados positivos como nunca antes".

Las soluciones actuales existen, pero se basan en múltiples integraciones de API sin que ninguna de ellas actúe como la única fuente de verdad para los datos. Knock está integrando completamente AI Voice and Call Intelligence en su plataforma de CRM para que todos los datos se capturen y se referencian con la mayor facilidad posible, brindando una experiencia de usuario perfecta tanto para el agente de arrendamiento como para el posible residente.

Al aprovechar el poder de la IA, Knock permite

que los equipos de administración de propiedades maximicen sus recursos y satisfagan la creciente demanda de los posibles inquilinos. Para obtener más información sobre AI Voice and Call



Intelligence, que se lanzará con disponibilidad limitada a principios de julio, visite .

Acerca de Knock.

Knock® ofrece un conjunto integrado de tecnología de atención al cliente que proporciona a los propietarios y operadores multifamiliares las palancas que necesitan para adquirir y retener de manera más rentable a los residentes de alto valor a largo plazo. Knock CRM empodera a los equipos de arrendamiento con herramientas para acelerar los resultados exitosos de arrendamiento y renovación, brinda a los especialistas en marketing los datos para optimizar el gasto y garantiza que los ejecutivos tengan la inteligencia comercial y los conocimientos necesarios para superar a sus competidores. Más información en:

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

## La **start-up** tecnológica **Plannr** lanza formalmente un sistema **CRM**.

La start-up Plannr ha lanzado formalmente una versión debut de su solución de back office Plannr CRM [gestión de relaciones con el cliente].

Ahora está disponible por £ 85 por usuario cada mes con una oferta de descuento de £ 75 por usuario si una empresa paga anualmente por las licencias.

Inicialmente, la empresa ejecutó un plan de "arranque rápido" durante tres meses, del 1 de febrero al 30 de abril.

Esto permitió a las empresas acceder a las funciones del programa tan pronto como se lanzaron.

Según Plannr, 45 empresas se inscribieron en el programa de acceso anticipado y pagaron entre 500 y 5000 libras esterlinas por los tres meses de duración.

Con respecto al anuncio de hoy (31 de mayo), el director de Plannr, Nick Harper, dijo: "A diferencia de muchos de los sistemas administrativos heredados que utilizan la mayoría de las empresas de servicios financieros, Plannr está construido

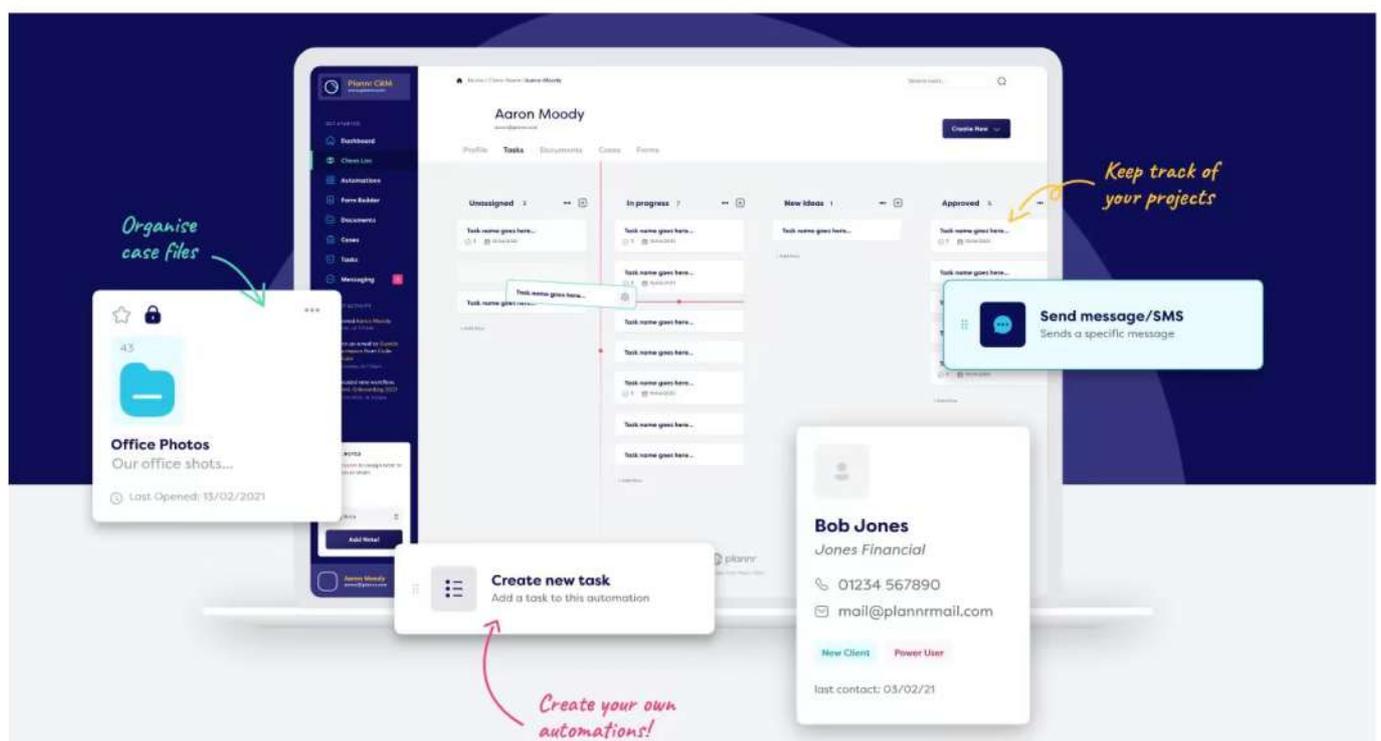
con las últimas tecnologías, tiene una API pública central que se utiliza tanto interna como externamente en el producto.

"Se entrega mediante un servicio de alojamiento escalable de Amazon Web Services (AWS) y, al igual que las propias tiendas de Amazon, puede flexionarse y escalarse automáticamente en función de la demanda del cliente, lo que significa que el sistema no solo es muy rápido para el asesor y el cliente, no disminuirá la velocidad en ciertos momentos del día (o de la noche) como se observa en muchos de los sistemas heredados.

"Con el tipo de arquitectura, Plannr también puede ofrecer un Acuerdo de nivel de servicio (SLA) 24x7x365 a sus clientes, que es algo que faltaba en muchos de los contratos de proveedores heredados más grandes".

Se está construyendo un nuevo sitio web donde los posibles usuarios podrán ver en breve los detalles de todos los elementos de Plannr.

Pueden ver una demostración en línea completa del producto y reservar para asistir a una sesión de demostración.





## Los centros de llamadas de Filipinas quieren ventajas fiscales mientras los trabajadores se quedan en casa.

Las empresas de subcontratación filipinas dijeron que una orden de regreso a la oficina del gobierno amenaza el crecimiento de la industria, un pilar clave de la economía.

La directiva de la Junta de Revisión de Incentivos Fiscales para que los trabajadores de las zonas económicas regresen a sus cargos "representa una amenaza para el crecimiento de la industria y sigue siendo un gran desafío para los actores de la industria", dijo la Asociación de Procesos Comerciales y de TI de Filipinas en un comunicado el miércoles. (15 de Junio).

La asociación más grande de empresas de subcontratación emitió la declaración ya que algunas empresas optaron por renunciar a los beneficios fiscales para implementar una combinación de trabajo en el sitio y remoto para los empleados.

Concentrix Corp., con sede en California, optó por renunciar a los beneficios fiscales para continuar con una configuración de trabajo desde el hogar, dijo el departamento de finanzas la semana pasada, y agregó que esto muestra que los incentivos no son una prioridad para los inversores.

Renunciar a los beneficios fiscales es una "medida provisional difícil" para satisfacer las necesidades de los clientes y la mayor preferencia de los empleados por la flexibilidad laboral, dijo el grupo.

"Un riesgo crítico al que se enfrentan los actores de la industria es el aumento del desgaste de los empleados si la configuración de trabajo desde casa o híbrida no está disponible".

Muchas empresas de subcontratación suelen obtener ventajas fiscales al operar en zonas económicas.

En 2021, la industria, que emplea a 1,4 millones de empleados a tiempo completo, incorporó 120 000 nuevos empleados y registró un aumento del 11 % en los ingresos a \$29 500 millones.

El grupo dijo que está respaldado por una directiva de la Autoridad de la Zona Económica de Filipinas que permite un acuerdo de trabajo desde el hogar del 30% hasta septiembre, antes de que se establezca una política de trabajo permanente.

La Junta de Revisión de Incentivos Fiscales de la nación, encabezada por el secretario de Hacienda, Carlos Domínguez, ha dicho que suspenderá los incentivos fiscales para las empresas en zonas económicas que no puedan cumplir con una orden de regreso al 100% de sus funciones.

La lucha en curso destaca las dificultades para navegar por el futuro del trabajo, dos años después de que la pandemia obligó a repensar cómo las personas hacen su trabajo.

## OneDay anuncia integración con WelcomeHome CRM.

OneDay, una plataforma de habilitación de ventas basada en video que permite a los clientes de la tercera edad aprovechar videos de alta calidad y de marca única para conectarse con residentes potenciales y actuales, exhibir comunidades y acortar el ciclo de ventas, y WelcomeHome, una gestión de relaciones con el cliente patentada (CRM ) sistema de software diseñado para profesionales de ventas y marketing en el espacio de vida para personas mayores, anunció hoy su asociación e integración de plataforma.

La combinación de estas dos soluciones, las mejores de su clase, reúne la creación, el intercambio y el seguimiento de videos en un solo lugar. Los usuarios pueden grabar videos personalizados sin problemas directamente desde la plataforma OneDay y compartirlos con los destinatarios de su lista de contactos en WelcomeHome. Cuando se comparte un video de OneDay con un contacto, se crea automáticamente una actividad en el CRM, que proporciona detalles sobre el video específico enviado. El análisis en profundidad permitirá a los usuarios ver qué tan bien están funcionando sus videos para que puedan optimizar qué videos generan el mayor impacto, proporcionando un ROI claro.

"La integración con WelcomeHome permite a nuestros usuarios aprovechar dos plataformas líderes en la industria para capturar y compartir videos personalizados de alta calidad durante todo el proceso de ventas", dijo Clint Lee, director ejecutivo y cofundador de OneDay. "No podríamos estar más emocionados con esta asociación y la funcionalidad y comodidad que brindará a nuestros clientes".



"WelcomeHome se esfuerza por facilitar la vida de los directores de ventas. Con esta integración de OneDay, los usuarios de la comunidad ahora pueden conectarse rápidamente con posibles residentes a través de videos personalizados", dijo John Lariccia, director ejecutivo y cofundador de WelcomeHome. "Hemos admirado durante mucho tiempo al equipo de OneDay y estamos entusiasmados de llevar esta mejora a nuestros clientes compartidos".

Para obtener más información sobre la integración y cómo los usuarios pueden aprovechar ambas plataformas, visite [www.oneday.com/senior-living](http://www.oneday.com/senior-living) [www.welcomehomesoftware.com](http://www.welcomehomesoftware.com)

Acerca de un día.

