

# ContactForum

revista

www.imt.com.mx

## Teletrabajo en México: del experimento al "nuevo normal"

**Estudio COVID – 19,**  
perspectivas ante  
la nueva normalidad  
de las operaciones de  
BPO - Centros de Contacto  
en México

Las **vulnerabilidades de plataformas**  
virtuales para videoconferencias.

AÑO 23 / NÚMERO 92 / JULIO - AGOSTO 2020

imt.





**PENTAFON**  
RESULTADOS A TU MEDIDA



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

- Certificados: PCI, ISO 27001, ISO 9001 y Modelo Global CIC 2.0
- 14 años de experiencia
- Más de 2,600 estaciones en 7 centros en México y Latinoamérica
- Atención a clientes, cobranza y ventas
- Plataforma Genesys, Speech y Text Analytics, Business Intelligence y Artificial Intelligence

**Contact Center & BPO**



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

☎ 55 5015 3200 Ext. 3209

✉ [contacto@pentafon.com](mailto:contacto@pentafon.com)

🐦 @PentafonOficial

📌 Pentafon Contact Center & BPO



# Editorial

En este mes de julio, se inicia el retorno a las actividades en las oficinas y comercios de una manera restringida pero pensando en una nueva normalidad que, sin duda, plantea nuevos retos y desafíos que nunca antes habíamos vivido.

En el IMT este escenario nos desafía y comprometete a responder de forma responsable y evolucionar en esta nueva era con nuevas metodologías y formas de trabajo. Muestras de ello, son las acciones que hemos llevado a cabo como la organización del “*Digital CX Forum*”, cuya segunda edición se realizó el 14 de julio, un evento virtual de conferencias con contenido de valor para los miembros de nuestra comunidad, cuyos tópicos permiten enfrentar los desafíos que se presentan a la industria hoy en día.

También llevamos a cabo dos estudios para conocer las primeras acciones de los Centros de Contacto ante el COVID-19 y, posteriormente, la perspectiva ante la nueva normalidad de las operaciones. En esta edición de la revista *ContactForum*, presentamos los hallazgos de este segundo estudio que nos muestra claramente cómo los Centros de Contacto se volcaron hacia el teletrabajo y gracias a los resultados satisfactorios de esta operación, se demostró que este modelo de trabajo permanecerá como un esquema para la atención a clientes en el futuro

En este número de la revista presentamos, además, varios artículos con las soluciones tecnológicas que están ayudando a las empresas a migrar a esta nueva forma de trabajo, así como una serie de colaboraciones sobre las tendencias en los temas de talento y *Customer Experience* que nos ayudarán a reconvertir las experiencias de los clientes y a evolucionar los Centros de Contacto.

Esperamos sinceramente que juntos desarrollemos organizaciones fuera de serie que se sumen a solucionar los retos económicos, sociales y ambientales que nos plantea esta nueva realidad.



**Eugenia García Aguirre**  
Directora General



**Lourdes Adame Goddard**  
Directora Editorial

EDICIÓN JULIO - AGOSTO 2020

**DIRECCIÓN GENERAL**

Ma. Eugenia García Aguirre

**DIRECCIÓN EDITORIAL**

Lourdes Adame Goddard

**EDITORA**

Martha Isabel Schwebel

**CORRECCIÓN DE ESTILO**

Ma. Isabel Arenas

**DISEÑO GRÁFICO Y PRODUCCIÓN**

Susana Hidalgo

**PUBLICIDAD Y VENTAS**

Susana Delgado

Dulce Morales

**COLABORADORES**

Andrea Cavallari

Mayra Chiu

David Jassan

Juan Pablo Jiménez

Jorge Osorio

Aimee Reyes

**SUSCRIPCIONES Y SERVICIO A CLIENTES**

**(55) 5340 2290**



Editada por el: Instituto Mexicano de Teleservicios

José María Velasco, No 13 - 401, Piso 4  
Col. San José Insurgentes,  
Delegación Benito Juárez, C.P. 03900, Ciudad de México.

ContactForum revista, publicación periódica Julio-Agosto 2020. Editor responsable: María Eugenia de la Paz García Aguirre. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2019-081410205900, fecha de expedición 14 agosto 2019. Domicilio de la Publicación: José María Velasco. No 13 - 401, Piso 4, Col. San José Insurgentes, Delegación Benito Juárez, C.P. 03900, México, D.F. Imprenta: Prerensa Digital, S.A. de C.V. Andador Caravaggio No. 30, Col. Mixcoac, Del. Benito Juárez. C.P. 03910. México, D.F. Distribuidor: SEPOMEX. Piedad 50. Col. Piedad Narvarte. Del. Benito Juárez. C.P. 03100. México, D.F.

revistacforum@imt.com.mx

# CONTENIDO



6

## CUSTOMER EXPERIENCE

- 6 Las lecciones de la pandemia.
- 8 Estudio COVID-19, perspectivas ante la nueva normalidad de las operaciones de BPO - Centros de Contacto en México.
- 14 Construyendo una nueva Cultura Empresarial.
- 16 Qué esperar cuando el mundo sane.

## TALENTO

- 18 ¿Qué debería hacer un líder en situaciones inusuales según la ciencia?
- 20 Agradezco estar vivo...
- 22 Teletrabajo en México: del experimento al "nuevo normal"



24

## TECNOLOGÍA

- 24 Oportunidades para los negocios TIC en la reactivación de la economía.
- 26 El Contact Center para una nueva era.
- 28 Transformando los Contact Centers de centro de costos a motores de crecimiento.
- 30 ¿Cómo pueden ayudar las soluciones tecnológicas a los CC en esta nueva normalidad?
- 32 Tecnología e Inteligencia de Negocio, soporte decisivo para sector seguros.
- 34 Las vulnerabilidades de plataformas virtuales para videoconferencias.



36

## DIGITAL CX FORUM

DIGITAL CX  
2 Forum

- 36 Nace Digital CX Forum

## PREMIO NACIONAL

- 37 PREMIO NACIONAL Excelencia en la Experiencia del Cliente y Centros de Contacto
- 61 México fue sede del Premio LATAM 2020.





Andrea Cavallari,  
Directora de Soluciones  
y Tecnología,  
Red Hat América Latina

# Las lecciones de la pandemia

La pandemia por coronavirus ha traído mucho más que una emergencia global de salud. El COVID-19 ha representado cambios importantes en el día a día de cada individuo y de empresas en todo el mundo. Para frenar la diseminación de la enfermedad, más de dos mil millones de personas en los cuatro rincones del planeta han entrado en cuarentena.



**M**uchas industrias han parado sus cadenas de producción, el comercio ha cerrado las puertas, empresas han tenido que adaptar sus formas de trabajo y muchas personas han necesitado reaprender a organizar sus rutinas.

Pero todo tiene un lado bueno, las situaciones sin precedentes traídas por la pandemia han traído buenas ideas y ayudaron a acelerar cambios desde hace mucho discutidos. Transformaciones que están siendo apoyadas por la tecnología y por la colaboración ganan cada vez más espacio en la construcción de una "nueva normalidad". Un futuro en el que la rutina de los individuos y de las organizaciones no volverá a ser la misma de antes.

Mucho después de haberse marchado, la pandemia habrá dejado algunos puntos positivos para incorporar en las rutinas. Esto ayudará a transformar visiones, optimizar recursos, y mejorar el día a día para los colaboradores.

En una era post-COVID será esencial:

## 1. Actualizar la tecnología para soportar el teletrabajo

Muchas empresas que venían postergando proyectos de trabajo a distancia han tenido que buscar alternativas técnicas e inversiones para hacerlo posible. Ha sido necesario acelerar la adopción de herramientas de acceso remoto, videoconferencia y el uso compartido de archivos para garantizar la continuidad de las operaciones. Con esto, muchas compañías han notado que no es necesario mantener a los equipos en su lugar para seguir entregando un servicio de excelencia en tiempo real. Según la encuesta de FGV, la modalidad *work from home* debe crecer 30 % tras la pandemia.

## 2. Desburocratizar procesos para adoptar nuevas soluciones rápidamente

La urgencia en adaptar los negocios a la nueva realidad de distanciamiento social y aumento de transacciones digitales ha proporcionado una reevaluación de procesos. Los largos y lentos embudos de aprobación acabaron por dar espacio a alternativas más simples que permiten viabilizar los negocios de forma más ágil y práctica.

## 3. Reforzar el sentido de colaboración y de comunidad

Frente a las dificultades en las áreas de salud, economía y negocios, el sentimiento de colaboración ha quedado más fuerte. Las empresas y la sociedad se han unido para ayudar al prójimo. La fuerza de ese enlace va a permanecer tras la pandemia y debe ser estimulada dentro de las organizaciones. Hay que romper barreras e incitar a los equipos a construir nuevos proyectos en colaboración. Las mejores iniciativas, generalmente, nacen de la unión de diversas ideas y opiniones.

## 4. Extended trust: aprendiendo a confiar en el otro

La pandemia ha dejado claro: no es posible triunfar solo. Es necesario aceptar ayuda del otro y confiar en él. Lo mismo se aplica en las organizaciones. No es posible sostener una entrega de alto nivel y conquistar el éxito en los negocios sin ayuda de un equipo cohesivo, consciente y sin una base de confianza mutua.

Centro de Contacto/BPO y KPO comprometido con los objetivos estratégicos de nuestros socios de negocio, a través de la atención personalizada, operando con soluciones innovadoras y propuestas de valor sustentadas en el análisis de información derivado del servicio ofrecido en instalaciones de nivel mundial



### 5. Comunicación más activa

A pesar de la imposición de barreras físicas, la cuarentena ha forzado la necesidad de comunicación más amplia y con más gente. Con el distanciamiento, muchas organizaciones han tenido que adaptar sus operaciones hacia lo digital. El cambio impulsó una mayor integración de equipos remotos y ha reforzado la importancia de una comunicación constante, transparente y directa entre todos los colaboradores.

### 6. Foco en Experiencia del Colaborador y acciones de bienestar

La pandemia también ha despertado la atención de las organizaciones para la salud y el bienestar de sus colaboradores. Se desarrollaron muchas iniciativas de apoyo a la salud emocional y se intensificaron las acciones de recursos humanos a fin de garantizar que los trabajadores se sientan apoyados en este momento. La tendencia es que esas acciones se mantengan tras la pandemia, con las empresas pasando a balancear mucho mejor el trabajo y la vida personal de sus asociados.

### 7. Valorar entrenamientos online y educación a distancia

En tiempos de aislamiento los entrenamientos virtuales se popularizaron y han probado ser tan eficientes como los presenciales. Sin salir de casa, el tiempo que antes se perdía en el tránsito se ha hecho oportunidad para estudiar y actualizarse. Los cursos, entrenamientos y clases online, antes considerados "plan B", se han tornado el "plan A" y han venido para quedarse.

### 8. Mostrar valor a los clientes aún sin estar presente

Los cambios impuestos han ayudado a probar que muchas actividades presenciales, pueden ser hechas de manera remota con la misma eficiencia. Eso sin contar que pueden economizar tiempo y presupuestos, reduciendo viajes y estrés en el desplazamiento. Eso ha puesto un foco mayor en los resultados, que se muestran mucho más importantes que "un recurso presencial".



En un mundo cada vez más cerca de la "nueva normalidad", todas las organizaciones van a tener que enfrentar el desafío de adaptarse a la realidad.

Empresas con una cultura más abierta, en la que los negocios son gestionados con transparencia y los procesos flexibilizados con seguridad van a adecuarse con más rapidez y con menos impacto. Para las compañías más tradicionales, la travesía tal vez no sea tan simple y tranquila. Pero, para todas, del otro lado del horizonte, habrá una forma mucho más afectiva y sostenible de hacer negocios.