Lanzada en 2017, OneDay es una plataforma de habilitación de ventas basada en video diseñada específicamente para la industria de viviendas para personas mayores. Desde su lanzamiento, la empresa se ha asociado con casi 5000 comunidades en los EE. UU., el Reino Unido y Canadá. Al aprovechar los videos de marca única y de alta calidad, disponibles a través de dispositivos móviles o de escritorio, la plataforma permite a los usuarios capturar y compartir videos de marca única y de alta calidad para personalizar la experiencia de ventas, mejorar la experiencia de los residentes y crear una cultura de reconocimiento. Para obtener más información sobre OneDay, visite:

[www.oneday.com/senior-living](http://www.oneday.com/senior-living)

## Regulador de Bangladesh multa a operadores por VoIP ilegal.

La Comisión Reguladora de Telecomunicaciones de Bangladesh (BTRC, por sus siglas en inglés) sancionó a los cuatro principales operadores móviles del país con un total de BDT76,5 millones (\$823 566) por albergar servicios VoIP ilegales en tarjetas SIM, informó The Daily Star.

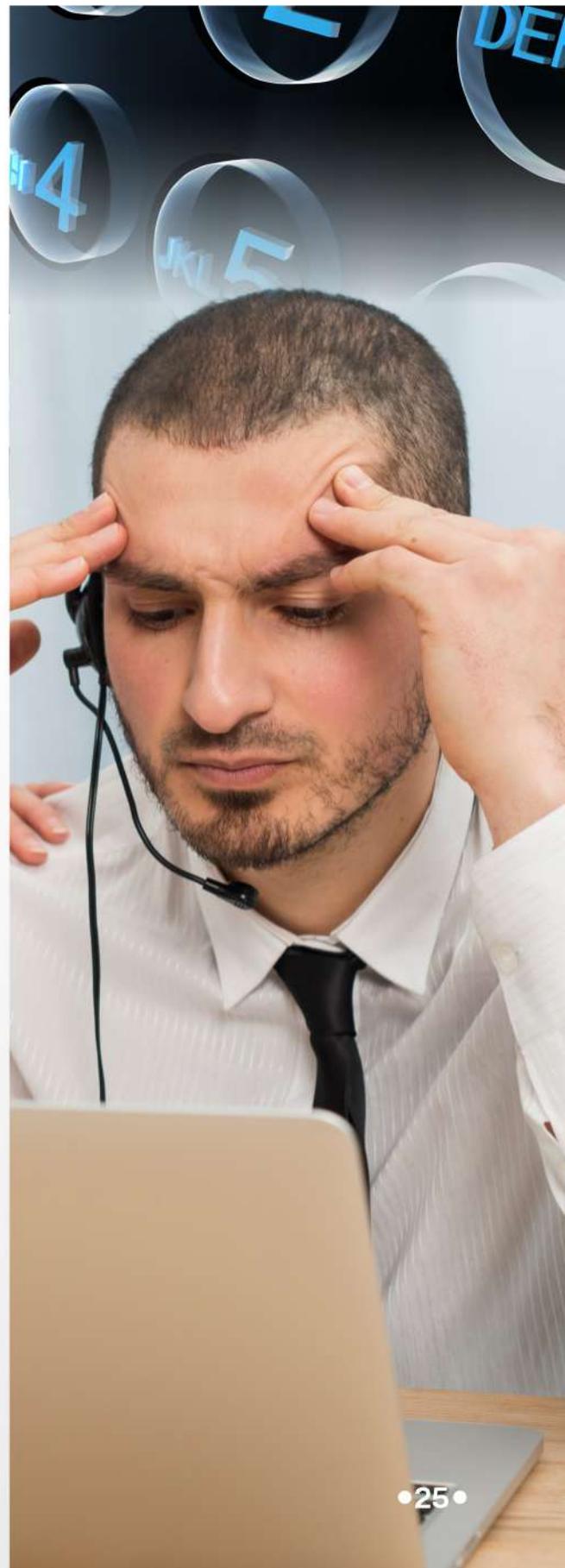
BTRC multó a Teletalk estatal BDT50 millones, Robi Axiata BDT20 millones, Grameenphone BDT5 millones y Banglalink BDT1.5 millones, con pago requerido para fines de junio, escribió el periódico local.

Los servicios de VoIP ilegales permiten a los usuarios realizar llamadas menos costosas al pasar por alto los intercambios de interconexión y las puertas de enlace internacionales legales, eliminando las tarifas de terminación que se comparten con el gobierno.

BTRC tomó medidas enérgicas contra la terminación de llamadas no autorizadas en 2018 y 2019, encontró 52,344 tarjetas SIM con servicio VoIP ilegal de los cuatro operadores y originalmente los multó con BDT266 millones, declaró The Daily Star.

Las multas se redujeron en una audiencia en abril después de que los operadores aseguraran a la agencia que tomarían medidas para garantizar que sus tarjetas SIM no admitieran llamadas ilegales.

Teletalk MD Shahab Uddin le dijo a The Daily Star que volvería a apelar a la BTRC para revisar la sanción.



## La venta omnicanal aumenta los ingresos un 9,5%

RFID permite ubicar artículos rápidamente y permite los recuentos de inventario semanales necesarios para los sistemas omnicanal y BOPIS. SimplyRFID lanza un asequible sistema de inventario RFID llave en mano de \$2500, que hace que la omnicanalidad sea una realidad para todos.

La hoja de ruta para que las empresas prosperen en el creciente mercado del comercio electrónico comienza con el soporte omnicanal. El líder en tecnología de identificación por radiofrecuencia (RFID), SimplyRFID, ofrece una solución llave en mano asequible para que las empresas se pongan en marcha con el inventario diario y semanal, dejando obsoletos sus lentos y manuales procesos de seguimiento.



El soporte omnicanal ayuda a impulsar más ventas y tráfico a su negocio. Las empresas con una sólida estrategia omnicanal ven un aumento del 9,5 % en los ingresos anuales, según Aberdeen Group. El sistema de inventario llave en mano de \$2500 de SimplyRFID hace que el soporte omnicanal sea una realidad para todos.

El seguimiento preciso del inventario es fundamental para el éxito comercial y el crecimiento de los ingresos a medida que más y más consumidores migran hacia experiencias de compra solo en línea. Los productos SimplyRFID como el lector portátil Wave pueden actualizar más de 1000 artículos de inventario en dos minutos. Un feed integrado llamado "En stock" permite a un minorista publicar rápidamente los resultados por ubicación de la tienda, lo que les permite impulsar el SEO y otra información de marketing por geografía para que los clientes sepan que los productos se han reabastecido recientemente.

La precisión del inventario es esencial para tener los productos correctos disponibles cuando el cliente los quiere. La incapacidad de pronosticar y rastrear las tendencias de compra provoca problemas de inventario, lo que deja a los

minoristas incapaces de cumplir con los pedidos. Si bien la gestión de inventario siempre ha sido un desafío para los minoristas, las nuevas opciones de compra han hecho que el proceso sea más complejo.

Los minoristas de hoy deben prepararse para realizar ventas en línea, en tiendas físicas y mediante iniciativas como BOPIS (compre en línea, recoja en la tienda) y SFS (envío desde la tienda). Las empresas que dependen de métodos obsoletos de seguimiento de inventario y procesos de cumplimiento de pedidos no podrán competir.

"Cuando un minorista publica un producto que no tiene en stock, pierde una venta y tiene un impacto negativo en la lealtad del cliente", dijo Carl Brown, CEO de SimplyRFID. "Los clientes en línea de hoy esperan que se completen sus pedidos, y esperan que se completen rápidamente. El inventario no es algo que se haga cada trimestre para un informe. Ahora es parte de las operaciones de la empresa y necesita atención diaria o semanal para proporcionar un la mejor experiencia del cliente"



AQUÍ TE  
CONSEGUIMOS  
**LEADS DE**  
**FORMA**  
**OPTIMIZADA**  
AL MEJOR  
PRECIO

agencia**LEADS**<sup>®</sup>  
Lead management 360

## **OSF Digital adquiere Kolekto, una empresa de CRM y comercio B2B digital con sede en Brasil, para expandir sus ofertas de múltiples nubes.**

**OSF**  
DIGITAL

Con su cuarta adquisición este año, OSF continúa fortaleciendo su experiencia en Salesforce Customer 360 y multinube a nivel mundial.

OSF Digital, un proveedor galardonado de servicios de transformación digital para empresas de todo el mundo, anunció hoy la adquisición de Kolekto, una empresa de CRM y comercio digital B2B con sede en Brasil. Con experiencia en Salesforce Customer 360 e implementaciones de proyectos de múltiples nubes, Kolekto atiende a clientes en las industrias automotriz, energética y manufacturera.

OSF Digital está adquiriendo Kolekto, una empresa de transformación digital galardonada en múltiples nubes, para fortalecer su experiencia en múltiples nubes de Salesforce y continuar aumentando su presencia local en Brasil. Esta es la tercera adquisición de OSF Digital de una empresa de servicios centrada en Salesforce con sede en Brasil. Brasil tiene la segunda mayor

presencia de empleados para OSF Digital. Los términos del acuerdo no se revelan.

La adquisición de Kolekto establece aún más a OSF Digital como un proveedor global de soluciones multinube de Salesforce de gran prestigio. OSF Digital se centra en aumentar sus capacidades para ofrecer transformaciones digitales en Salesforce Sales, Service, Marketing, Commerce y Experience. Como empresa de CRM bien establecida en Brasil con experiencia en Salesforce Customer 360, Kolekto es conocida internacionalmente por su completo marco de servicios de consultoría e implementación. Los clientes de Kolekto en Brasil incluyen marcas reconocidas como BMW Group Brasil, Renault y Supergasbras.

"Estoy orgulloso de continuar desarrollando nuestras capacidades en América Latina y más allá con la incorporación del equipo de Kolekto", dijo Gerard (Gerry) Szatvanyi, director



[ kolekto ]



Teia Labs

ejecutivo de OSF Digital. "La adquisición de Kolekto nos brindará un equipo de profesionales de CRM altamente experimentados y talentosos para impulsar soluciones innovadoras de múltiples nubes de Salesforce para brindar un mejor servicio a nuestros clientes en industrias como la automotriz, la fabricación, la energía, el transporte y los servicios financieros".

OSF Digital, una galardonada empresa de transformación digital con más de 1000 certificaciones de Salesforce, se compromete a impulsar la transformación digital para sus clientes. La profunda experiencia en la industria de la firma le permite identificar los requisitos únicos de un cliente y lanzar soluciones innovadoras para mercados específicos y verticales de la industria.

"Estamos emocionados de ejecutar la estrategia de internacionalización de Kolekto con una empresa con los mismos valores y misión que OSF Digital y esperamos unirnos

al dinámico equipo global de OSF Digital", dijo Carlos Vicente, fundador, codirector ejecutivo y director de Negocios y Marketing, en Kolekto. "Unirnos a una empresa líder en transformación digital maximizará el alcance de nuestros productos y servicios innovadores mientras continuamos sirviendo a nuestros valiosos clientes en América Latina", dijo Hugo Medrado Co-CEO, Director de Tecnología y Servicios. OSF Digital ahora tiene más de 2000 empleados y 49 oficinas en todo el mundo. Con más de 1000 clientes globales, OSF Digital ha prestado servicios a varias empresas con oficinas en la región de América Latina, incluidas Fanalca, La Polar, COMPAÑIAS CIC S.A. y muchas otras.