#### Servicios

- Atención y soporte a clientes
- Fidelización y Retención
- Soporte técnico
- Atención a clientes de alto valor
- Encuestas de servicio
- Planes de lealtad
- Telemarketing
- Cobranza
- Redes Sociales
- WhatsApp
- Videokioskos
- Biométrico
- Click2call
- Click2video
- Reconocimiento de Voz



#### Soluciones

Nuestras soluciones de contacto están enfocadas a la satisfacción total de nuestros socios comerciales realizando experiencias memorables en cada contacto con sus clientes finales.

Ponemos a disposición todos los canales de contacto disponibles en la industria acorde a las preferencias de cada cliente.

- Canales de Voz
- Interactivos
- Digitales
- Back Office

#### Certificaciones

Llámanos sin costo al: 55 3225 8060

Av. Las Cañadas No. 140, Fraccionamiento Tres Marias, C.P. 58254, Morelia Michoacán



# Estudio COVID - 19, perspectivas ante la nueva normalidad de las operaciones de BPO - Centros de Contacto en México



En abril pasado, el IMT compartió los resultados de un primer sondeo denominado "COVID-19, impacto y acciones iniciales ante la pandemia", con el objeto de conocer la situación de la industria y acciones iniciales emprendidas por las empresas del sector ante la llegada a México de la pandemia. En el mes de junio, se realizó el estudio denominado "COVID-19, perspectivas ante la nueva normalidad de las operaciones de BPO-Centros de Contacto en México" con la participación de 50 empresas del sector y cuyos resultados se presentan a continuación.

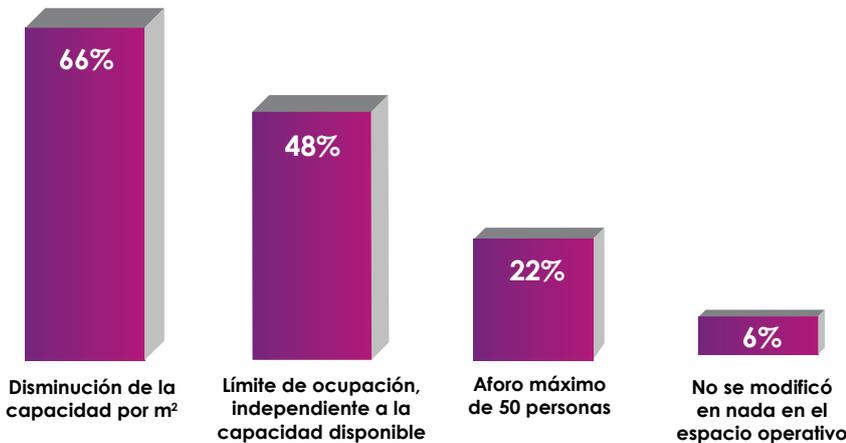
## Hallazgos clave:

- Las empresas BPO actuaron con rapidez para impulsar el teletrabajo. El 50% de las empresas adoptó esta política para todos sus empleados, incluyendo administrativos y operativos, y el 48% optó por alguna modalidad de teletrabajo.
- A pesar de los retos que conlleva el teletrabajo, los directivos consideran que este modelo de trabajo será parte de la nueva normalidad, y cabe resaltar que el 92% de las organizaciones piensa adoptarlo, en algún esquema, de forma permanente.
- Quienes tuvieron que mantener personal trabajando en las oficinas, el teletrabajo les ayudó a bajar el nivel de ocupación de las instalaciones, lo que generó impactos hacia el interior de las organizaciones respecto a sus costos.
- Uno de los temas de mayor inquietud es el relativo a los decesos acaecidos como consecuencia de COVID-19, y aunque la industria no ha estado exenta, los números parecen sólidos al constatar que las acciones emprendidas y la iniciativa de teletrabajo han sido eficaces, ya que del total de 70,000 empleados representados por estas 50 empresas, se reportó el deceso confirmado de 9 personas por dicha enfermedad.
- El 60% de las empresas participantes manifestó tener un crecimiento en campañas o haber generado clientes nuevos.
- Los Centros de Contacto adoptaron acciones que seguirán en práctica en la "nueva normalidad" que incluyen el distanciamiento social, higiene y sanitización, así como las relativas a la constitución de comités de riesgo y comunicación.
- A nivel estratégico, los directivos de las empresas compartieron que la operación del negocio y la seguridad de la información son los retos de mayor inquietud frente a lo que se ha denominado la nueva normalidad, ante lo cual están emprendiendo acciones en diversos matices.
- En general las empresas ya cuentan con un plan de reincorporación al trabajo (67%) y el 31% está en preparación de éste.

Teletrabajo



Ocupación



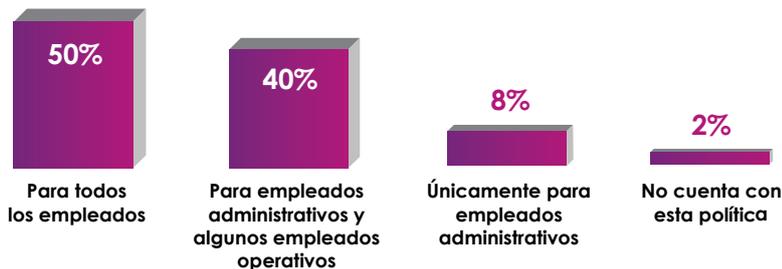
N=50, Respuesta múltiple | "IMT COVID-19 Estudio de opinión junio 2020"

Ocupación de las áreas de trabajo

Una de las medidas de mitigación que se ha implementado voluntaria por parte de las empresas y que ha sido requerida también por parte de las autoridades, es la reducción en la densidad de personas en las áreas de trabajo, principalmente las operativas, a efecto de mantener la sana distancia.

Existen diferentes criterios para la reducción de ocupación de las áreas de trabajo.

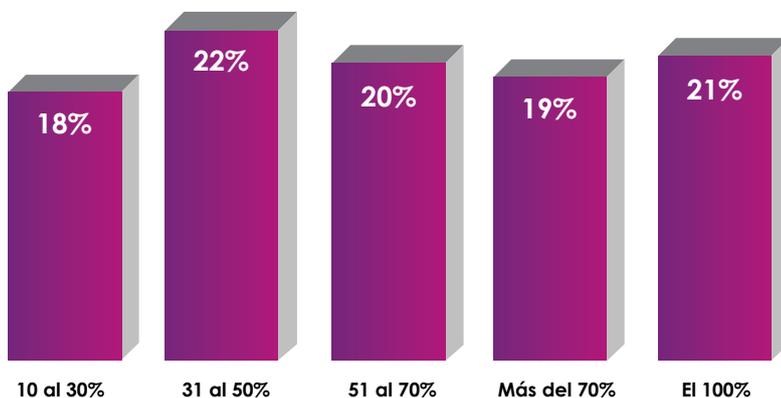
Política de teletrabajo



N=50 | "IMT COVID-19 Estudio de opinión junio 2020"

Del total de empresas que ofrecen esta modalidad, existe una distribución homogénea en el porcentaje del personal que las empresas tienen trabajando desde casa, desde las que tienen menos del 30% y hasta las que tienen el 100% de su personal en teletrabajo, donde un 21% de las empresas se encuentra.

Personal de teletrabajo

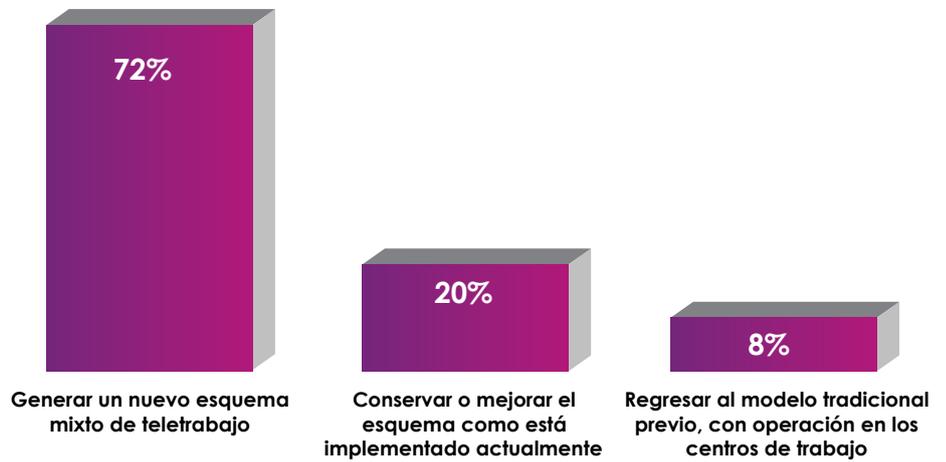


N=49 | "IMT COVID-19 Estudio de opinión junio 2020"



Futuro de teletrabajo

Existe un marcado consenso a mantener un modelo mixto de teletrabajo, a través de un nuevo esquema.



N=50 | "IMT COVID-19 Estudio de opinión junio 2020"

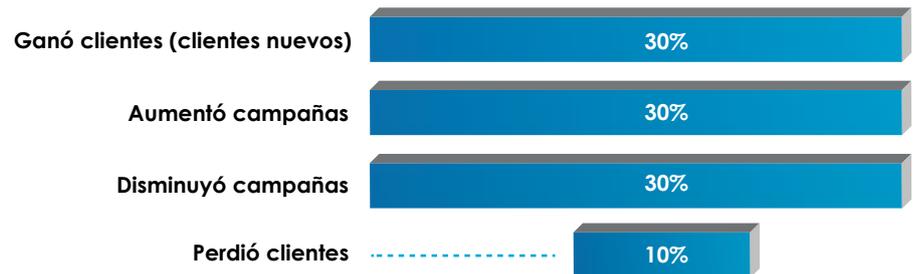
Impacto en el negocio



Incremento a pérdida de negocios

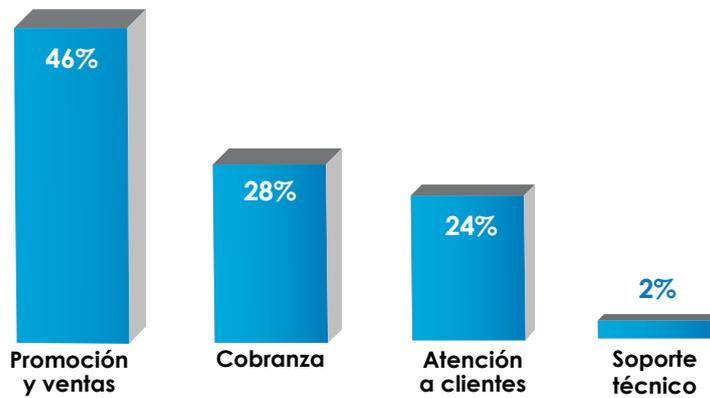
Situación de mercado

Es de resaltar que la situación de mercado de las empresas es diversa, mientras algunas empresas lograron adquirir campañas o clientes (60%), un 30% redujo sus campañas e inclusive un 10% de las empresas perdió clientes.



N=50 | "IMT COVID-19 Estudio de opinión junio 2020"

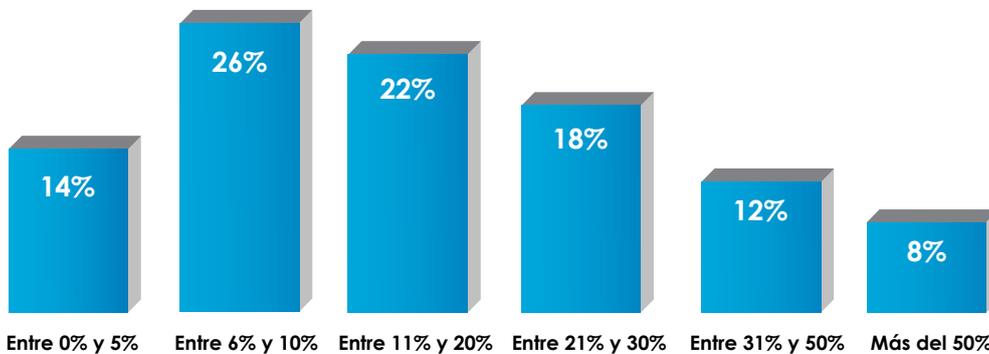
### Reducción por servicio



N=15 | "IMT COVID-19 Estudio de opinión junio 2020"

Respecto a las empresas que reportaron una reducción de campañas, éstas fueron principalmente las de promoción y ventas, y cobranza.

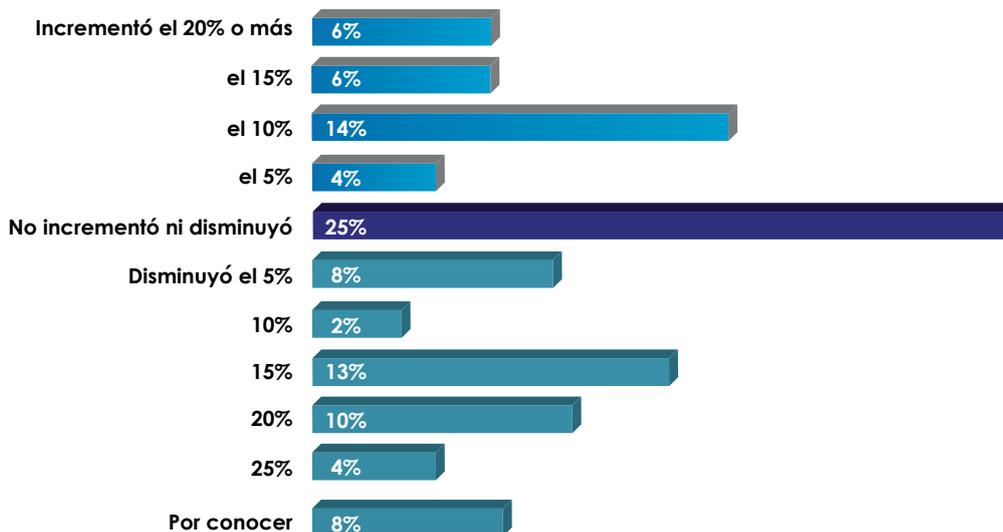
### Variación en el P&L



N=15 | "IMT COVID-19 Estudio de opinión junio 2020"

A nivel de resultados del P&L (*Profit and Loss*) las empresas pronostican una afectación al negocio inclusive de más del 50%; el 48% de las empresas estima entre un 6% y un 20% este impacto.

### Impacto por el costo operativo



N=49 | "IMT COVID-19 Estudio de opinión junio 2020"



**Acciones emprendidas**

Las empresas emprendieron diferentes medidas y acciones con el objetivo de proteger al personal y para procurar la continuidad del negocio.

**Acciones**

N=50, Respuesta opción múltiple | "IMT COVID-19 Estudio de opinión junio 2020"

**Acciones para minimizar los riesgos de seguridad del manejo de información en el teletrabajo**

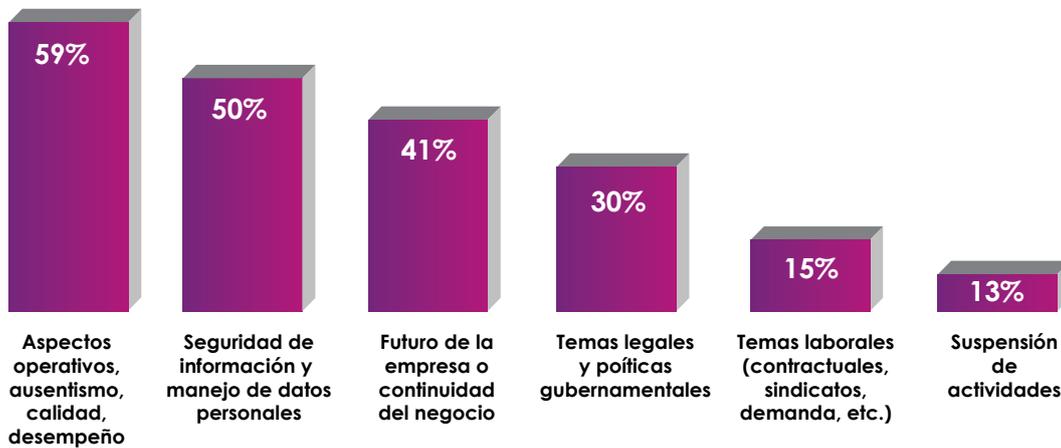
N=50, Respuesta opción múltiple | "IMT COVID-19 Estudio de opinión junio 2020"

### Retos

Tanto el cuidado de la salud e integridad de las personas como el garantizar la continuidad de las operaciones del negocio, conlleva diferentes retos, que van desde los aspectos operativos relativos al desempeño, los que se refieren a salvaguardar la seguridad de la información y el manejo de datos personales, hasta aquellos estratégicos o del contexto como los relativos a materia legal y laboral.



### Retos de las empresas



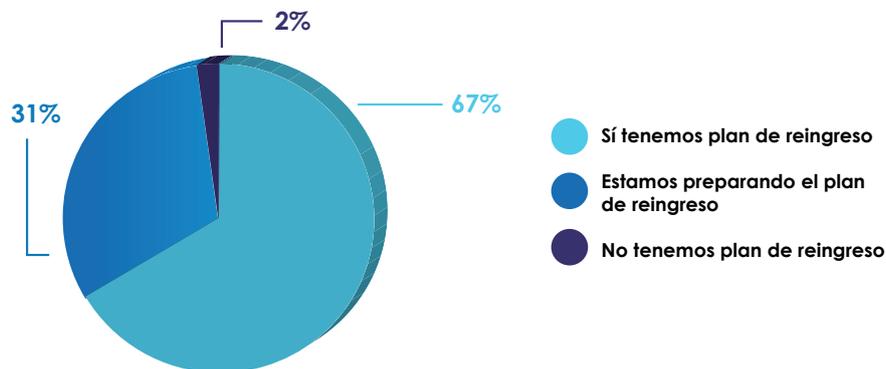
N=46, Respuesta opción múltiple | "IMT COVID-19 Estudio de opinión junio 2020"

### Retorno a la nueva normalidad

En general las empresas ya cuentan con un plan de reincorporación del personal al trabajo (67%) o se encuentran en preparación de este (31%)



### Plan de reingresos



N=48 | "IMT COVID-19 Estudio de opinión junio 2020"



# Construyendo una nueva Cultura Empresarial



La transformación de los negocios se ha convertido en una gran necesidad, y no nos referimos con solo hacer algo diferente, sino el contar con una verdadera propuesta de valor que sea diferenciadora de la competencia, un ejemplo claro, es la innovación tecnológica que se enfoca no sólo en crear nuevos productos o servicios, sino en mejorar los ya existentes.

**E**n los últimos meses nuestras conductas básicas han cambiado radicalmente, y eso ha dejado como evidencia lo indispensable de reinventarse para adaptarse a la nueva demanda. Hoy en día, en el contexto actual de la pandemia, ha sido necesario que las empresas realicen esa evolución con el fin de permanecer en el mercado, impulsando una nueva cultura empresarial en la que se incluyan buenas prácticas, metodologías ágiles y la mejora continua en el día a día, estos son factores clave para lograr ser eficientes en los procesos estratégicos, operativos y administrativos.

Las áreas estratégicas que en estos tiempos de crisis han crecido exponencialmente, son *Marketing* e *Informática*, ambas áreas de servicio se encuentran relacionadas directamente con la comunicación tanto al interior como al exterior de las empresas, las cuales, inciden también en la experiencia y la Atención al Cliente, esta última se suma como un factor que puede ser diferenciador de la competencia. No olvidemos que los clientes siempre van a preferir una empresa que los trate mejor y es por ello, que la transformación de los negocios debe incluir un proceso de gestión del capital humano con un nuevo enfoque en ésta era



En temas de comunicación interna, por ejemplo, en tiempos de confinamiento ha sido uno de los retos más importantes a vencer, no es solo comunicar para mantener o mejorar la colaboración de los empleados, sino que el liderazgo remoto tiene el doble reto de ser efectivo para propiciar una sinergia que permita generar oportunidades en emprendimientos digitales.

Como reflexión final, vale la pena implementar las acciones necesarias para mejorar dichas áreas clave con el acompañamiento de expertos en desarrollo de capital humano, incrementando de esta manera las probabilidades de generar un retorno positivo para que el negocio permanezca.

► Lic. Sara Tiznado Páez  
Directora General  
Grupo BizOpps.

digital, este reto incluye numerosas variables, como son: definir el perfil de puesto previa contratación, ya que es indispensable para tener a la persona correcta en el puesto correcto, planear el ciclo de prospectación, contratación e inducción para garantizar el éxito del colaborador en el trabajo, a su vez, tener definidas las metodologías y procesos de los equipos de trabajo, nos permite que la comunicación fluya en un ambiente de armonía holística y con ello transmitir al cliente una mejor experiencia en su contacto con la empresa.

# Conversación Omnicanal en Tiempo Real



Teléfono

Correo

Video

Chat

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

Bld. Quiroga 21, Col. El Llano, Edificio N3 Piso 2 CP. 83120. Hermosillo, Sonora. México • [ventas@converso.com](mailto:ventas@converso.com) • +800 0672496

# Qué esperar cuando el mundo sane

Lourdes Adame Goddard

Definitivamente lo que se consideraba "normal" antes del COVID-19 tendrá un cambio o evolución. La experiencia que proveen los negocios a sus clientes es uno de los factores más relevantes para el éxito de cualquier negocio, y ésta se verá afectada, positiva o negativamente, por el grado de su fidelidad. De aquí la importancia de conocer qué es lo que están esperando los clientes cuando el mundo "sane".



De acuerdo a un estudio realizado por Zendesk a más de 23,000 empresas alrededor del mundo, se evaluó el impacto que ha tenido la pandemia, comparando con números del 2019. Algunos de los resultados más relevantes son:

## 1. Inteligencia Artificial como primer contacto

En 2019, empresas de todo el mundo han incrementado un 25% del uso de la Inteligencia Artificial, de acuerdo con la consultora especializada McKinsey. Además, 63% de los encuestados afirmó que la incorporación de esta tecnología ha generado un aumento de ingresos en las unidades de negocio donde se implementaron.

Los *chatbots* se convirtieron en parte indispensable del comercio digital. Desde fines de febrero hasta la última semana de abril de este 2020, las soluciones de *Answer Bot* crecieron más de 90%. Los principales sectores en usar *bots* son: *Gaming/Juegos*, Trabajo y Educación a distancia, Telecomunicaciones y Entrega de Comida.

## 2. WhatsApp como principal canal de comunicación

No es novedad que el *WhatsApp* es la aplicación de mensajería más popular del mundo, con más de 2 millones de usuarios activos mensuales. *WhatsApp* es líder en 112 países, 8 más de los 104 donde tenía presencia el año pasado.

Durante el brote de COVID-19 no fue diferente. Desde el inicio de marzo, fue registrado un incremento de 101% en el uso de *WhatsApp* por parte de clientes que querían hablar con las empresas; así se convirtió en el líder absoluto ante otros canales como el chat (+34%) y las redes sociales (+ 30%)

### 3. El surgimiento de nuevas Pymes

Las Pymes son esenciales al mundo, una vez que generan poco más del 60% de los empleos en Latinoamérica, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). Con el brote de COVID-19, estos son los negocios que más se ha puesto a prueba. De acuerdo con la Asociación Latinoamericana de Micros, Pequeñas y Medianos Empresarios (ALAMPYME), más de 100 mil micro, pequeñas y medianas empresas podrían cerrar sus puertas solo en México.