En los últimos 11 meses, OSF Digital adquirió Adept Group, Relation1, Werise, Paladin Group, FitForCommerce, Datarati y netnomics.

A fines de 2021, OSF Digital invirtió en Teia Labs, una empresa de inteligencia artificial con sede en Brasil.

## Por qué **BrewDog** se está inclinando hacia **CRM amigable para el campo**.

A medida que los comportamientos de los consumidores de hoy cambian y cambian, tener éxito depende de tener una tecnología que respalde tanto sus necesidades fluctuantes como las del equipo de ventas.

Para la cervecera artesanal BrewDog, que vende al por menor y opera más de 115 bares y restaurantes en todo el mundo bajo una nueva declaración de misión de "Beer For All", esto ha significado invertir en su plataforma de gestión de relaciones con el cliente (CRM) para ser más amigable en el campo.

La empresa con mentalidad sostenible, que cuenta con la certificación B-Corp y es una cervecería con emisiones de carbono negativas, incluye las marcas de cerveza BrewDog y de sidra Hawkes, así como una división de destilación dentro de su negocio. Se enorgullece de competir con los gigantes de las

bebidas alcohólicas a través de su marketing único, una estrategia que le está funcionando bien, le dice a CGT Jerry Shedden, jefe de comercio.

La empresa actualizó recientemente su plataforma de CRM para satisfacer de manera más eficaz las necesidades de su negocio en expansión. Shedden, quien se unió a BrewDog el año pasado con el objetivo de aumentar agresivamente su huella de distribución y su participación en



el valor de mercado, dice que la plataforma anterior ya no estaba a la altura de las necesidades de expansión de la empresa.

"El sistema en sí era engorroso y uno de los principales inconvenientes era que tenías que estar en línea para usarlo", señala. Para los equipos de campo, el Wi-Fi irregular y engorroso es una barrera común, y requerir una conexión en línea solo ralentiza las cosas.

La empresa recurrió a Aforza para actualizar la funcionalidad de gestión de cuentas y ejecución minorista de su CRM, atraída por la capacidad de la tecnología para brindar una experiencia adaptada al usuario de campo. La plataforma, que se lanzó el 1 de abril, es más fácil de usar y compatible con dispositivos móviles, dos componentes cruciales para BrewDog, enfatiza Shedden.

Todavía es temprano con la nueva tecnología, pero ya están viendo los beneficios, dice, especialmente cuando se trata de que su equipo de ventas adopte el cambio y lo use a su máxima capacidad. No les dolió que fueran capaces de superar el escepticismo demostrando rápidamente en qué se diferenciaba de la forma anterior de hacer las cosas.

"Los beneficios de un sistema fuera de línea han sido bienvenidos por el equipo de ventas, ya que ya no pasan horas completando manualmente la publicación de datos al día en el comercio", señala. "Junto con la capacidad del sistema, [como], el elemento de planificación de rutas, esto ha mejorado significativamente la eficiencia".

Como resultado, BrewDog registró una mejora de más del 250 % en los resultados del primer al segundo trimestre. La plataforma también se ha convertido en una herramienta de capacitación y desarrollo al identificar dónde los miembros del equipo de ventas requieren asistencia y resaltar las mejores prácticas, y la compañía cervecera continúa trabajando con Aforza para perfeccionar sobre la marcha.



Tener un CRM actualizado es cada vez más importante para satisfacer las necesidades de los consumidores de hoy y permitir que los equipos de ventas respalden a sus socios minoristas; para las empresas de bienes de consumo que quieren mejorar su visibilidad, puede que no haya una característica más importante que la facilidad de uso, según Shedden.

"Muy simple, tenga una plataforma que sus equipos compren y luego usen", aconseja. "De esa manera, obtendrá el mejor rendimiento de su inversión y también tendrá algo que es mucho más profundo que una herramienta de informes".

## Viva Sales de Microsoft: Se acopla a cualquier CRM y es impulsado por inteligencia artificial.



Viva Sales se acopla a cualquier sistema de CRM con datos del cliente aprovechando la inteligencia artificial para proporcionar recomendaciones personalizadas y conocimientos para los vendedores

Está destinado a conectar los programas de Office y videoconferencia con cualquier sistema de CRM.

Estará disponible para una vista previa en este mes de julio, permite a los usuarios de programas de administración de clientes, sincronizar información entre sus productos y la libreta de direcciones y calendarios de Microsoft Outlook o las conferencias y chat de Teams.

Incorpora la nueva función Context IQ que garantiza que el contenido más relevante esté conectado a través de las aplicaciones y servicios de la compañía, como Dynamics 365 y Microsoft 365.

Extrae cualquier dato relevante de los clientes y empresas con los que el vendedor tenga contacto en Outlook, Teams y las aplicaciones de Office y después los integra automáticamente en cualquier CRM que utilice el negocio.

Viva Sales también utiliza herramientas de inteligencia artificial para escanear llamadas e interacciones con los clientes, analizando el sentimiento del cliente para ver qué acciones y material de marketing están funcionando bien y brindar retroalimentación al representante de ventas. Además, no tiene costo para aquellos usuarios que ya utilizan Dynamics de Microsoft.

Permite a los representantes de ventas marcar ciertos contactos como clientes en su lista de contactos de Outlook, lo que hace que las interacciones se sincronicen con su programa de administración de clientes.

Se conecta con calendarios, ve cuándo se acercan reuniones con clientes y le muestra al usuario cuáles son sus otros contactos o conexiones de LinkedIn que están relacionadas con el cliente. Durante una reunión realizada en Teams, un representante de ventas pudo ver todos los datos relacionados con el cliente.

Microsoft ha estado usando el producto con sus equipos de ventas durante un año y ha entrenado a la Inteligencia Artificial, reduciendo algunos problemas iniciales. Eso significa que los clientes externos no tendrán que rehacer gran parte de ese trabajo.

Se espera que las herramientas ayuden eliminar gran parte de la entrada manual de datos y la búsqueda de información que actualmente realizan los representantes de ventas.



## Softland presenta su Tienda Virtual para empresas desarrollada en Microsoft Azure.

Santiago, Chile – Uno de los desafíos que tuvieron que enfrentar las empresas de todos los tamaños, pero sobre todo las más pequeñas, fue seguir vendiendo durante la pandemia cuando muchas de sus tiendas físicas se encontraban cerradas. Ante este escenario, debieron implementar soluciones de e-commerce de manera imprevista y acelerada. Tras dos años con una solución que surge en este contexto, Softland acaba de lanzar su nueva Tienda Virtual desarrollada en Azure, la nube de Microsoft, enfocada en empresas de todo tamaño.

Esta tienda virtual tiene la ventaja de que funciona en coordinación con la solución ERP de Softland, por lo cual todos los procesos administrativos necesarios para mantener la operación del negocio están 100% integrados con la tienda.

Al ser una solución integrada con todo el ecosistema de Softland, la Tienda Virtual entrega automatización, velocidad y control a los usuarios. Permite, entre otras cosas, mantener un control del inventario, la generación de boletas, facturas y la contabilización, todo de manera automática, además que no tiene límites de SKU y ofrece múltiples medios de pagos para sus clientes.

La decisión de Softland de desarrollar la Tienda Virtual en Microsoft Azure se debe a que se puede realizar la implementación de la solución de forma más

rápida mediante la plataforma de desarrollo de Azure DevOps. Esto permite que el despliegue completo de la Tienda Virtual en el ecosistema del cliente tarde menos de tres semanas, proceso durante el cual se personaliza tanto el diseño como la información de cada sección- la plataforma especialmente para cada usuario con apoyo de un equipo de Softland.

"Este tipo de desarrollo nos demuestra la inmensa utilidad que permite Microsoft Azure, al llevar los negocios a un nivel totalmente escalable y de una manera segura. Este proyecto se enmarca en nuestra misión, la que es apoyar a las personas y organizaciones del mundo a que logren más. Es por esto que esperamos seguir desarrollando nuevas iniciativas que mejoren la experiencia de los usuarios de Softland", comentó Rodrigo Ready, Director Comercial, Partners, Corporaciones, Pequeñas y Medianas Empresas.

Uno de los beneficios de que la Tienda Virtual esté desarrollada en Microsoft Azure, es que no tienen problema de autoescalado porque crece en infraestructura

dependiendo de la demanda. Esto implica que la plataforma no colapsa en momentos de mucho tráfico, como durante los CyberDays.

Ferretería Altermantt: Migrando a lo digital con éxito

Ferretería Altermantt de Valdivia, durante sus 30 años de trayectoria vendieron sus productos de forma tradicional a través de su local presencial. Sin embargo, con la llegada de la pandemia y los aforos reducidos, comenzaron prontamente a tener aglomeraciones en la sala de venta y largas filas de venta para entrar al local, por lo que buscar una solución para evitar estos problemas se hizo imperativa.

Al momento de elegir una plataforma de e-commerce, la principal preocupación de Ferretería Altermantt fue buscar una tienda virtual que estuviera en sincronía con su ERP y que les evitara así el trabajo extra. Buscaban una solución que facilitara su trabajo, no que lo entorpeciera.

Esto los llevó a escoger Softland y así implementar un ecosistema interconectado, que conversa con cada aspecto de la operación y que se actualiza automáticamente. En tan solo dos meses, la tienda virtual ya recibía más de 100 visualizaciones diarias y el 20% de las ventas de la empresa se realizaban a través de esta plataforma.



## **vtenext: el Open Source italiano**

### **CRM + BPM para mejorar los procesos de negocio.**

Al casarse con la filosofía Open Source, vtenext, una casa de software italiana con oficinas en Milán, Londres y Verona, fundada hace más de 14 años, crea y ofrece soluciones innovadoras para apoyar a empresas de todos los sectores y tamaños. Hasta la fecha, de hecho, cuenta con más de 2000 clientes comerciales, 93 000 usuarios comunitarios y 93 socios y revendedores.

Precisamente para satisfacer las necesidades de los usuarios, la empresa ha creado un software CRM Open Source. Es un sistema público y compatible, que puede modificarse y desarrollarse fácilmente según sus necesidades. Difiere, de hecho, de una solución CRM propietaria, a la que solo pueden acceder aquellos que poseen los derechos del código.

Una plataforma de Customer Relationship Management le permite administrar mejor las relaciones con los compradores, desde la pre hasta la posventa, aumentar las ventas, centralizar la información y planificar las tareas del equipo de la empresa. De hecho, hacer un seguimiento y cultivar las relaciones con los clientes es una actividad esencial que le permite marcar la diferencia.