Para sobrevivir, estas empresas tienen que reinventarse y adaptarse. Muchos emprendedores ven oportunidades en momentos de crisis, así como hicieron Burger King, Nutella y Lego, que surgieron en situaciones críticas.

### 4. Los clientes serán más flexibles

En el mes de abril empezaron a crecer aún más los contactos de las personas con las empresas. Desde fines de febrero, los tickets en general crecieron un 33% en Latinoamérica, comparados con el mismo periodo de 2019. A pesar del crecimiento en el volumen, los clientes están menos propensos a dar a las empresas una mala calificación en el servicio. El nivel de satisfacción de los clientes estuvo estable alrededor del 88%, lo que significa que los clientes entienden la situación de emergencia y tienen la empatía necesaria con el equipo de atención.

### 5. Empatía es clave para los negocios

Cuando se habla de automatización y aprendizaje automático, no se busca reemplazar a las personas que apoyan a los clientes, sino eliminar parte del trabajo de rutina de su día a día, para que puedan concentrarse en problemas más complejos. Ahí es donde los humanos son diferentes de las máquinas: las personas somos empáticos, tenemos paciencia, amabilidad y espíritu de colaboración para identificar y solucionar temas sensibles.

La tecnología en los centros de atención es lo que crea una experiencia a los clientes, porque es lo que permite que todos sean tratados como seres humanos. Y aún más ahora, ya que los equipos están remotos. Las personas deben saber que pueden confiar en quién los apoya y los escucha del otro lado.

En resumen, esta pandemia ha dejado como principales lecciones a las empresas: aceptar la situación actual para entender de mejor manera las necesidades reales y aspiraciones de sus clientes, perder el miedo a adaptarse y transformarse pero, sobre todo, no desaprovechar esta gran oportunidad de verdaderamente empatizar. 

Más de

20

AÑOS

siendo

EL CONTACTO  
CON LOS CLIENTES  
DE NUESTROS CLIENTES

TELEMARKETING  
COBRANZA

ATENCIÓN A CLIENTES  
SOPORTE TÉCNICO



CALLFASST  
CONTACT CENTER

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

[info@callfasst.com](mailto:info@callfasst.com)





Mayra Chiu,  
Vicepresidenta  
de Diversidad e  
Inclusión, y Desarrollo  
Organizacional de  
AT&T en México

# ¿Qué debería hacer un líder en situaciones inusuales según la ciencia?

Con la contingencia sanitaria que sacudió los mercados y transformó la operación de nuestras compañías y ante el retorno paulatino a una nueva realidad, es importante que los líderes tomen decisiones estratégicas en situaciones inusuales, pero ¿cómo lograrlo de manera efectiva?



La respuesta más atractiva es el **neuliderazgo** que consiste en liderar con base en nuestro cerebro social, diseñado para asegurar la supervivencia al alejarnos de amenazas y acercarnos a recompensas. Esta herramienta tiene como objetivo optimizar el vínculo entre líderes y colaboradores, analizando qué conductas motivan y desmotivan a los equipos. El *NeuroLeadership Institute* creó el modelo SCARF que podemos implementar aun trabajando vía remota y consiste en lo siguiente:

- **Estatus:** nuestros colaboradores necesitan saber que su trabajo tiene valor, pues se relaciona con la percepción de importancia que tenemos para los demás. Respétalos, reconoce su labor (tanto en público como en privado), delega proyectos basándote en las habilidades de cada persona y elimina toda actitud de superioridad cuando te dirijas a ellos.
- **Certidumbre:** para combatir la incertidumbre creada por la pandemia necesitamos certeza en el ámbito laboral. Asegúrate de compartir la información que tus colaboradores necesitan para realizar sus tareas, comunica de forma clara tus expectativas, resuelve dudas y establece un flujo de trabajo adecuado.
- **Autonomía:** nuestros cerebros están hechos para tomar decisiones, algo que puede verse desafiado por reglas demasiado estrictas o un liderazgo autoritario. ¡Celebra la proactividad! Permitir que nuestros colaboradores compartan sus ideas y tengan la posibilidad de organizar su día ayuda a crear un ambiente flexible.
- **Relaciones:** crear espacios seguros para ellos –aun si son virtuales–, es necesario tomarnos el tiempo para escucharlos y empatizar con sus circunstancias.
- **Justicia:** la injusticia genera rechazo inmediato por parte de cualquier persona y lo que menos queremos es tener un grupo de colaboradores a la defensiva. La transparencia en los procesos y la división de trabajo, así como el establecimiento de objetivos claros en conjunto, generan equidad en la compañía.

Estas herramientas pueden contribuir a que los líderes comprendan las principales preocupaciones de las personas a su cargo y diseñen, de esta forma, acciones más eficientes para crear un impacto positivo en nuestro entorno, incluso en momentos adversos.

**Fortalecer la relación con nuestros colaboradores asegura el compromiso, participación y motivación de todos.** 

- CUSTOMER EXPERIENCE
- DIGITAL CONTACT CENTERS
- BPO - KPO/ITO

WWW.IMT.COM.MX

## CALENDARIO EVENTOS VIRTUALES



Hoy más que nunca debemos mantenernos conectados y fomentar la colaboración entre los diferentes actores de la Industria de **Customer Experience**, por eso lanzamos nuestro calendario de eventos virtuales, creados con el propósito de brindar contenido de valor a los miembros de nuestra comunidad para apoyarlos con diferentes tópicos que servirán de inspiración para salir fortalecidos de la situación actual.

### Manténte informado

Visita nuestra página Web: [imt.com.mx](http://imt.com.mx) o a través de nuestras redes sociales

[foros@imt.com.mx](mailto:foros@imt.com.mx)



55 5340-2290



55 7211-7446

**imt.**

TALLERES ESPECIALIZADOS

CONFERENCIAS, CASOS DE ÉXITO  
Y MEJORES PRÁCTICAS

NETWORKING & PRESENTACIONES  
DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

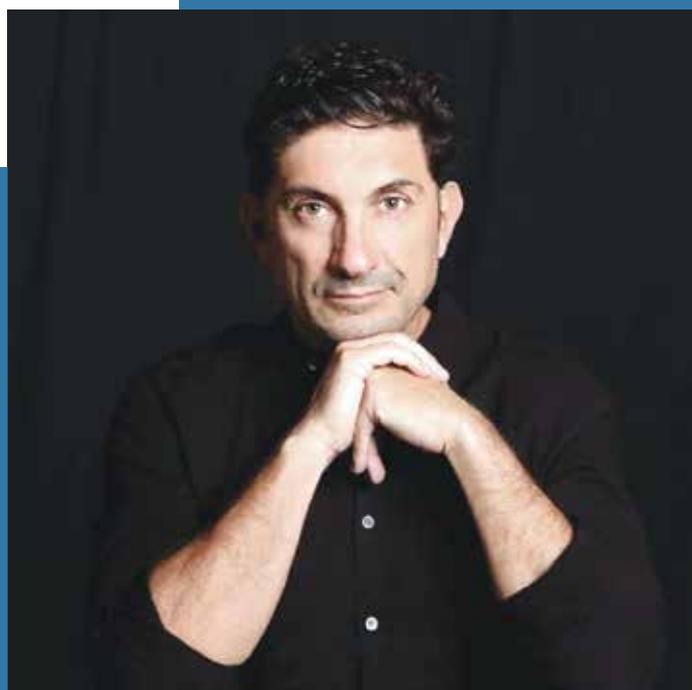
EXPO SOLUCIONES

# Agradezco estar vivo...

David Jassan

No sé ni cómo ni cuándo me contagié. Cuando empecé a sentir síntomas, tenía más de cuarenta días de no haber salido del país, por lo que no podía ser un caso importado. Pudo haber sido en cualquier lugar, pero definitivamente fue un contagio local. El domingo 15 de marzo comencé a sentirme mal; el lunes 16 ingresé al hospital. Presentaba todos los síntomas típicos de COVID-19. Tenía bajo el nivel de oxigenación en la sangre, fiebre y pulmones inflamados. Durante los primeros días, el malestar se agravaba. Al toser sacaba todo el aire de mis pulmones y cada vez me costaba más respirar adecuadamente. Mi caso se complicó aún más, ya que padecí influenza al mismo tiempo, lo que agravó todos los síntomas.

**D**espués de una semana empecé lentamente a mejorar. El personal médico hizo todo lo que tenía en sus manos, con aún experiencia escasa en casos de COVID-19 porque fui de los primeros en México. Pero no cabe duda de que su profesionalismo y conocimiento, junto con su enorme dedicación, fueron la clave para mi recuperación. Yo, por mi lado, utilizaba técnicas de meditación, buceo y yoga para tranquilizarme, buscando respirar lentamente para que llegara más aire a mis pulmones antes de empezar a toser. Fue una lucha interna constante por varios días. Toda la energía la usaba para salir adelante. Era necesario llenar mi cabeza de pensamientos positivos y aferrarme a la vida. No me sobraba energía para nada más.



David Jassan, CEO Directo Telecom.

Dos semanas después de estar internado, primero en terapia media, posteriormente en intensiva y luego regresando a media, afortunadamente me recuperé. La recuperación todavía no es total; el nivel de oxigenación de mi sangre aún no es el adecuado y me canso más de lo normal con mis actividades cotidianas. Entiendo que todo el proceso de recuperación llevará alrededor de seis meses. Pero ya estoy en mi casa, bien, trabajando normal y retomando poco a poco mis actividades de rutina.

El lunes 16 de marzo, ya estando en el hospital, pensando que con alta probabilidad nuestra oficina podría ser un foco de contacto, tomamos la decisión de que a partir del martes 17, regresando del fin de semana largo, todo el personal debería trabajar en casa. Estábamos convencidos que había que minimizar las posibilidades de contacto entre todo nuestro personal. Nuestros recursos humanos son todos jóvenes; su factor de riesgo es en general bajo. Pero a la gente joven también puede darle COVID-19: no están exentos, aunque muchos actúen como si fueran invencibles. No lo son. Tienen que cuidarse y tomar todas las precauciones que sea posible. Nosotros contribuimos evitando que se desplacen y se minimice su contacto con personas fuera de su círculo inmediato.

Desde esa fecha, hemos venido todos trabajando en casa. Conseguiamos inmediatamente hacer el cambio a *home office* con disrupciones mínimas. Claro está que en ocasiones hemos tenido que hacer instalaciones físicas – digamos, un servidor – por lo que es necesario salir de casa. Pero tenemos un equipo de logística que, con todos los aditamentos indispensables, está entrenado para evitar al máximo la posibilidad de contacto; dan apoyo a nuestro personal técnico cuando la única opción es una solución que requiere salir de casa. A pesar de prestar un servicio que es considerado esencial, hemos decidido que no será sino hasta que sea seguro retomar las actividades cotidianas fuera de casa que terminaremos con el *home office*. La pandemia nos ha enseñado que el trabajo remoto es realmente una opción casi permanente para muchas organizaciones.

Somos una empresa mexicana de telecomunicaciones con más de veinte años de experiencia, sirviendo a *Call Centers* desde hace más de una década. Tenemos varios desarrollos internos que ya cuentan con patente. Entre ellos, antes de que el coronavirus empezara a propagarse en México, acabábamos de poner en producción un producto denominado HOCCA (*Home Office Call Center Agent*), una solución para que los agentes de un *Call Centers* trabajen remotamente, incluso sin contar con una computadora o con una conexión a internet. Obviamente no habíamos desarrollado esta solución previendo la llegada de una pandemia; una situación como la que estamos viviendo definitivamente no estaba en nuestro radar. Pero la política de reducción en la movilidad y la necesidad de mantenernos confinados nos ha permitido hacer un despliegue acelerado de nuestra solución. Hemos conseguido habilitar varios miles de

agentes que permanecen en su casa, manteniendo el control centralizado. Esta solución consigue dos objetivos simultáneos: ayuda a evitar el contagio y la proliferación del coronavirus, al mismo tiempo que permite a los *Call Centers* continuar sus operaciones y mantener su fuente de ingresos.

Cuidando a nuestros empleados, y a nuestros clientes y sus empleados con soluciones innovadoras que ayudan a disminuir la posibilidad de contagio, es una manera como estamos contribuyendo a paliar los efectos de estos momentos tan difíciles.

Como sobreviviente de COVID-19, personalmente siento, y así lo he transmitido a toda nuestra empresa, una enorme responsabilidad para evitar que alguien tenga que pasar por esa mala experiencia. Admiro con vehemencia la vocación y dedicación del personal de salud; si no fuera por su trabajo y por sus cuidados probablemente no estaría escribiendo este texto. Es hora de apoyarlos: desde nuestra trinchera en Directo Telecom hacemos todo lo que está en nuestras manos para luchar esta guerra contra el "bicho". No queremos más contagios; queremos que se evite la propagación. Todas nuestras acciones están orientadas en esta dirección.

Agradezco estar vivo. Hubo momentos en que pensé que no llegaría a contarlo, pero estoy de regreso, con mucha energía y voluntad. Es un muy buen momento para retribuir. El COVID-19 me ha cambiado, para bien, todas las prioridades. 



**HOCCA**  
Home Office Call  
Center Agent

**En tiempos como estos, el mundo pone a prueba nuestra unión como sociedad y la habilidad de continuar trabajando juntos.**

Es por esto que Directo ofrece **HOCCA**, una plataforma de marcación para resolver la necesidad de conexión de agentes remotos con el centro de contacto y sus clientes.

Los agentes remotos podrán seguir atendiendo llamadas **aun sin el apoyo de una computadora** o conexión a internet.

Permite que te apoyemos con la continuidad de tu negocio:  
[info@directo.com](mailto:info@directo.com)

 Telefonía  
Núm 800 y DIDs
  Grabación  
de llamadas
  SMS y Blaster
  Plataforma de marcación  
Contact Center (Saas)

Directo Telecom S.A. de C.V.

Presidente Masaryk 29 ● Piso 8 ● Polanco ● Miguel Hidalgo ● CP 11560 ● CDMX  
[www.directo.com](http://www.directo.com) ● [sales@directo.com](mailto:sales@directo.com)

# Teletrabajo en México: del experimento al "nuevo normal"



Juan Pablo Jiménez,  
vicepresidente  
de Citrix para  
Latinoamérica y  
El Caribe

En México el trabajo remoto ya no es un experimento, sino un requisito en muchas empresas locales. Aunque en 2019 ya se dieron los primeros pasos en la Ley Federal del Trabajo para incorporar un nuevo capítulo y regular las diferentes formas de teletrabajo, según el estudio "El trabajador digital en 2019" que realizó Citrix, el 61% de los empleados mexicanos confirmó que no les permitían trabajar de manera remota desde el lugar que ellos eligieran.



**S**in duda, estas reticencias (mayormente culturales) hacia la flexibilidad laboral se fueron diluyendo, en estos dos últimos meses, para los líderes empresariales que han visto cómo este "nuevo normal" de habilitar el teletrabajo les permite no solo dar continuidad a sus negocios, sino también les aportará otros beneficios en un futuro próximo como el ahorro de costos, la contratación del mejor talento sin importar donde esté y una mayor productividad, entre otros.

## El teletrabajo requiere una cultura de confianza

Para maximizar todas las ventajas del trabajo remoto, es importante visualizar que implica mucho más que enviar a los colaboradores a trabajar desde sus casas y contar con un dispositivo y cámara web. Gestionar talento remotamente requiere un enfoque diferente del presencial en la oficina. Los líderes tienen que visualizar que existe un aspecto cultural en el proceso de migrar

de lo presencial a lo virtual. Para lograr la colaboración, la construcción de relaciones, el intercambio de conocimientos dentro del equipo y en general la productividad esperada, es importante que se establezcan canales de comunicación abiertos y constantes. Las conversaciones regulares e inclusivas permiten compartir consejos sobre cómo configurar una oficina en casa y proporcionar horarios flexibles para acomodar las responsabilidades familiares.

También permite saber cómo se sienten, qué les preocupa, darles soporte, al igual que comunicar objetivos, prioridades y cómo cada miembro del equipo contribuirá a alcanzarlos. Este último punto es clave, se trata de darle autonomía al personal y trabajar en liderazgos basados no por horas trabajadas sino por objetivos claros y medibles que cada colaborador tenga que cumplir en un plazo determinado.

Cuando lo anterior ya está claro, la batalla de las organizaciones mexicanas para habilitar el *home office* con éxito tiene que enfocarse en brindar una óptima experiencia a los empleados, creando espacios de trabajo digitales donde los colaboradores cuenten con un acceso fácil a sus aplicaciones web corporativas, en la nube o SaaS a través de múltiples dispositivos y conexiones. Por ello, los negocios necesitan de tecnologías como la virtualización que permite que el área de TI administre de manera centralizada las aplicaciones y los datos en diferentes plataformas, minimizando la complejidad.

### ¿Óptima experiencia de trabajo para los empleados? ¡Sí, con foco a la seguridad!

La realidad es que los cibercriminales están aprovechando esta contingencia para estar más activos que nunca y lanzar ataques a empresas y usuarios. Por ello, uno de los mayores retos para el área de TI al habilitar espacios de trabajo digitales tiene que ver con encontrar el balance entre la experiencia y la seguridad de los datos. Los empleados esperan que la empresa pueda brindarles una experiencia de calidad, lo más parecida a la que tienen en su vida personal con sus dispositivos y apps. Pero si no lo hacen, ellos de todos modos buscarán herramientas que les permitan trabajar del modo en que esperan, sin saber que al hacerlo pondrán en riesgo los datos.

Según el estudio "El trabajador digital en 2019" que realizó Citrix, los colaboradores mexicanos no contaban con las herramientas idóneas para colaborar con rapidez y eficiencia, por ello, el uso de aplicaciones no autorizadas es alto, solo el 13% de ellos no utilizaba aplicaciones no autorizadas por el departamento de TI.

En este punto, los equipos de TI deben proporcionar a los usuarios un inicio de sesión único (SSO) en todas las aplicaciones. Al aprovechar los controles de acceso contextual y la autenticación de múltiples factores que brinda la virtualización, TI puede mantener una supervisión integral en todo el tráfico, mientras que los usuarios pueden conectarse desde cualquier lugar.

Además, TI tiene que pensar que centrar la estrategia de seguridad en la red, el centro de datos, en las amenazas o en las aplicaciones, ya no es suficiente. La estrategia debe poner a las personas en el centro. Poder conocer los comportamientos de los usuarios, cómo usan la tecnología, cuáles son sus preferencias, entre otros, es la clave para poder garantizar la seguridad de la información, sin afectar la productividad, la experiencia y sin aplicar políticas restrictivas.

En conclusión, las organizaciones mexicanas reticentes a la movilidad empresarial solamente hace unos meses, se han encontrado cara a cara con la habilitación forzada del *home office*. Y aunque quizás no haya sido una elección, la gran mayoría de los trabajadores cree que esto es el futuro del trabajo. Sin duda, esta contingencia ha cambiado el mundo.

Y el trabajo remoto puede, de hecho, ser el "nuevo normal" en México.

Lo que sí es claro es que las empresas que adopten el cambio, habiliten tecnologías eficientes y seguras, y construyan en este tiempo junto con el equipo de RH una cultura de confianza fuerte hacia sus empleados, estarán mejor preparados para aumentar su competitividad más rápido en la era post COVID-19. 

Comienza a maximizar la **eficacia** de tus operaciones. te ofrecemos soluciones personalizadas para tu negocio.



Contamos con  
la **MEJOR**

**TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA**  
para garantizar los mejores resultados.

**EFICASIA**  
Soluciones Integrales en Centro de Contacto

#### TECNOLOGÍA Y ELECTRÓNICA

- Email, chat y redes sociales
- Blaster SMS
- IVR Transaccional
- Marcación masiva

#### TAMBIÉN TE APOYAMOS CON:

- Atención telefónica
- BPO

No importa el giro de tu empresa nosotros te ayudamos a hacer más eficientes los procesos de tu negocio.

**EFICASIA**  
Soluciones Integrales en Centro de Contacto

CONTÁCTANOS: Tel. 5322 0450  
E-mail: contacto@eficasia.com

# Oportunidades para los negocios TIC en la reactivación de la economía

Lourdes Adame Goddard

Independientemente de lo grave que sea una crisis, siempre existen oportunidades para la recuperación y el crecimiento. En una charla de Ricardo Zermeño, Director General de Select en México, presentó que las principales oportunidades en el mercado TIC en México, en estos momentos, son:



Ricardo Zermeño, Director General de Select en México.

- Enlaces, dispositivos y servicios en la nube para hacer negocios seguros a distancia.
- Los sectores de salud, seguridad, la industria alimentaria, autoservicios, telecomunicaciones, comercio en línea, logística y transporte de carga, son de los menos afectados por esta crisis.
- Es la oportunidad para que las empresas avancen en la transformación digital.

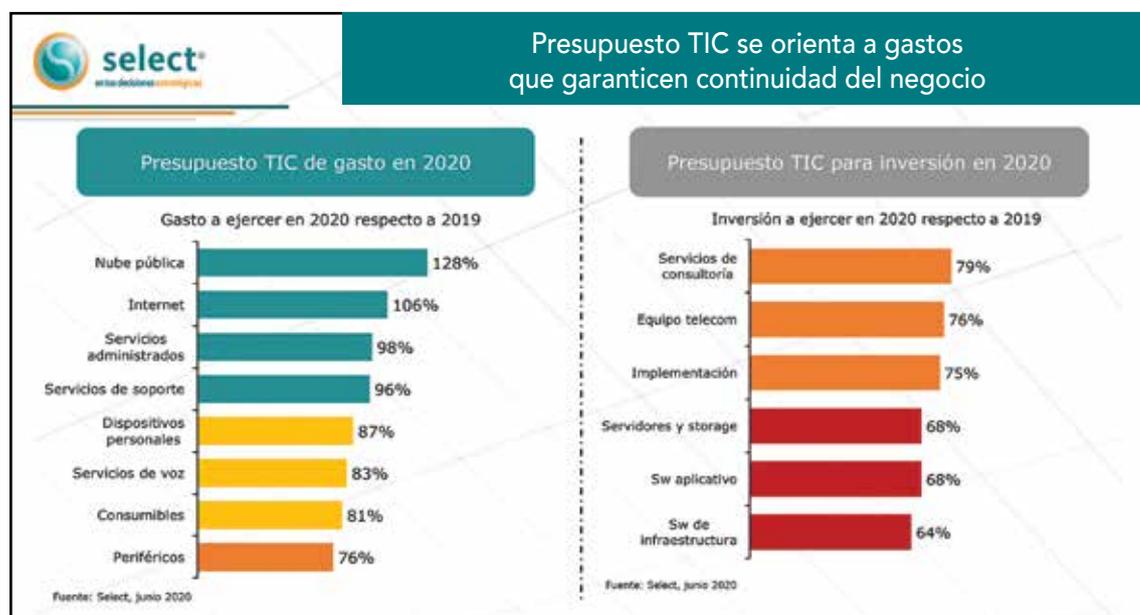
Sin embargo, hay industrias severamente afectadas hasta en el -50% de sus ingresos, están son: las aerolíneas, hoteles, restaurantes, servicios artísticos y deportivos, y transporte de pasajeros, entre otras.