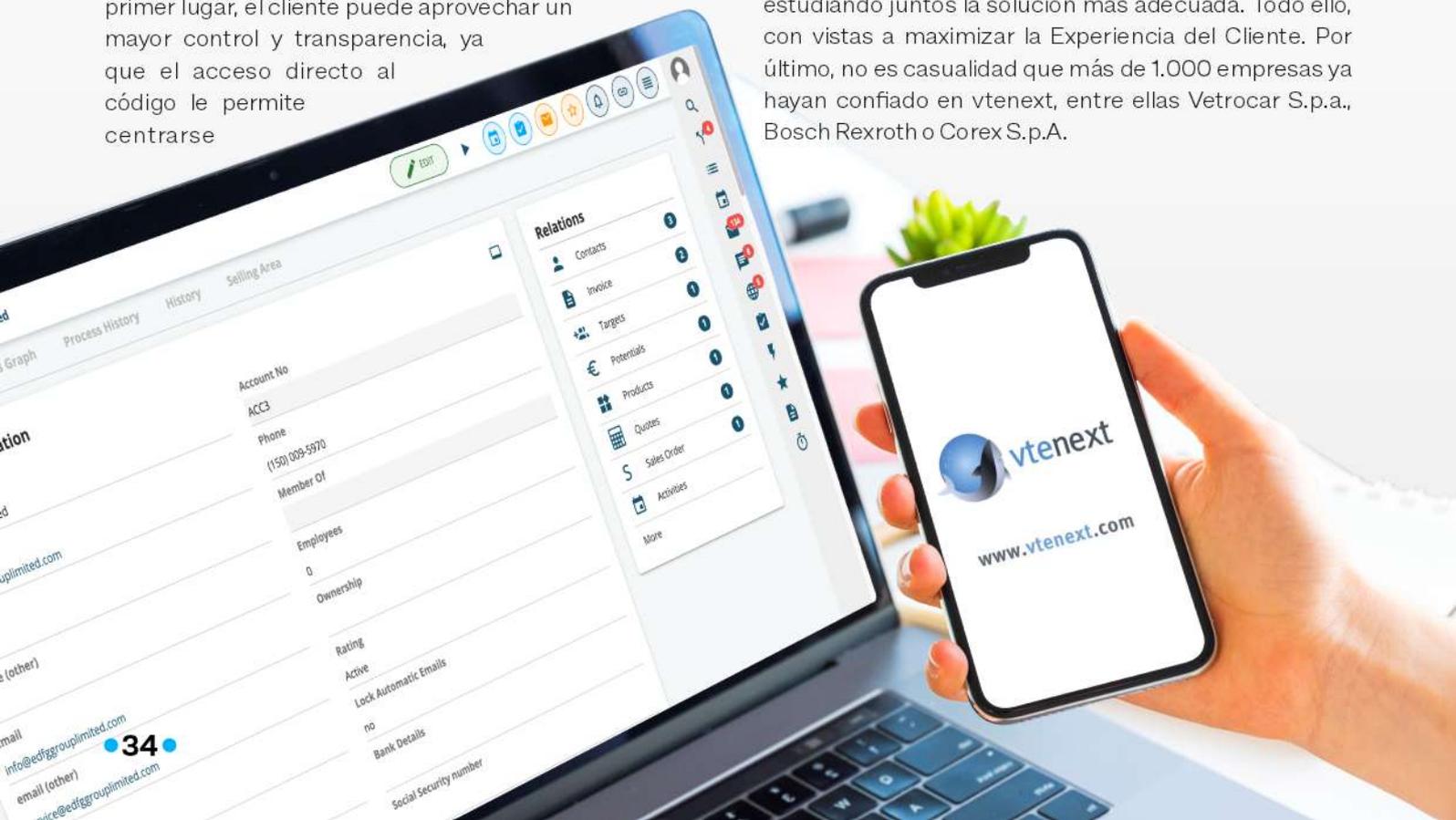
Pero, ¿cuáles son las funciones y características que distinguen al Open Source CRM de vtenext? En primer lugar, el cliente puede aprovechar un mayor control y transparencia, ya que el acceso directo al código le permite centrarse

mejor en lo que está trabajando la comunidad para aportar nuevas funciones al proyecto.

Un CRM Open Source, entonces, puede integrarse fácilmente con otras aplicaciones ya presentes en la empresa y puede implementarse con las numerosas innovaciones que caracterizan el mundo Open Source. Además, el código de la plataforma, sus datos y su rendimiento son controlados y revisados meticulosamente por un equipo de expertos y entusiastas. Pueden descubrir cualquier falla o error del sistema y corregirlos de inmediato.

Con vtenext, los clientes pueden aprovechar una realidad que apunta a consolidar un desempeño empresarial sostenible, ofrecer procesos externos e internos de calidad y tratar cualquier información con un nivel de seguridad que cumpla con los estándares internacionales. De hecho, las certificaciones ISO 9001 e ISO 27001, renovadas con éxito cada año, confirman estas prerrogativas.

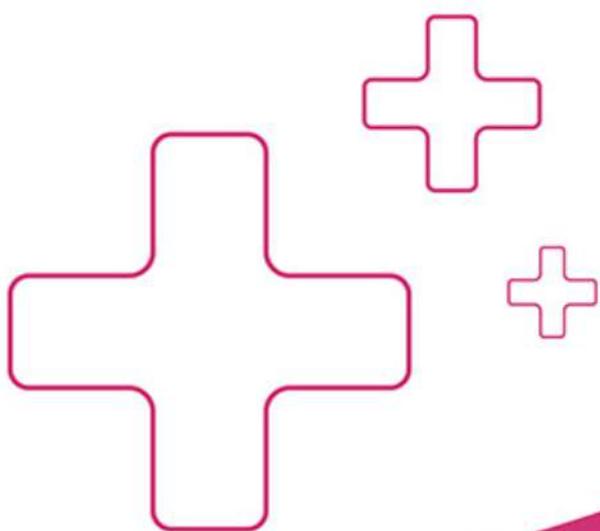
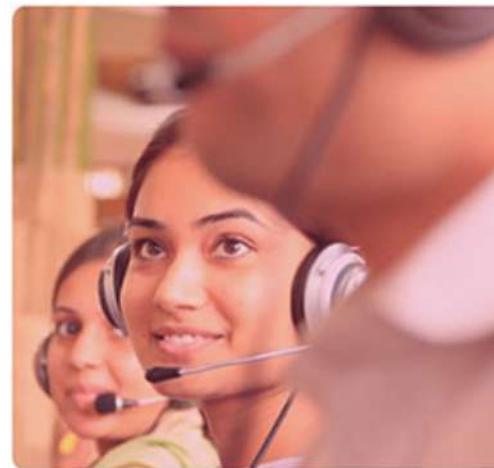
El mismo método de trabajo de vtenext se basa en una filosofía "Abierta". Los procesos de negocio son claros y transparentes, precisamente para lograr un propósito común. Colegas y colaboradores participan activamente en el proceso de toma de decisiones, estudiando juntos la solución más adecuada. Todo ello, con vistas a maximizar la Experiencia del Cliente. Por último, no es casualidad que más de 1.000 empresas ya hayan confiado en vtenext, entre ellas Vetrocar S.p.a., Bosch Rexroth o Corex S.p.A.



**descuelgo**<sup>®</sup>  
Portal de empleo para Call Center

**LOS MEJORES  
EMPLEOS DE  
CALL CENTER  
EN UN SOLO  
LUGAR**

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



## Google invertirá 1.200 millones de dólares en la región.

Google ha anunciado una inversión de 1.200 millones de dólares en América Latina para apoyar el desarrollo económico de la región a través de la transformación digital.

Así lo indicó el CEO de la empresa Sundar Pichai, quien además agregó: "Llevamos en América Latina desde 2005 y siempre la hemos considerado como una de las regiones más importantes para nosotros. (...) Pero también hemos visto cómo la región fue impactada desproporcionadamente por la pandemia con una cuarta parte de las muertes a nivel mundial. Sabemos que hay mucho por hacer, el potencial de la región es inmenso".

El anuncio supone un gran impulso a la transformación digital de la región, a partir de la inversión de recursos estimados en 1.200 millones de dólares.

La inversión se llevará a cabo durante los próximos cinco años, enfocada en el fortalecimiento de infraestructuras, el desarrollo de talento tecnológico, los ecosistemas para el emprendimiento y el fortalecimiento de las comunidades más vulnerables de la región.

Agrega Pichai: "Vemos muchos países capaces, a los que llamamos velocistas digitales, que de manera efectiva al invertir en la economía digital pueden impulsar el crecimiento. Saben que hemos tenido éxito al poner el foco en este asunto en otras partes del mundo, y tiene que estar enfocado desde el sector privado y desde los

Gobiernos en las personas, la infraestructura, la tecnología y las políticas -afirmó-. Eso es lo que da lugar a la transformación digital".

El ejecutivo subrayó además la puesta en marcha del cable de conectividad submarino Firmina, que conectará América del Norte con América del Sur a través del Atlántico y que esperan esté operativo para el año entrante.

"Cuando hacemos estos proyectos de infraestructura de muy alto perfil, realmente nos enfocamos en las regiones donde lo estamos haciendo. Entonces, Firmina, en combinación con las regiones donde tenemos Google Cloud en Santiago de Chile y en Sao Paulo en Brasil, todo eso crea la columna vertebral para que la economía digital prospere", expone el CEO de Google.

Parte del compromiso anunciado hará hincapié en incrementar el equipo de ingeniería en Brasil, con foco en áreas esenciales como la privacidad y la seguridad, así como en la creación y desarrollo de mejores productos para la región y el mundo.

Mientras que otra cantidad importante irá destinada a la formación en habilidades digitales, otorgando un millón de becas, para impulsar el empleo de calidad a través del programa 'Crece con Google', con el que la compañía lleva ya capacitadas a casi 8 millones de personas desde 2017.



## 81% de las personas pasan más tiempo online que antes de la pandemia.



La afirmación se desprende del estudio Technology Vision 2022 de Accenture, para el cual fueron entrevistados más de 11 mil consumidores a nivel mundial, entre ellos latinoamericanos.

De acuerdo con el reporte, 81% de los latinoamericanos dice que está pasando considerablemente más tiempo online que antes de la pandemia, mientras 73% dice que la tecnología es hoy parte fundamental en su interacción con otros.

No obstante, aún hay una importante brecha entre la participación de los latinoamericanos en el mundo digital y la aplicación de nuevas tecnologías clave. De esa forma, por ejemplo, sólo 7% ha probado el metaverso y 21% está invirtiendo en criptomonedas.

En palabras de Gabriela Álvarez, Directora Ejecutiva de Accenture Interactive: "este escenario representa una gran oportunidad y desafío para las marcas. Según nuestro estudio, 67% de los consumidores latinoamericanos espera que las empresas unifiquen sus experiencias digitales. Para esto, avanzar hoy hacia una estrategia integral de adopción de las nuevas

tecnologías es clave. Sólo de esa forma podrán captar la oportunidad que significa el nuevo mercado que está abriendo el metaverso y la Web 3.0".

El estudio de Accenture muestra que hoy el Internet está viviendo una revolución y avanza en cada aspecto de la vida en sociedad, tanto en la vida cotidiana como en el de las empresas. El objetivo final del metaverso es la Web 3.0.

Adicionalmente, la Ejecutiva Gabriela Álvarez agrega que: "en la 1.0 la gran mayoría de los usuarios se limitaba a actuar como consumidores de contenidos. Luego, en la 2.0 nacieron las plataformas y los usuarios comenzaron a tener un rol más activo en la generación de contenidos, a través de las redes sociales, por ejemplo. Hoy, en la era de la Web 3.0 ya vemos cómo el internet es potenciado por la inteligencia que permiten las nuevas tecnologías."

La experta además expone las tendencias que considera serán parte de lo que vendrá, y afirma que "en un futuro próximo, las personas tendrán una participación aún más activa en la generación de contenidos. Podrán compartir fotos, comunicarse con los amigos y comprar cosas en línea a través de una multitud de pequeños servicios que compiten blockchain. En este nuevo internet de los lugares, el metaverso tendrá un rol fundamental. Y las marcas deben estar preparadas. En América Latina las empresas reconocen el desafío y 96% cree que la Web 3.0 cambiará forma en que interactúan con sus consumidores online. El momento de adelantarse al futuro es ahora".