De acuerdo a los analistas de Select, el presupuesto TIC en las empresas estará orientado hacia gastos que garanticen la continuidad en el negocio, de esta forma, servicios administrados y servicios de soporte, no tendrán mayores afectaciones, y la nube pública e Internet tendrán un crecimiento este año, comparados con el 2019, de un 28% y 6% respectivamente.





Por otra parte, lo que se pensaba invertir en 2020, no se llegará a ejercer el gasto en rubros como: servicios de consultoría, equipo telecom, implementación, servidores y *storage*, *software* aplicativo y *software* de infraestructura.



### Oportunidades de canales TIC en tiempos de transformación

Debido a las inversiones que se detuvieron en el 2019, se vio una clara reactivación en los primeros dos meses de este año. Asimismo, a causa del Covid -19 y el trabajo remoto provocaron un incremento en la demanda de *laptops*, accesorios y sistemas de colaboración. Sin embargo, se vislumbra el reto de la cobranza y la incertidumbre de nuevos proyectos en los siguientes meses.

### El servicio a clientes después de la pandemia se incrementa en canales *online*, sistemas de colaboración, multicanal, realidad virtual e inteligencia artificial.

#### No hay regreso a la normalidad

En el segundo trimestre de este 2020 se vivió el peor momento de la contracción económica y, poco a poco, se irán mejorando los índices de pérdida, pero no empezará una recuperación hasta el segundo trimestre del 2021. Sin embargo, cabe señalar que los mercados TIC no se van a recuperar en 2021, ya que su crecimiento se estima en 4% para ese año y la caída del 2020 será del -14%.

Por ello, lo que recomiendan los analistas de Select a las empresas es hacer el replanteamiento de su estrategia basados en una nueva realidad en la que las actividades cotidianas se harán con menos contacto, la distancia va a importar y habrá nuevos hábitos de consumo.

Con base en ello, se deberán hacer ajustes en el portafolio de productos y soluciones para reposicionarse en el mercado y consolidar la resiliencia y agilidad en la organización.

Por último, Ricardo Zermeño enfatizó: los negocios TIC están frente a una oportunidad de profundizar la transformación de la economía digital en México a través de:

- La generación de ingresos mediante fortalecer y ampliar los canales digitales con los clientes.
- Aumentar la agilidad y eficiencia de las operaciones y reducir los costos.
- Mitigar riesgos asegurando la continuidad operativa.

# El **Contact Center** para una nueva era



**A**hora más que nunca es relevante fortalecer las relaciones con los clientes y proporcionar un servicio más cercano y personalizado que permita construir relaciones duraderas entre las empresas y sus clientes, generando lealtad de las marcas.

Debido a la emergencia sanitaria ocasionada por el COVID-19, las empresas se vieron forzadas a retirar a sus empleados de las oficinas e instalar el trabajo en casa, lo cual implicó:

- Proporcionar al factor humano las herramientas necesarias para el trabajo remoto.
- Asegurar la continuidad del negocio, haciendo las operaciones vía remota y brindar a los clientes nuevos canales de interacción con la marca.

Debido al entorno actual, las empresas están acelerando su transformación digital, sin embargo hay Centros de Contacto que están tomando soluciones temporales y hay quienes, en cambio, tienen la visión de aprovechar esta situación para capitalizarla y llevar a cabo la transformación tecnológica que les permita innovar y salir fortalecidos, ya que solo con el cambio tecnológico podremos adaptarnos a esta nueva normalidad.

En estos meses Genesys ha ayudado a aerolíneas, retailers, telcos y bancos a implementar, en menos de 48 horas, la tecnología que les permita enfrentar la demanda de sus clientes de contactar por vía remota mediante diversos canales digitales y, a su vez, responder a las necesidades de teletrabajo de los agentes.

**Genesys Cloud ayuda a mantener la atención al cliente hoy y forjar el camino al éxito del mañana**

“Queremos invitar a las empresas a mantener la atención al cliente funcionando hoy, pero construyendo el éxito para el mañana, de manera controlada y sin hacer una inversión inicial. Genesys Cloud puede implementarse en solo dos días preparándonos para el retorno a la nueva normalidad”, comentó Verónica Lumbreras, Directora General de Genesys México.

En Genesys hemos implementado con éxito, en el último mes y medio, 500 mil agentes a nivel mundial en más de 700 empresas. En México, uno de nuestros primeros casos fue Aeroméxico cuyo centro de atención y ventas globales mejoró sus métricas operativas sustancialmente a través de la implantación de Genesys Cloud en un tiempo récord. Asimismo, en BBVA México, implementamos en solo cuatro días una solución Cloud para automatizar el cambio de las condiciones financieras que el banco ofrece a sus clientes.



**Verónica Lumbreras, Directora General de Genesys México.**

Los Centros de Atención podrán funcionar en forma óptima en esta nueva normalidad con la oferta *Ready Response* de Genesys con los siguientes componentes:

- **Opciones de autoservicio.** Permite a los clientes obtener lo que necesitan sin ayuda de un agente, lo que contribuye a liberar personal para atender interacciones complejas que requieren un toque humano.
- **Voz y digital.** Automatización del enrutamiento de voz, *callbacks*, *chat* o correo electrónico para una mayor eficiencia cuando haya un pico en el tráfico en el centro de llamadas.
- **Outbound.** Reducción de las interacciones entrantes informando de manera proactiva a los clientes sobre problemas o implementando soluciones con notificaciones de voz *outbound*.
- **Herramientas de colaboración de los empleados.** Aumento de la productividad con chat integrado, intercambio de documentos y videoconferencia. Es perfecto para la fuerza laboral que se encuentra colaborando vía remota.
- **Hosting en la nube pública.** Administración del *Contact Center* de forma remota con una solución totalmente alojada en la nube a la que se puede acceder en cualquier momento y lugar.
- **Seguridad y confianza.** Manejo de información empleando los protocolos más estrictos de seguridad en la nube.

Empleando tecnología de punta, de fácil acceso y uso, y auto escalable, Genesys Cloud hace posible la creación de servicios que reenfocan activos no explotados. Lo que parecía lejano ayer, hoy es una realidad para decenas de empresas en México y Latinoamérica.



## Definición del área:

Asesoría especializada a través de la cual fragmentamos estructuras tradicionales para diseñar soluciones frescas y realistas ante problemáticas de negocio y entornos cambiantes recurrentes.

## Objetivo:

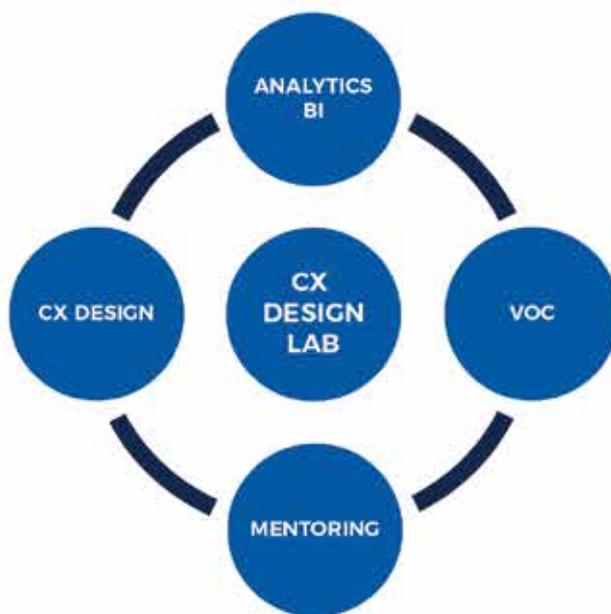
Impactar favorablemente en el beneficio económico, la experiencia al cliente y la competitividad de las organizaciones, impulsando cambios que reconecten a los equipos de trabajo para generar valor al cliente.

*I. Analytics BI:* Modelado de información a través del uso de datos para mejorar el desempeño. Incrementar la rentabilidad, así como interpretar la voz del cliente, facilitando la toma de decisiones estratégicas y operativas, con metodologías como *speech analytics*, minería de datos, etc.

*II. VoC:* Encontrar el valor de la información y percepción de la marca, que se obtiene de la retroalimentación, experiencia y expectativas de los clientes, desde los diferentes canales de evaluación como NPS, encuestas, *mystery shopping*, etc.

*III. Mentoring:* Asesoría especializada a través de la cual diseñamos proyectos específicos para dar respuesta a problemáticas puntuales, exponenciando la resiliencia de las organizaciones.

*IV. CX Design:* Laboratorio de ideas, para que en conjunto exploremos y diseñemos la experiencia de tus clientes



# Transformando los **Contact Centers** de centro de costos a **motores de crecimiento**



Enghouse Interactive se especializa en *software* y servicios de comunicaciones. Somos el proveedor de tecnología de *Contact Center* más fiable del mundo. Con más de 35 años de experiencia en *Contact Center*, hemos dado soporte a más de 10,000 clientes globales en +100 países, más de un millón de posiciones de contact center implementadas a nivel global y el portafolio de soluciones más amplio del mercado.

**N**uestra marca global está construida sobre un historial de cumplir siempre nuestros compromisos con nuestros clientes, nuestro personal y nuestros accionistas. Ofrecemos servicios de atención al cliente optimizados que transforman el *Contact Center* de un centro de costos a un potente motor de crecimiento. Nuestro único objetivo es ayudar a nuestros clientes a ofrecer la mejor experiencia de cliente posible.

Actualmente, tenemos más de 1,600 empleados en 25 países y, a diferencia de la mayoría de las empresas del sector de Centros de Contacto y experiencia del cliente, somos consistentemente rentables año tras año, experimentando en promedio una tasa de crecimiento anual compuesta del 14%.

Nuestro crecimiento proviene tanto de las operaciones comerciales existentes como de las adquisiciones complementarias que continuamente añaden capacidades más avanzadas a nuestra cartera de productos y fortalecen nuestra propuesta de valor centrada en el cliente.

En Enghouse Interactive estamos muy orgullosos de nuestro sólido rendimiento y crecimiento sostenible en los últimos 35 años. Hemos construido en nuestra industria, tecnologías líderes de centros de de. Esto permite a los clientes de Enghouse Interactive ofrecer innovadoras y personalizadas experiencias de cliente (CX) mientras se transforma el Centro de Contacto en un poderoso motor de crecimiento.

#### *Software Omnicanal: All in One*

Los *Contact Centers* han pasado de ser departamentos estancados, a convertirse en el corazón de todos los procesos y comunicaciones de la empresa, conectando todos los puntos del viaje del cliente con las diferentes áreas corporativas, para ofrecer así una experiencia transversal y sin fricciones.

Por eso, en Enghouse Interactive contamos con una *Suite Omnicanal All in One*, que permite mejorar la experiencia del cliente, aumentar las ventas y volver más eficientes los procesos.

Nuestra solución *All in One* ofrece:

- Atención omnicanal en cualquier momento y a través de cualquier canal.
- Reducción de los tiempos de respuesta de los agentes gracias a la disponibilidad de toda la información en una única plataforma.
- Automatización de las interacciones para una atención al cliente sin esperas ni reiteraciones.
- Comunicaciones proactivas y personalizadas para comunicar con el cliente en el momento adecuado.
- Automatización de procesos para lograr la combinación perfecta entre atención de agentes y autoservicio.
- Medición de la calidad de la atención y los procesos.



Además, recientemente lanzamos nuestra solución en la nube, *Presence Smart Cloud*. Una solución CCaaS basada en *Microsoft Azure*, que permite ofrecer un servicio de atención, soporte y comunicación a sus clientes, único, desde cualquier lugar y a través de cualquier canal.

Entre sus principales características se encuentran:

- Esquema de licenciamiento flexible que permite a los clientes usar y mezclar paquetes dinámicamente, con base a las necesidades del momento.
- Sin límite de licencias, permitiendo el crecimiento o decrecimiento según necesidades del negocio.
- Mejora del Flujo de Caja (*Cash Flow*).
- Externalización de infraestructura y gastos de IT.
- Soporte de extremo a extremo y externalización de servicios.
- Monitorización activa del servicio.
- Mantiene sus actuales acuerdos con proveedores de Telefonía y *Sip Trunk*.
- *Partnership* con MS Azure®, disponible en cualquier sitio y en cualquier momento.

### ¿Qué beneficios ofrece *Presence Smart Cloud* versus la competencia?

- Basado en uso concurrente.
- No es un modelo por agente nominal.
- Los clientes pueden agregar nuevos agentes cuando la demanda exceda la oferta.
- *Time To Market* para nuevas campañas y/o soluciones multicanal.
- Optimización Balances y cuentas de resultados (P&Ls).
- Los clientes no tienen que preocuparse de la infraestructura IT y el mantenimiento del software.
- Sin necesidad de comprometerse a nuevos acuerdos como parte de la adopción de la solución *Cloud*.
- El cliente puede reutilizar sus actuales proveedores y *carriers* así como sus tarifas.
- Mínima inversión Capex facilitando la viabilidad financiera y su abordaje.
- No se requiere inversión en nueva infraestructura si su negocio crece.
- La facturación es vencida, lo que permite al cliente beneficiarse de la plataforma mientras su negocio crece.
- La solución de control de costos ayuda a la asignación de recursos necesarios según las necesidades de negocio.

### Perspectivas de crecimiento en México

En México se ven muy buenas perspectivas, pues los servicios *Cloud* se encuentran en una etapa madura y los clientes tienen más confianza para contratarlos, por las ventajas que ofrece el implementar de una forma ágil un *Contact Center* desde cero y en un modelo 100% en demanda, reduciendo costos de inversión en infraestructura y de equipo humano que administre las soluciones.

Transforme su *Contact Center* en un motor de crecimiento para su negocio. Si quiere saber más sobre nuestras soluciones de gestión para *Contact Center*.

#### Contáctenos

**Rubén Rivera**

**Sales Director Latam**

Oficina México: +521 55 41 63 48 69

Teléfono: +521 55 34 33 19 03

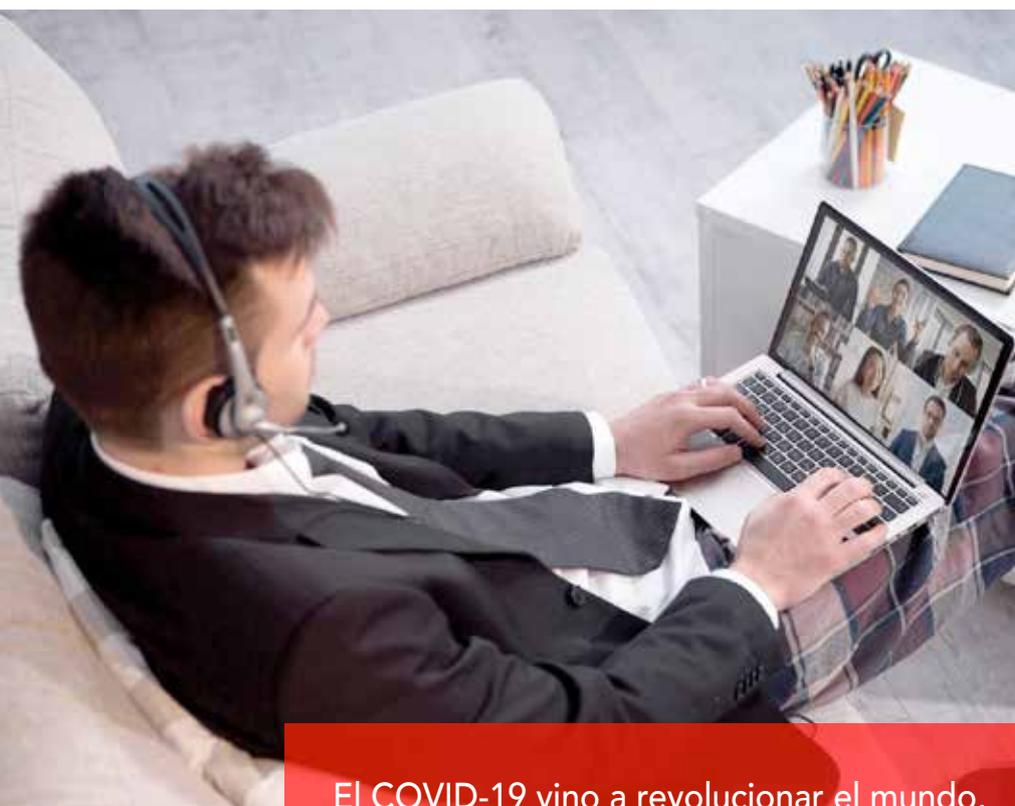
ruben.rivera@enghouse.com

[www.enghouseinteractive.es](http://www.enghouseinteractive.es)



Aimee Reyes,  
Sales Coordinator  
México, Mitrol

# ¿Cómo pueden ayudar las soluciones tecnológicas a los CC en esta nueva normalidad?



El COVID-19 vino a revolucionar el mundo, sin consenso, sin aviso, sin explicación como una ola de mar revuelca una hoja de papel. Recién estamos tratando de levantarnos con un par de golpes, mareados y desconcertados sin saber bien que hacer y pensar, después de tragar agua y arena pero vivos y con una visión más clara por esta nueva oportunidad.



Dados estos acontecimientos se ha generado una oleada de transformaciones tecnológicas que se ubican en el *up stream* de la cadena de valor de la industria de CC y da lugar a una intensa competencia entre productores de *software* y de plataformas de comunicación que tienen como mercado principal a las empresas de tercerización.

Con la premisa de preservar la salud e integridad de sus colaboradores las empresas se han enfrentado a la difícil decisión de parar. Pero, ¿qué pasa cuando esa opción no es viable, cuando continuar es la única opción? Un *call center* de misión crítica y operación de 7x24x365 debe tener un socio comercial que le acerque la tecnología que le ayude a hacerlo posible: Continuidad en su negocio en caso de alguna catástrofe natural.

En MITROL hemos puesto foco diseñar soluciones que resuelvan la exigencia e inmediatez que nuestros clientes exigen para enfrentar esta "nueva normalidad", mediante la modalidad de teletrabajo a través del *web pad*, manteniendo las mismas ventajas habituales las cuales nos ayudan a mantener nuestra propuesta de valor, acompañando a las empresas a implementar estas medidas preventivas.

Hemos provisto a nuestros clientes de tecnologías web para la continuidad y seguridad a su CC. Con respecto a nuestros equipos de trabajo, desde el día 1 emigramos al teletrabajo usando nuestro

WEBPAD para algunas áreas, con esto garantizamos y salvaguardamos nuestro recurso más importante: El recurso humano. Esta situación de proporciones mundiales nos hizo superar nuestras limitaciones y adelantar proyectos que teníamos mapeados hacerlo en el último trimestre del año.

Con la versión web de nuestro Pad de agente, aseguramos que los operadores puedan trabajar de forma remota a través de un navegador, integrando en un solo front-end todos los canales de contacto (Voz, Email, Chat, SMS, Facebook, Twitter y WhatsApp), manteniendo los datos asociados y el historial de cada cliente. Los operadores del contact center solo necesitan contar con una conexión de internet para poder loguearse con sus credenciales habituales, sin importar el lugar en el que se encuentren desarrollando su actividad laboral.

Paralelamente, lanzamos una solución de videollamada integrada en la plataforma para contact center que, a través de la tecnología WebRTC, permite mantener una videollamada de forma fluida con requisitos técnicos mínimos. El usuario elige cómo y cuándo comunicarse iniciando una llamada desde su ordenador o teléfono móvil. Los agentes reciben los llamados que son derivados a través del ACD según las prioridades de negocio establecidas. El operador y el cliente interactúan mediante video, pueden chatear y compartir archivos.

Ser flexible y adaptable es clave para enfrentar esta situación de proporciones mundiales, la tecnología que se incorpore a un Centro de Contacto deberá ser capaz de ayudar a una rápida expansión en la demanda en un lapso de tiempo corto. Los servicios en la nube ayudan a resolver este problema. El adoptar este tipo de tecnologías vuelve más ágiles y rentables las operaciones del CC.

Incorporar servicios en demanda ayudan a las organizaciones a tener un panorama más halagüeños con respecto a sus costos en el futuro, debido a que se aseguran de usar solo las herramientas y posiciones que usen. Minimizan servicios e infraestructura sobre utilizada.

Sabemos que muchos de nuestros clientes brindan servicios indispensables para la sociedad (empresas de servicios médicos, transporte terrestre, aéreo, entre otros), por lo cual continuamos trabajando de forma ininterrumpida, bajo las medidas de precaución correspondientes.

**Deseamos que nuestras soluciones permitan a las empresas llevar adelante sus actividades de forma regular, asegurando la calidad del servicio y sus puestos de trabajo.**



**mitrol** | Software para Contact Center

## PLATAFORMA WEB PARA TRABAJO A DISTANCIA

Gestione las interacciones de contacto de forma online a través de un navegador web, facilitando el trabajo remoto de los operadores.



Acceso desde cualquier ordenador



Módulo de supervisor disponible



Evaluaciones de desempeño



Acceso +100 reportes

## SOLUCIÓN DE VIDEOLLAMADA INTEGRADA EN EL CONTACT CENTER



El usuario elige cómo y cuándo comunicarse iniciando una llamada desde su ordenador o teléfono móvil. Los agentes reciben los llamados que son derivados a través del ACD según las prioridades de negocio establecidas.



Conozca todos los beneficios  
**SOLICITE UNA DEMO**

+52 (55) 1579 5344  
ventasmx@mitrol.net

[in company/mitrol](#)

[YouTube](#) MitrolTech



@mitrol



MitrolTech



mitrol.net

# Tecnología e Inteligencia de Negocio, soporte decisivo para sector seguros

B<sup>12</sup> Tech4Business



David Pérez, Country Manager de Agencia B12 México.

Empresas de diferentes nichos, cuya operación pudo ser trasladada o mantenida desde un entorno digital al comienzo de la contingencia por COVID-19, fueron capaces de mantener a flote sus negocios y los mejor preparados incluso sacaron buen rédito de la situación. Demos un vistazo al desempeño en la industria aseguradora.

El mundo cambió muy rápido en 2020. El INEGI registró 104,832 vehículos vendidos en enero; sin embargo, para mayo la cifra cayó hasta 42,028 ventas. El dato es relevante porque parte de seguros de auto se contratan para modelos nuevos y al caer la compra, se impacta la colocación de los mismos.

Por otra parte, las medidas para contener el virus llegaron al confinamiento de la población, frenar industrias de gran tamaño y hasta un programa emergente de No Circula. El escenario significó una reducción del uso de vehículos y la disminución de accidentes que ameritaran el servicio de cobertura.

Ante el impacto económico, hubo diferentes reacciones y a mitad de la contingencia las cosas tomaron un rumbo inesperado. Según la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA), y con las agencias automotrices cerradas, las ventas de mayo fueron 20.4% superiores a las de abril. Esto se atribuye directamente al empuje de los canales de venta a distancia, como atención telefónica, redes sociales, sitios web y atención a domicilio.

### La fórmula B12 ante la cuarentena

La respuesta de las aseguradoras fue, en términos generales, algo más que adecuada. Pues respondieron con ofertas atractivas y cambio de estrategias de *marketing* que se permitieron gracias a la caída de los índices de siniestralidad por la referida falta de uso del coche.