## Argentina: Pasar de un Call Center a un **Contact Center Omnicanal** con la plataforma **Avaya OneCloud CcaaS**.

Edenor, la compañía distribuidora de energía más grande de Argentina, logró mejorar la atención a sus clientes, gracias a la implementación de la plataforma de Avaya OneCloud de Avaya Holdings Corp.

Entregar la mejor atención a sus clientes a través de más de 5 millones de llamadas, 200 mil mensajes de redes sociales, 100 mil SMS, más de 80 mil emails con 200 agentes que atienden las 24 horas del día, los 365 días del año. Era el principal desafío que presentaba Edenor para convertir su call center en un Contact Center omnicanal y así darles una visión completa a los clientes de sus propias interacciones.

Partiendo de la necesidad de una plataforma de comunicaciones que le permitiera responder con la urgencia que se requería para atender a más de 3 millones de clientes distribuidos en el área metropolitana de Buenos Aires, lo cual representa brindar energía a más de 9 millones de personas, con tiempos de respuesta y un engagement con sus clientes que necesitaba llevar a un siguiente nivel.

En palabras de Oscar Kovalow, gerente de Telecomunicaciones de Edenor: "Con un volumen de interacciones tan alto, uno de los desafíos tecnológicos que enfrentamos fue unificar y optimizar todos los canales de atención en una sola plataforma. Al incorporar nuevas funcionalidades de manera ágil,

logramos mejorar la calidad del servicio y la experiencia de nuestros clientes".

Con las soluciones para Contact Center de Avaya OneCloud, Edenor cumple con los requerimientos de omnicanalidad sobre una única plataforma rápidamente escalable y con alta disponibilidad, que contiene todos los canales de voz y canales digitales de forma integrada en los reportes históricos y online de todas las interacciones.

Hernán González, gerente de Modernización y Experiencia de Cliente de Edenor, agrega: 'Para los clientes esta integración representó un salto cualitativo en su experiencia con Edenor ya que nos ayudó a mejorar la segmentación, de modo tal que las llamadas son dirigidas al agente correcto sin necesidad de transferencias ni esperas; asimismo, nos impulsó a reducir el tiempo medio de operación, y fue una pieza clave que contribuyó a aumentar 19 puntos porcentuales las atenciones autogestionadas'.

Desde el punto de vista del servicio de atención al cliente, Edenor planea continuar con más servicios tales como llevar la atención personalizada a autogestión y la automatización para poder realizar trámites o consultas desde cualquier lugar, sin tener que trasladarse a una oficina, que junto con la transformación digital de la red eléctrica serán los pilares fundamentales para Edenor.



## Argentina: Senado debatirá proyecto para mejorar la atención al cliente de tarjetas de crédito.

El proyecto de ley busca ampliar el horario de atención telefónica al cliente de tarjetas de crédito e incluir la obligatoriedad de la asistencia de "una persona humana" en un plazo de cinco minutos.

En los fundamentos de la norma, se sostiene que en el marco del sistema de atención al cliente y denuncias, se pretende "garantizar la atención permanente al cliente en casos de urgencias, además de las operaciones y minimizar los riesgos por operaciones con tarjetas sustraídas o pérdidas", expresó la senadora Lucila Crexell.

De aprobarse la iniciativa, se establece que el emisor debe contar con un sistema de recepción telefónica de urgencias y denuncias que opere las 24 horas del día, en el cual el cliente pueda solicitar en todo momento ser asistido por una persona humana, debiendo identificar y registrar cada una de ellas con hora y número correlativo, el que deberá ser comunicado en el acto al denunciante.

"Se requiere la asistencia de una persona humana dado que un sistema automático no siempre puede resolver de manera inmediata la problemática que se plantea vinculada con la operación a realizar", se explica en el texto del proyecto.

A modo de ejemplo, señala que "podría presentarse la situación que en la denuncia de

extravío o robo algunos emisores que cuentan con este sistema soliciten el número de la tarjeta, lo que claramente no siempre en el momento se puede disponer del mismo, por lo que se propone su previsión expresa en el texto de la ley, de manera que con solo mencionar el DNI se pueda receptor la denuncia telefónica".

Crexell remarca que "diversas asociaciones de defensa del consumidor entienden que resulta insuficiente el actual dispositivo dado el cúmulo de denuncias por robo, hurto, extravío o pérdida de tarjeta de crédito".

"Actualmente, no se prevén mecanismos de tiempo y forma, a efectos de resguardar la seguridad y garantía en protección del usuario. De ahí la necesidad de la presente propuesta", indica.

Añadió que si bien se encuentra contemplada una amplia regulación, deja la atención personalizada a requerimiento del cliente.

"De ahí que resulte necesario reforzar y plasmar expresamente la necesidad de que sea una persona humana la que recepte la solicitud de que se trate y se le dé un trámite en un plazo razonable que será fijado en la reglamentación considerando que el mismo no podrá exceder los 5 minutos".

## Brasil: El inicio del 5G en 3.5 Ghz.

Luego de postergarse por dos meses la fecha para el lanzamiento oficial de 5G en 27 ciudades de Brasil, se ha confirmado que su capital, Brasilia, es la primera en contar con la banda de 3.5 GHz liberada, pues se han instalado los filtros necesarios para limpiarla en el marco del proyecto piloto orientado a ese fin.

Así las cosas, si todo sale bien, es posible que este mes de julio, Brasilia se convierta en la primera en irradiar la señal de la quinta generación móvil.

El Grupo de Seguimiento para la Implementación de Soluciones a Problemas de Interferencias en la Banda de 3.625 a 3.700 MHz (Gaispi), a través de su presidente, Moisés Moreira, señaló que la Entidad Administradora de Franjas (EAF) indicó por dónde empezar y destacó que Brasilia se erigió como la cabecera ideal porque se trata de una ciudad plana que permite detectar con más facilidad las interferencias.

La entidad se reunió para monitorear el avance de los trabajos de EAF (Siga Antenado, el nombre elegido para esta entidad desde hace unos días) para liberar espectro en las capitales. Se informó que se cuenta con una cantidad adecuada de LNB (receptores) para culminar las obras en Brasilia, ciudad que necesita 94 receptores. En stock hay 97 receptores.

Siga Antenado tiene a su cargo la limpieza y la distribución de los kits para la banda Ku y, así, cumplir con esa tarea.

La escasez de los receptores para FSS en el mercado brasileño fue lo que terminó de decidir a la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel) sobre la prórroga del lanzamiento oficial comercial de 5G en el país.

La tarea de limpieza debía finalizarse el 29 de junio y se pospuso hasta el próximo 29 de agosto. De ahí, que la perspectiva sobre el inicio efectivo de 5G en Brasil se haya extendido para finales de septiembre.

Los nuevos receptores FSS se instalarán a partir de la próxima semana, coincidieron los medios especializados Telesíntese y Teletime, y la expectativa es que se intercambien 10 filtros por día.

En palabras de Moreira: "Será un piloto, pueden pasar muchas cosas en las primeras activaciones, por lo que será una experiencia de aprendizaje. Aconsejé a la EAF que, como tienen los filtros en la mano y la capacidad concreta de trabajar en más ciudades, podemos deliberar sobre los planes, incluso en reuniones extraordinarias si es necesario". El caso Brasilia se sigue con gran atención.



## **Chile: Huawei, Movistar y la U. de Chile confluén para desarrollar Laboratorio 5G.**

El Parque Carén de la Universidad de Chile busca convertirse en un polo de investigación e innovación transdisciplinaria, fortaleciendo la colaboración entre la academia con los sectores público y privado, para abordar los temas país con una nueva alianza. Se trata de la confluencia con las empresas Huawei Chile y Movistar Chile, mediante el cual las instituciones avanzarán en la implementación del "Centro de Desarrollo Tecnológico para la Sociedad del Futuro".

El objetivo es promover y masificar las nuevas tecnologías en torno al uso y potencialidades de la red 5G, permitiendo experimentación, investigación e innovación académica -en una destacada institución pública- en colaboración con ambas firmas, desarrollando nuevas soluciones para el bienestar de las personas, el desarrollo económico y la transformación de las industrias, explorando la aplicación de las bondades del 5G en minería, salud y educación, entre otros sectores.

El convenio incluye iluminar el campus Carén con tecnología 5G, servicio de nube con Inteligencia Artificial incluida, además de equipamiento multimedial para educación a distancia. La capacitación e intercambio de conocimiento también es parte de este acuerdo, donde Huawei Chile pondrá a disposición de la Casa de Bello a parte de sus profesionales para fortalecer las destrezas de profesores y alumnos.

Movistar proveerá de conectividad de quinta generación, a través de una red que ya está presente en las 16 regiones de Chile, aportando también su experiencia de diez laboratorios 5G en desarrollo, cinco pilotos generados con partners nacionales e internacionales en esta tecnología.

El "Centro de Desarrollo Tecnológico para la Sociedad del Futuro" se enmarca en la iniciativa "Observatorio Nacional 5G" de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, entidad de Gobierno que entrega el espectro experimental para el funcionamiento de estos polos tecnológicos. El anuncio fue realizado en el Parque Carén por el Rector de la Universidad de Chile, Ennio Vivaldi, junto al Gerente General de Huawei Chile, Guo Yi, y al Presidente de Movistar Chile, Roberto Muñoz.

En palabras del Rector Vivaldi: "Hoy en Parque Carén estamos asistiendo a un hito simbólico por muchos motivos. Por una parte, sumamos una nueva manera de desarrollar investigación transdisciplinaria e innovadora, y por otro afianzamos la colaboración entre el mundo académico, el público y el privado, una sinergia que creemos fundamental para afrontar los desafíos del presente y el futuro. Este hito, que permitirá impulsar tecnología de forma colaborativa desde una universidad pública, empalma por completo con una de las directrices que tiene el proyecto completo de Carén: demostrar que será el paradigma de la colaboración y la solidaridad, y no el de la competencia y el individualismo, el que nos lleve como país a etapas mayores de desarrollo".

## Colombia: Profesionales bilingües ganan hasta **30%** más.

Los profesionales bilingües son cada vez más demandados en Colombia, son escasos y pueden ganar hasta 30% más.

Se estima que los jóvenes menores de 28 años son los más capacitados en un segundo idioma. La búsqueda de las empresas por profesionales que manejen un segundo idioma –principalmente inglés– ha tomado fuerza a medida que llegan más organizaciones extranjeras al país o que las compañías nacionales buscan expandirse en el exterior.

El segundo idioma es decisivo para el salario que se percibirá. Lina Correa, directora de Talent Solutions de ManpowerGroup, asegura que la diferencia en la remuneración para un mismo cargo entre una persona bilingüe y una que no lo es puede ser de entre 20% y 30%.

Alrededor del 15% de los profesionales en el país cuenta con un segundo idioma, proporción baja frente a la cantidad de perfiles relacionados que están buscando las organizaciones.

Las empresas necesitan personal que se pueda comunicar en inglés, y Colombia es uno de los destinos más atractivos en Latinoamérica para abrir hubs o call centers. Medellín y Antioquia tomaron fuerza como centros de innovación, aquí se ha presenciado de primera mano el paradigma entre tener más ofertas para personas bilingües y falta de fuerza de trabajo con esas características.

Liliana Galeano, gerente de Empleo de Comfenalco Antioquia, asegura que cada vez es más frecuente ver demanda por personal de esta clase en el Valle de Aburrá y el Oriente antioqueño, principalmente para cargos estratégicos altos, niveles gerenciales y los sectores tecnológicos y de servicios, entre otros.

Está la empresa que busca un inglés más conversacional (como call centers) y también la que lo busca más técnico. También está la que le da la oportunidad al profesional de ingresar y ayudarlo paulatinamente a mejorar su nivel de inglés, como la que le cierra las puertas si no cumple con este requisito.

En casos como los call center a un profesional no bilingüe se le puede ofrecer entre 1,5 y 1,8 millones, mientras que para el que lo es el promedio de remuneración está entre 1,8 y 2,8 millones.

Lo cierto es que el país está ante un reto de la mayor importancia, pues según el EF English Proficiency Index 2021 (ranking mundial que califica a los países por su nivel de inglés), Colombia ocupa la casilla 81 entre 112, con un "nivel bajo".

Las expertas consultadas coinciden en que a pesar de los retos, los jóvenes (menores de 28) se están interesando cada vez más en manejar el segundo idioma y actualmente son la población mejor preparada en ese sentido.

**30%**



## Colombia: 5G y la Estrategia de Ciberseguridad.

Colombia comenzó las consultas públicas para poner en debate el desarrollo de 5G y su plan nacional de ciberseguridad.

Se busca recabar observaciones, comentarios y sugerencias en torno a esta nueva tecnología de las comunicaciones para conocer, de primera mano, qué percepción tiene el sector, la academia y la ciudadanía en términos de su inminente desarrollo en el país; al tiempo que convoca a la comunidad especializada en ciberseguridad a fortalecer los lineamientos y la política pública del país en ese sentido.

Las consultas brindarán un diagnóstico oficial sobre la cobertura del servicio móvil, sus alcances en las zonas rurales y urbanas, los tipos de consumos y las cuestiones vinculadas al espectro radioeléctrico; al tiempo que se adelantan las expectativas que Colombia tiene en torno a 5G y su futuro despliegue. Inclusive, desarrolla un cuestionario de 17 ítems, en el que los participantes podrán responder y aportar contenido específico a la consulta.

El diagnóstico que el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) publicó, pondera como primer aspecto el cierre de la brecha digital a la que califica que "sigue siendo la máxima prioridad" y recuerda que los avances dados en materia de servicio de telecomunicaciones móviles en el país han presentado avances significativos: al cierre de 2021 se contabilizaron 75.056.111 líneas en

servicio y el 93% de ellas, controladas por cuatro operadores.

El informe destaca que el 47,99% del mercado lo concentra Claro, con más de 35 millones de líneas; seguido por Movistar, con el 25,7% y 18,7 millones de líneas; y Tigo, con el 19,87% y 14,5 millones de líneas. En este repaso, la cartera ubicó en cuarto lugar a los operadores móviles virtuales (MVNOs, por sus siglas en inglés), en cuyas manos se concentra el 5,7% del negocio móvil y 4,2 millones de usuarios; y quien se ubica por delante de WOM, a quien le queda el 2,6% de la torta y 1,9 millones de líneas.

La cuestión del espectro también es puesta a consideración y el balance ofrecido repasa aspectos como los establecidos en la subasta de 700 MHz en 2019 y por la cual, "en menos de cuatro años, cerca del 75 por ciento del total de sitios 2G y 3G serán modernizados a 4G, ya sea a través de actualización tecnológica de sus estaciones o de igualación en las huellas de cobertura, situación sin precedentes en el país que brindará un incremento considerable de conectividad móvil en estas cabeceras y, sobre todo, un aumento en la capacidad de las redes".

El 21% de los accesos se realizan a través de redes 2G y 3G, y que entre 2019 y fin de 2021 unos tres millones de usuarios migraron a 4G pero que aún resta que lo hagan otros 7,5 millones de usuarios.

## Ecuador: Estrategia Nacional de Ciberseguridad.

Con el propósito de proteger la seguridad digital de Ecuador, la Ministra de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, Vianna Maino, presentó la Estrategia Nacional de Ciberseguridad.



Una herramienta que fija lineamientos para fortalecer la ciberseguridad del país, tanto para el sector público como privado.

Para su elaboración, se contó con la asesoría técnica del Proyecto de Resiliencia Cibernética para el Desarrollo de la Unión Europea (Cyber4Dev) y el programa de Ciberseguridad del Comité Interamericano contra el Terrorismo de la Organización de Estados Americanos (CICTE/OEA), lo que garantiza que el programa cumple con estándares internacionales.

La Estrategia contó con el aporte de más de 170 actores del sector privado, académico, público y expertos en ciberseguridad, así como representantes del Comité Nacional de Ciberseguridad, organismo creado en el actual gobierno y que aglutina los ministerios de Defensa Nacional, de Gobierno, de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, el Centro de Inteligencia Estratégica y la Secretaría General de la Administración Pública de la Presidencia.

La estrategia estipula los siguientes ejes fundamentales:

- Gobernanza y coordinación nacional.
- Resiliencia cibernética.
- Lucha contra la ciberdelincuencia.
- Ciberdefensa nacional y ciberinteligencia.
- Habilidades y capacidades de ciberseguridad.
- Cooperación internacional.

Para la ministra, fortalecer la ciberseguridad impacta de forma positiva otros campos como el económico y el productivo. "Este es un tema de vital importancia para el gobierno del presidente Guillermo Lasso, estamos conscientes que resguardar la seguridad ciudadana y de los estados en el ciberespacio es una tendencia mundial sin retorno, del que Ecuador no puede estar apartado", agregó.

"Esta herramienta se suma a otras acciones que el Gobierno del Encuentro impulsa, como la adhesión de Ecuador al Convenio de Budapest, instrumento multilateral para el combate de crímenes y delitos digitales", concluyó.



## México: Call Center para promocionar carreras universitarias.

La instalación de un call center es una de las estrategias adoptadas por la Universidad Tecnológica Paso del Norte (UTPN) para promocionar entre los estudiantes las carreras que serán ofertadas el próximo cuatrimestre de septiembre-diciembre del 2022.

Se trata de los programas de Técnico Superior Universitario (TSU) en Ingeniería Industrial, Mecatrónica, Redes Inteligentes y Ciberseguridad, Logística Internacional y Gestión de Negocios y Proyectos, los cuales han comenzado a ser promocionados vía telefónica entre los habitantes de Ciudad Juárez.

"Para ello se dispusieron de varias líneas y se habilitó un espacio para que estudiantes realicen llamadas telefónicas y den a conocer los programas educativos que para el cuatrimestre septiembre-diciembre se van a abrir", informó la universidad sobre su estrategia para dar a conocer los programas educativos.

La iniciativa fue lanzada por el rector de la UTPN, Ulises Martínez Contreras, y el director de Vinculación, Octavio Ramírez Romero, quienes pusieron en práctica el esquema mediante el cual estudiantes cumplen horas de su servicio social a cambio de proporcionar información sobre el proceso de admisión en la institución educativa.

Las universidades tecnológicas imparten sus programas académicos en formato

cuatrimestral, por lo que el nivel de TSU concluye en dos años y, después, puede cursarse un año 8 meses para obtener el título de ingeniería o licenciatura, aunque también al concluir la primera etapa los estudiantes reciben acreditación como técnicos.

El examen de ingreso se realizará de manera virtual el próximo 5 de julio y los resultados serán publicados junto con las indicaciones para el procedimiento de inscripción el 8 de julio, por lo que los interesados en ingresar a la institución deberán consultar la página para conocer el procedimiento.

La ficha de admisión tendrá un costo de 400 pesos y el de la inscripción será de 2 mil 100 pesos por el cuatrimestre; además, los requisitos para matricularse serán el acta de nacimiento original, certificado de bachillerato o constancia de terminación de estudios, certificado médico profesional (Issste, IMSS y Cruz Roja) y la Clave Única de Registro Poblacional (CURP).

Para que los aspirantes a ingresar puedan tener acceso al examen de admisión será necesario que primero cubran el costo de la ficha, posteriormente la universidad les hará llegar vía correo electrónico un enlace para ingresar a la evaluación y una vez que acrediten sus conocimientos, el Departamento de Servicios Escolares les notificará el procedimiento a seguir para concluir su proceso.

## **México: Empresa estadounidense abre 500 vacantes en Veracruz.**

La empresa de Estados Unidos "Alorica" ofrecerá en Veracruz 300 puestos para trabajo presencial y de forma remota para call centers, telemarketing, ventas y cobros, además de ser mayores de edad, el principal requisito es que sean bilingües.

De acuerdo con presidente de la empresa en Latinoamérica y el Caribe, José Ramírez, desde el año pasado se abrieron empleos en el puerto de Veracruz, los cuales se fijaron como "home office" debido a la crisis sanitaria, sin embargo, debido al crecimiento del servicio, se abrió ya una oficina para incrementar el reclutamiento.

En palabras textuales de Ramírez: "Son múltiples funciones, trabajamos para diversas compañías mayormente de Estados Unidos, proveemos servicios técnicos, ventas, cobros, servicios de telemarketing, pueden ser

variados, las 300 personas que tenemos contratadas en Veracruz trabajan para diferentes clientes en una variedad de servicios, nuestra misión con estas oficinas es contratar a muchas más personas en la ciudad de Veracruz, estimamos que podemos tener 500 más en los próximos 6 meses".

Aunque la oferta es amplia, son los jóvenes universitarios quienes atienden más el llamado porque pueden ajustar sus horarios y tienen la opción de trabajar desde casa.

El representante de la empresa señaló que tras la pandemia, el "home office" se convirtió en la mejor opción para mantener y generar fuentes de empleo, sin embargo, este esquema es favorable para las industrias, por ello, apostó por mantener esquemas híbridos de trabajo, tanto en oficina como en casa.

Precisó que es económico y cómodo, además de que ha tenido buena aceptación por parte de los empleadores.

Para finalizar expuso: "A la gente le gusta, nuestra industria no proveía ese tipo de trabajos antes de la pandemia y la gente se dio cuenta de que es un trabajo cómodo, se ahorra en transporte, comida, vestirse para ir al trabajo, a una oficina por ende es conveniente para ambos. Ese es el futuro, va a tener la industria un futuro híbrido, va a tener a cierta gente trabajando desde casa y ciertas personas trabajando desde los centros de llamada, el trabajo remoto llegó para quedarse".

Además de Veracruz, Alorica cuenta con presencia en varias ciudades del país, para este año estiman dejar una derrama económica en empleos de 60 millones de pesos.



## México: Inteligencia Artificial en el proyecto conjunto Microsoft - UNAM.

El proyecto conjunto entre Microsoft y la UNAM utilizará infraestructura de Inteligencia Artificial e Internet de las Cosas para el monitoreo de las plantas, midiendo características relacionadas con humedad, minerales y densidad de la tierra.

Como parte del plan de inversión de Microsoft en México "Innovar por México", y su compromiso social con los mexicanos a través de la tecnología, la compañía entregó un huerto inteligente, en donde a través de soluciones de digitalización de un área verde, incorporando tecnologías de Internet de las Cosas (IoT por sus siglas en inglés), nube e Inteligencia Artificial se hará el monitoreo y cuidado de un jardín de hortalizas dentro de las áreas de Universum.