Es razonable pensar que, con una población cautiva en sus hogares y pendientes de la pantalla de sus dispositivos sobre la alarmante pandemia, las formas de llegar a los consumidores también se replantearan. Es una realidad constatable en *Google Trends* que en ese periodo cayó la demanda en Internet de dichos servicios, pero resultó más simple encontrarlos en campañas de redes sociales, *email marketing* y hasta SMS.

En B12 México trabajamos con las principales empresas de seguros y la respuesta que dimos frente a la crisis por Coronavirus fue colocar unas 6,180 pólizas, entre la segunda semana de marzo y la segunda semana de mayo. Esto fue posible gracias a estrategias de *marketing* digital y un *Smart Sales Center* de cientos de posiciones en modalidad *Home Office*.

### Tecnología al servicio de la venta

David Pérez, *Country Manager* de Agencia B12 México, explica cómo funcionan algunas de las soluciones propias de *Big Data* y analítica poder medir la eficiencia en las interacciones con los clientes, a fin de optimizar la venta de servicios de nuestros socios comerciales.

- **Desarrollo de modelos predictivos para anticipar potenciales fugas:** esto permite adelantar el contacto para reducir la no renovación de los usuarios.
- **Ejecución de modelos de lealtad:** una aplicación similar al tratamiento de miles de datos de los clientes que atendemos para identificar el mejor momento para contactar al cliente con alguna promoción o beneficio.
- **Implementación de modelos de empatía:** cada cliente es atendido por el agente más afín a su personalidad, lo que puede facilitar el diálogo comercial a fin de crecer los cierres de venta.
- **Analítica de conversaciones:** es un tema del día a día para nosotros. Nos permite saber cuáles son los motivos de queja, las objeciones de los potenciales compradores, así como las argumentaciones de los agentes, también en pro de mejorar nuestra estrategia comercial y resultados.
- **Auditoría del 100% de las conversaciones:** la tecnología *speech to text* es ideal para diagnosticar la operatividad de nuestra fábrica de ventas y uno de los diferenciales que nos distingue frente a muchos de los proveedores de teleservicios en los países en que operamos.



Debido a su tamaño y naturaleza, la industria aseguradora tenía todas las de perder durante una cuarentena como la que recién superamos; sin embargo, resultó ser lo contrario, un periodo de crecimiento atribuible a la Inteligencia de Negocio obtenida a través de la tecnología.

• Servicios de **Contact Center** • Gestión de **clientes**

• **Ventas incrementales** • Soluciones de **Big Data**

b12mexico   
 agenciab12   
 B12 Tech4Business

agenciab12.mx

Teléfono: +52 (55) 4774 1185 Email: mexico@agenciab12.com



Jorge Osorio,  
cofundador y director  
de servicios de  
Consultoría de CSI

# Las vulnerabilidades de plataformas virtuales para videoconferencias



La práctica del *home office* no es nueva, pero la demanda actual del trabajo en casa exige mayores prácticas de seguridad para los usuarios. Por ello, las empresas y organizaciones deben atender una demanda mayor del uso de sus recursos tecnológicos que, por el momento, se ubican externamente a su sitio normal de trabajo, lo que ha incrementado el riesgo de sufrir ataques de *hackers* que buscan aprovecharse de las brechas de seguridad abiertas por descuidos de los empleados y de las propias empresas.

No es sencillo establecer estrategias de trabajo remoto, sobre todo cuando se tienen que diseñar a partir de una contingencia y no forma parte de los procesos normales de la empresa. Ante ello, se deben considerar varios factores como las plataformas y programas a usar, además del nivel de conocimiento de cada empleado para gestionar los sistemas y su seguridad, considerando que, en la actual época que no sabemos cuánto va a durar, hemos visto un crecimiento exponencial del uso de los recursos, lo que aumenta las superficies de ataque.

Evidentemente, las actuales condiciones de trabajo han exigido una mayor demanda de plataformas de comunicación dedicadas a la realización de reuniones virtuales, como es el caso de Zoom, Microsoft Teams y Webex. En ese sentido, debemos saber que ninguna plataforma es completamente segura, y cada una es afectada por distintas vulnerabilidades. Es importante que los administradores de sistemas evalúen cada plataforma para que conozcan sus beneficios y sus límites, pero también sus debilidades en materia de seguridad y cómo reconocerlas y subsanarlas. Las mismas plataformas ya han ido mejorando sus protocolos de seguridad, pero ninguna es invulnerable.

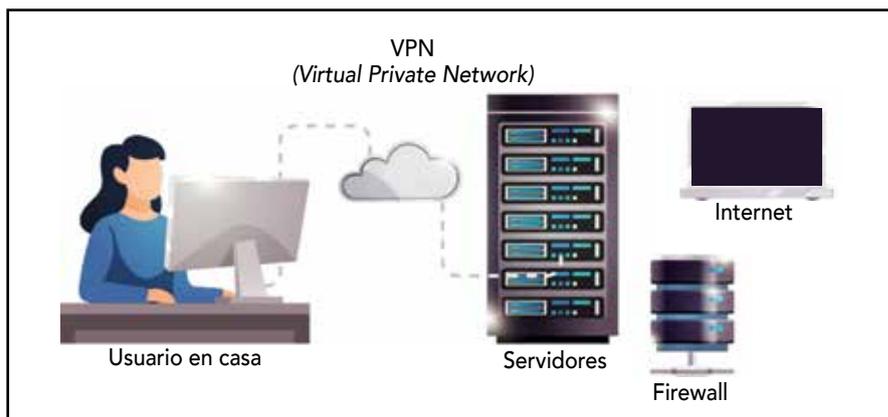
## COMPARATIVO DE ALGUNAS PLATAFORMAS DE VIDEOCONFERENCIA

\* Todas ofrecen versión sin costo y con pago, excepto BlueJeans, que no ofrece versión libre

|                 | Participantes por default | Pantalla compartida | Pizarra (whiteboard) | Recordatorio de cita | Cifrado extremo a extremo (encriptado) | APP móviles |
|-----------------|---------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|--|-------------|
| Zoom            | 100                       | Sí                  | Sí                   | Sí                   | No                                     | Sí          |
| Microsoft Teams | 250 (límite de tiempo)    | Sí                  | Sí                   | Sí                   | No                                     | Sí          |
| Google Meet     | 100                       | Sí                  | No                   | Sí                   | No                                     | Sí          |
| Skype           | 50                        | Sí                  | No                   | Sí                   | Opcional                               | Sí          |
| Webex           | 200                       | Sí                  | Sí                   | Sí                   | Opcional                               | Sí          |
| BlueJeans       | 100                       | Sí                  | Sí                   | Sí                   | No                                     | Sí          |

Por otro lado, los pormenores de usar las VPN (Red privada virtual), que se utilizan para crear una conexión encriptada desde la computadora del usuario hasta el sistema tecnológico de la empresa y que, si bien representa una opción, cuando se trata de trabajo en casa se debe verificar que el usuario cuente con banda ancha y que su proveedor de servicio le permita conectarse a una red de esta naturaleza, mediante un paquete y condiciones accesibles.

Una VPN es una extensión de la red local de la empresa, no es una conexión remota, y por ello los equipos en casa deben ser seguros, contar con antivirus y *firewalls*, porque aun cuando las VPN son un 'túnel seguro', pueden ser afectadas, aunque sean cifradas. Entre otras medidas, los encargados de controlar la VPN deben utilizar algoritmos robustos y suficientes, garantizar la cantidad de usuarios concurrentes, definir accesos con el mínimo privilegio y monitorear constantemente a los usuarios, sobre todo porque el equipo en casa también podría ser utilizado por alguien más que no sea el propio empleado.



Otras recomendaciones para aumentar la ciberseguridad son implementar actualizaciones automáticas para los equipos, deshabilitar canales inseguros (SSLv3, TLS 1.0, TLS 1.1, puerto 80), usar tecnología que permita verificar antes de realizar conexiones, y usar autenticación de doble factor, pero sobre todo concientizar al usuario para el trabajo remoto. ◆



DERIVADO DE LA SITUACIÓN ACTUAL POR LA QUE ESTAMOS PASANDO EL PLAN ES PROPORCIONAR SOLUCIONES A EMPRESAS QUE ESTÁN OPTANDO POR EL ACCESO REMOTO "HOME OFFICE".

TEL. (55) 5669-0939  
VENTAS@AHKSYSTEMS.COM



# DIGITAL CX Forum

## Nace Digital CX Forum

En estos momentos que enfrentamos una nueva realidad, en el IMT creemos muy importante mantenernos conectados, comunicados y fomentar la colaboración entre los diferentes actores de la industria de *Customer Experience*.

Por ello, el 19 de mayo pasado lanzamos el “1er Digital CX Forum”, una serie de eventos creados con el propósito de brindar contenido de valor para los miembros de nuestra comunidad, con diferentes tópicos que nos permitan enfrentar estos nuevos retos y salir fortalecidos de esta situación.

En este primer evento, Ma. Eugenia García, Directora General del IMT expresó: “En el IMT el escenario actual nos desafía y nos compromete a ser parte activa en la superación de esta crisis y hemos decidido tomar el reto con una gran responsabilidad. Aprovechamos esta contingencia para renovarnos, reinventarnos y evolucionar a una nueva era, con nuevas metodologías y formas de trabajo para organizar este nuevo foro en el que estamos hoy”.



**Digital CX Forum**, en su primera edición contó con la participación de 816 personas, 317 empresas y 14 países; se presentaron 7 conferencias, 1 taller especializado en Customer Experience, una expo virtual y 4 salas de interacción entre colegas y patrocinadores.

Agradecemos la participación de Priscilla Williams, Sara Álvarez, Carlos Escalante, Eduardo Garcés, Manuel Torres, Oscar Lazcano, Eva Guerrero y Valeria Pérez, quienes fueron los conferencistas de este primer programa digital. Asimismo, no podríamos organizar estos eventos sin el apoyo de nuestros patrocinadores:

### CALENDARIO DE EVENTOS VIRTUALES



EDICION 15

**PREMIO NACIONAL**

Excelencia en la Experiencia del Cliente y  
Centros de Contacto

EL pasado 10 de marzo, se llevó a cabo la entrega del Premio Nacional Excelencia del Cliente y Centros de Contacto, en el que se dieron cita las organizaciones más representativas de *Customer Experience* e interacción con clientes.  
¡conoce a los ganadores!



## MEJORES ORGANIZACIONES

| Mejor Estrategia de Servicio a Clientes, Sector BPO-KPO-ITO                            |   |  |
|--|---|--|
| <b>ORO</b>   | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Empresa:</b><br>Eficasia  | <b>Empresa:</b><br>Konexo Contact + Solution Center <b>Posadas</b>                        | <b>Empresa:</b><br>Eficasia  |
| <b>Nombre del caso:</b><br>Código infarto - ¿Qué dice tu corazón?                      | <b>Nombre del caso:</b><br>Conversa Konéxito  | <b>Nombre del caso:</b><br>Ponte cómodo que nosotros te ayudamos a transaccionar           |
| Mejor Estrategia de Servicio a Clientes, Sector Financiero y Seguros                   |   |  |
| <b>ORO</b>   | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Empresa:</b><br>Grupo Financiero Banorte  | <b>Empresa:</b><br>Citibanamex Seguros  | <b>Empresa:</b><br>Citibanamex Seguros   |
| <b>Nombre del caso:</b><br>Mexicanos fuertes.<br>De lo ordinario a lo extraordinario   | <b>Nombre del caso:</b><br>Un gran servicio es un gran ahorro                             | <b>Nombre del caso:</b><br>NPS de clase mundial  |
| Mejor Estrategia de Servicio a Clientes, Sector In Company                             |   |  |
| <b>ORO</b>   | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Empresa:</b><br>Consejo Ciudadano   | <b>Empresa:</b><br>TELETRAC   | <b>