En colaboración con organizaciones como Microsoft, Ollin-Quetzá y Business Data (socio de negocio de Microsoft), la comunidad y visitantes de la UNAM tendrán acceso a un proyecto de última generación, con el que podrán interactuar tanto dentro de las instalaciones de la institución como viviendo la experiencia con su propio huerto en casa.

En el huerto se instalaron un conjunto de sensores y cámaras Azure Percept que ayudarán a medir el crecimiento y desarrollo de los cultivos, revisando parámetros como humedad, temperatura,

composición del sustrato, entre otros.

La información se enviará a la nube de Azure, en el componente Azure IoT Hub, donde se almacenará, procesará y analizará, de modo que estos datos nutran un modelo de Inteligencia Artificial que, tras el aprendizaje de un banco de imágenes, pueda diagnosticar la salud de las plantas y emitir recomendaciones que ayuden al mantenimiento de los vegetales.

El huerto inteligente es una muestra clara de cómo la tecnología ayuda a optimizar procesos, garantizando la integridad del cultivo de acuerdo con las necesidades de cada planta, además de democratizar el acceso a innovaciones clave mediante una experiencia amigable e interactiva.

En palabras de Enrique Perezyera, Director General de Microsoft México: "Microsoft es una compañía profundamente comprometida con la conservación ambiental, para nosotros resulta fundamental hacer de la sostenibilidad una prioridad para los mexicanos y la belleza de país que nos rodea. Por eso nos entusiasma mucho esta colaboración con Universum, un espacio dedicado a la divulgación de la ciencia y la innovación, donde niños y jóvenes puedan encontrar en la tecnología un aliado para proteger e interactuar de forma responsable con el medio ambiente".



## Uruguay: Servicio de Internet se abre al sector privado.

La apertura pone fin al discutido monopolio de la Administración Nacional de Telecomunicaciones (Antel) en el servicio. Se trata de cinco cableoperadores de Uruguay que el Poder Ejecutivo habilitó a prestar Internet. Hay 1.1 millones de abonados a Internet en Uruguay, con una penetración del servicio cercana al 80%.

Se otorgó licencia de telecomunicaciones para la transmisión de datos y telefonía a las empresas Korfield, Preamar, Montecable, Nuevo Siglo y TCC luego de que la Corte Suprema aceptara el reclamo de los prestadores, los cuales presentaron una acción de inconstitucionalidad contra el artículo 56 de la Ley de Medios. Ese artículo es el que habla de "incompatibilidad" en que prestadores de TV brinden los otros servicios fijos. Al listado de autorizados podría sumarse pronto Canelones Cable Visión Color, que también cuenta con una sentencia favorable de la Justicia.

Se analiza en el Parlamento y en la Rendición de Cuentas la posibilidad de derogar de forma específica esta prohibición, un punto que ha sido de recurrente debate en instancias previas, pero que al momento no se ha pasado al papel. De hecho, el legislador Sebastián Cal presentó recientemente un proyecto para que proveedores de TV puedan dar Internet, aunque sólo aquellos con pisada regional -excluyó a DirecTV y Claro.

"Esta autorización es para tres empresas de Montevideo y dos del interior, no es para el universo de los cableeros del Uruguay", subrayó Washington Melo, presidente de la Cámara Uruguaya de Televisión por Abonados (CUTA). Tras conocerse la decisión, el ejecutivo sostuvo que otras empresas también pidieron la inconstitucionalidad, pero no corrieron la misma suerte por aspectos de forma en sus presentaciones.

Melo indicó que la entidad toma la novedad con dualidad: "Por un lado tenemos mucha alegría, porque se empezó a hacer justicia permitiendo que

los cableeros uruguayos puedan dar Internet, como sucede en el resto del mundo, y, por otro, tristeza, porque ya hace más de dos años que este gobierno nos prometió que podríamos dar Internet", algo que en la práctica todavía no sucede. CUTA reúne a 81 cableoperadores de Uruguay.

El ejecutivo indicó que la promesa estuvo muchas veces cerca de ser cumplida durante esta administración: en un artículo de la Rendición de Cuentas pasada, que finalmente no apareció en el texto final, en el proyecto de nueva Ley de Medios que estuvo a punto de aprobarse y con la propuesta del diputado Cal. Incluso, en la discusión sobre este último, "hubo consenso de los distintos partidos" en apoyar el pedido de los cableeros.

"En los últimos años, los números de Ursec demuestran una baja considerable en el número de abonados de TV paga", sostuvo Melo. Es que en 2017 Uruguay contaba con 722 mil suscriptores y la cifra cayó a 607 mil en 2021, una baja superior al 13%.





**¡ANUNCIA CON  
NOSOTROS!**



**A UN CLICK *DE DISTANCIA!***

WWW.PARADAVISUAL.COM

**ParadaVisual®**

Portal especializado en Customer Experience y Contact Center

## Pagos con tarjeta: **10.400 millones** de dirhams a finales de marzo, incluidos **2.000 millones online**.

La actividad de pagos electrónicos está en buena forma: fuerte crecimiento en el uso de tarjetas en línea y fuera de línea, montos de pago y retiro cada vez más bajos. Del mismo modo, el gasto de los turistas marroquíes va en aumento y los turistas extranjeros están volviendo a gastar en Marruecos. Nuestra lectura de las cifras proporcionadas al "Mañanero" por el Centro de Banca Electrónica Interbank.

El mercado de pagos electrónicos marroquí está experimentando cambios importantes, impulsados por la diversidad de medios de pago y el fortalecimiento de las infraestructuras dedicadas. Asimismo el pago de Mwallet en terminales de pago electrónico (TPE), se ha implementado en todas las tiendas BIM en Casablanca y en todos los Marjane, Carrefour y Aswak Assalam en el Reino.

En resumen, una mayor facilitación de las transacciones y un paso importante hacia un despliegue más amplio del pago móvil. Es un buen comienzo para la inclusión financiera de amplio espectro, porque la población joven podrá jugar el juego. ¡Gracias al teléfono inteligente!

Pero por ahora, sigue siendo la tarjeta de crédito la que lidera el baile. A finales de marzo de 2022, el número de tarjetas de pago y retirada siguió creciendo en Marruecos. Había 18,18 millones en circulación, un 2,6% más que en el mismo período de 2021.

Según cifras del Centro de Banca Electrónica Interbancaria (CMI), se retiraron 82,79 mil millones de DH en cajeros automáticos en el Reino Unido en el primer trimestre

del año pasado, una cantidad de hasta 9,6% en un año. El retiro promedio asciende a 962 DH durante este período, ya que se realizaron más de 86 millones de retiros en 3 meses.

Cabe resaltar que los pagos en línea suben un 15,1%. Los pagos con tarjeta mejoraron un 16,2% a finales de marzo, alcanzando los 10.400 millones de dirhams, señal de un buen consumo de los hogares durante este trimestre. El pago promedio continúa cayendo a 357 DH. Cada vez hay menos dudas en pagar con tarjeta, incluso por pequeñas sumas.

Los pagos online con tarjeta siguen un camino similar, ya que 2.000 millones de dirhams cambiaron de manos en la Web, un 15,10% más que en el primer trimestre de 2021. El número de transacciones en Internet saltó un 34,9% hasta alcanzar los 5,9 millones. La cesta media se sitúa así en 346 DH.

Todavía en la web, las tarjetas extranjeras están experimentando un gran crecimiento respecto al año anterior: 272,37 millones de MAD gestionados (+63,3%) para 387.838 transacciones. Las caídas registradas en los primeros trimestres de 2020 y 2021 han quedado en el olvido y el aumento es incluso del 42,4% respecto a los tres primeros meses de 2019.

En conclusión, la cesta digital media es muy superior a la de las tarjetas marroquíes: 702 DH. En el primer trimestre de 2019, se situó en 1.354 DH. Esto demuestra la confianza de los extranjeros en los sitios web marroquíes.



## Arranca la 9ª edición de **Logismed**, la **digitalización** en el centro de los debates.



Tras 2 años de ausencia, Casablanca recogió, recientemente, el Salón Internacional del Transporte y la Logística para África y el Mediterráneo (Logismed), bajo el lema "La digitalización, una simple evolución o una revolución necesaria en un mundo VUCA".

Esta 9ª edición celebrada bajo la supervisión del Ministerio de Transporte y Logística se centra en un tema central que representa un gran desafío para el desarrollo del sector. Se trata de la digitalización como medio para elevar el posicionamiento nacional e internacional de Marruecos.

Al inaugurar este encuentro tan esperado por los profesionales, Mohammed Abdeljalil ha destacado que "la digitalización aporta soluciones innovadoras para acortar los plazos de entrega, mejorar la calidad y reducir costes y adaptarse continuamente.

El Sr. Abdeljalil dijo, en este contexto, que a pesar de las estrategias desplegadas para desarrollar la infraestructura de transporte y modernizar los procedimientos de comercio internacional, "aún no se han logrado los objetivos". Para ello, el Ministro indicó que es necesario establecer "una nueva configuración del sistema logístico nacional integrado por cadenas que organicen los flujos, en torno a zonas logísticas adaptadas y unidas por servicios de transporte optimizados y masificados".

Asimismo, "a pesar de los esfuerzos que se han realizado en el desarrollo de la infraestructura de transporte, en la implementación de reformas

institucionales y en la modernización de los procedimientos de comercio internacional y luego de 10 años de implementación de la estrategia logística, aún no se logran los objetivos. El desafío hoy es continuar y acelerar la implementación de la estrategia logística adaptándola a un mundo VUCA. No se trata solo de corregir las disfunciones observadas, sino de establecer una verdadera transformación de los actores que deben todos digitalizarse", señaló el Ministro.

El éxito de la transición de Marruecos hacia una logística moderna y digitalizada, requiere del surgimiento de actores logísticos, privados, competitivos, que operen dentro de un marco regulatorio flexible y alentador para las inversiones, dijo el funcionario del gobierno.

Para el presidente del Salón, Mohamed Berrada, esta edición es muy especial porque el contexto de crisis sanitaria y por tanto económica persiste y sigue preocupando. Sin embargo y con la ambición de reactivar el sector, el Sr. Berrada indica que el principal objetivo es permitir que la comunidad de profesionales se reúna, se reúna físicamente. "Por eso, y tras un paréntesis de tres años a causa del Covid-19, hemos situado esta 9ª sesión de Logismed bajo el signo de un gran reencuentro". Por lo tanto, "reunimos a cerca de 84 empresas e instituciones, representando todos los oficios del sector logístico, lo cual es extraordinario para nosotros. En cuanto a visitantes, esperamos recibir alrededor de 4.000 visitantes profesionales durante los 3 días de feria".

## Transformación digital. "Consideramos que es necesaria la contribución de todo el **ecosistema digital**".

Se ha avanzado mucho en la transformación digital y el país no pretende detenerse en tan buen camino, para poner su piedra en el edificio, Orange Marruecos ha unido fuerzas con Huawei a través de un acuerdo de asociación destinado a apoyar esta dinámica nacional. Brahim Sbai, director de Central B to B de Orange Marruecos, hace balance.

Según Brahim Sbai, "la pandemia nos ha enseñado que lo digital es fundamental para la resiliencia de las organizaciones públicas y privadas, para que sean

las empresas marroquíes, en campos técnicos muy especializados como la Nube, el Big data y la Inteligencia Artificial. El segundo acuerdo se refiere al desarrollo de soluciones TIC innovadoras al servicio de las empresas nacionales. Se trata principalmente de apoyar a pymes, administraciones públicas y grandes empresas en sus iniciativas de innovación, identificando sus necesidades particulares y desarrollando soluciones de negocio adecuadas.



capaces de afrontar situaciones difíciles y absorber los golpes, para que sean ágiles"... Pero más allá de esto como aspecto de la resiliencia, lo digital es una herramienta extraordinaria para el desarrollo, a nivel nacional, donde la economía digital es una palanca esencial para el crecimiento, pero también a nivel de cada organización, pequeña o grande. Lo digital le aporta poderes y capacidades que le permiten actuar, tener éxito...

Orange Marruecos y Huawei Marruecos han firmado un doble acuerdo destinado a apoyar la dinámica de transformación digital en el Reino. Al unir fuerzas, los dos operadores se comprometen a apoyar a las empresas marroquíes en sus transiciones digitales. La primera asociación se refiere al área de formación.

En concreto, los dos socios se comprometen a potenciar las competencias de los talentos a favor de

Asimismo el progreso nunca es obra de un solo jugador, por eso es trascendental la contribución de todo el ecosistema digital. Las iniciativas dirigidas a federar y desarrollar este ecosistema, deben continuar e impulsar aún más el desarrollo de habilidades y el crecimiento de las startups.

El marco legal en el entorno digital ha avanzado mucho desde este punto de vista en Marruecos con varias leyes entre las que destacan, en particular, la ley 09-08 de protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y la ley 05-20 relativa a la ciberseguridad, destinadas a reforzar la seguridad y resiliencia de los sistemas de información (SI) de cualquier administración u organización con SI sensible. Este marco legal permite abordar con tranquilidad y fomentar los trámites de digitalización sin riesgo para los ciudadanos, empresas o administraciones.

## Comercio electrónico: más que un motor de crecimiento para **Electroplanet**.



El comercio electrónico ha permitido a Electroplanet confirmar su posición en el sector de equipamiento de electrodomésticos. Además del continuo desarrollo de su web, con el objetivo de garantizar a los visitantes una buena experiencia de navegación y compra, la especialista en electrodomésticos lanzará próximamente su aplicación móvil.

Fue en 2018, y mucho antes de la crisis sanitaria, que Electroplanet dio el giro digital al crear su sitio web [www.electroplanet.ma](http://www.electroplanet.ma). Desde entonces, el operador nacional ha emprendido un giro estratégico en continuo crecimiento en cuanto a ventas online de electrodomésticos y productos de alta tecnología.

Asimismo, afirmó Hakim Mataich, director general de Electroplanet, "el comercio electrónico nos ha permitido sobre todo confirmar nuestro posicionamiento como especialista en equipamiento de electrodomésticos en Marruecos, que se ha acentuado durante el confinamiento o la única forma de equiparte es comprar online y te lo envían a domicilio".

Hoy, el especialista en electrodomésticos ofrece la más amplia gama de productos de alta tecnología en Marruecos disponible en línea, con más de 3.000 referencias de vanguardia y más de 60 marcas diferentes.

Por lo tanto, Electroplanet anuncia que posee nada menos que el 30% de cuota de mercado en el segmento (cifra detenida a finales de octubre de

2021), con más de 2 millones de piezas vendidas. La facturación del grupo asciende a 1.800 millones de dirhams, con un aumento anual del 13% sobre una base consolidada. Lo que más contribuye a esta dinámica es el anclaje de la marca en una lógica orientada al comercio electrónico. Hakim Mataich asegura que "en 2021 el peso de la facturación del comercio electrónico es del 1% de la facturación global de la marca. Es probable que este peso aumente con la expansión de nuestro catálogo y también con el muy pronto lanzamiento de nuestra aplicación móvil".

Hoy en día, la empresa ha logrado en gran medida comprender el cambio digital. Centrando su presencia en el Reino en un modelo omnicanal basado en sus tiendas físicas y su sitio comercial, Electroplanet aprovecha lo mejor de estos dos canales de venta para brindar una experiencia inmersiva, eficiente e inteligente.

Finalmente, este sistema de retail omnicanal, está totalmente humanizado ya que resalta el espíritu de la tienda en la web. Sin embargo, Electroplanet continúa capitalizando la experiencia de sus comerciales "colocándolos en el centro de la experiencia digital del cliente, con el objetivo de construir una relación de confianza aún más personalizada con los consumidores a través de este nuevo canal", señaló el gerente general de Electroplaneta.



## Evento: **DES 2022** cerró su primera edición en Málaga.



**14-16 JUNE 2022**  
**MÁLAGA - FYCMA**  
**#DES2022**

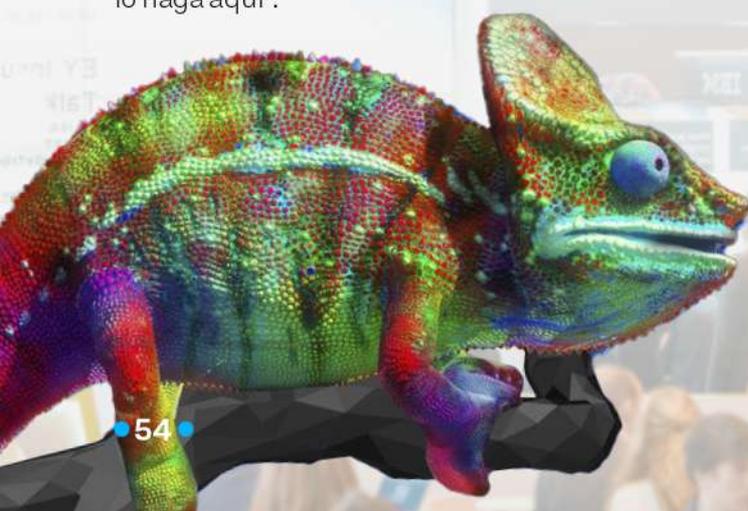
Más de 336 firmas expositoras, 600 expertos internacionales y 250 medios acreditados en la capital malagueña. DES – Digital Enterprise Show 2022 se despidió de Málaga hasta el próximo año y clausura su sexta edición con un total de 14.843 asistentes. La capital andaluza se ha convertido estos días en el punto de encuentro mundial para profesionales de todo el mundo que buscan las soluciones más innovadoras con el propósito de digitalizar sus respectivas empresas o administraciones, crear nuevos modelos de negocio y mejorar la experiencia del usuario.

En palabras de Sandra Infante, directora de DES-Digital Enterprise Show 2022: "La ciudad nos ha acogido con los brazos abiertos y DES2022 ha sido todo un éxito. Esta es una muestra de colaboración público-privada para promocionar espacios donde se reúnen grandes corporaciones internacionales con el talento emprendedor y empresas consolidadas nacionales y locales, así como organizaciones o centros de formación. Todo ello para reafirmar Málaga como polo de atracción de inversiones tecnológicas y de investigación". Infante añade: "esta es solo la primera edición en Andalucía de muchas que están por venir. Seguiremos trabajando junto al Ayuntamiento, la Diputación Provincial de Málaga, y la Junta para que Digital Enterprise Show crezca los próximos años y lo haga aquí".

Lo que atrajo la atención mediática fue la presencia de uno de los Keynote Speakers 2022 con los que ha contado DES: el expresidente de los Estados Unidos, Barack Obama. Su sesión consiguió reunir a 1.000 directivos de grandes empresas internacionales que durante una hora escucharon los consejos de primera mano de Obama sobre los retos geopolíticos, económicos y sociales actuales. El expresidente puso de relevo la necesidad de digitalizar los ecosistemas empresariales para dar valor al talento humano, además de apostar por confiar en la tecnología para que reduzca "los trabajos tediosos".

También se dio la bienvenida a expertos de distintos sectores como Gunter Pauli, creador del término de 'Economía Azul' que ha mostrado como la IA, el Blockchain o el IoT puede ayudar a desarrollar soluciones que, por ejemplo, limpien los mares y océanos de plásticos a nivel de nanopartículas. También, Javier Pardo de Santayana Gómez de Olea, teniente coronel de Estado Mayor responsable de las relaciones bilaterales con países OTAN y Unión Europea; José María Vera Villacián, CEO de UNICEF Spain; Lisa Mae Brunson, gurú de la innovación y fundadora de la Wonder Woman Tech; Raghu Ravinutala, emprendedor que ha llevado su startup a ser un unicornio en Silicon Valley; o Choy Yon Kong, vicepresidente del Singapore Economic Development Board, han participado en el congreso.

Por primera vez, DES2022 ha acogido un foro para impulsar el ecosistema emprendedor: The Scale-Up! World Summit. Durante tres días, este espacio, que ha contado con un pabellón exclusivo, ha brindado a más de 2.000 startups internacionales la oportunidad de dar a conocer sus modelos de negocio a miles de empresas y corporaciones reunidas estos días en DES.



## **REVIEW:** Audífonos de la marca **Poly**, modelo **Voyager Focus**: una excelente opción.



Le presentamos este formidable equipo de audífonos de la prestigiosa marca Poly, con excelente calidad de sonido, tanto en su emisión como recepción, comodidad, robustez y durabilidad. Veamos cuales son sus principales características:

### **Rendimiento de audio:**

Ajusta el nivel de cancelación de ruido según tus preferencias personales con tres opciones de cancelación activa de ruido avanzada (ANC) híbrida digital: Alto, Bajo y Desactivado.

### **Tecnología de Poly Acoustic Fence:**

Cancelación múltiple de ruido del micrófono avanzada, para que las personas que llaman escuchen tu voz y no los ruidos externos.

### **Tecnología inteligente:**

La alerta dinámica de silencio te indica si hablas mientras estás silenciado.

### **Comodidad:**

Diadema liviana con correas y orejeras afelpadas para ofrecer comodidad durante todo el día.

### **Conexiones con múltiples dispositivos:**

Conéctate a una computadora con el adaptador USB-A BT700 incluido y a un dispositivo móvil a través de Bluetooth v5.1.

### **Otros detalles técnicos:**

Tecnología de conectividad: **Inalámbrico.**

Series: **Voyager Focus 2 UC-M USB-A.**

Factor de forma: **Supraaurales.**

Control de ruido: **Annulation du bruit active.**

Conector para auriculares: **USB.**

Peso del producto: **373 Gramos.**

Tipo de conectividad: **Bluetooth.**

Estilo: **USB-A.**

Es evidente la gran calidad tecnológica de estos audífonos Poly, su amplia gama de ventajas lo hacen ideal para que los operadores de su Contact Center le den a sus clientes la mejor experiencia. No lo dude, adquirir estos audífonos es una de las mejores decisiones en pro de mantener en alto la calidad de su atención al cliente.



**ESCANEA EL QR  
Y HAZTE CON  
ELLOS.**

WWW.PARADAVISUAL.COM

# ParadaVisual®

Portal especializado en Customer Experience y Contact Center



**¡LAS NOTICIAS  
QUE BUSCAS**  
**A UN CLICK DE DISTANCIA!**

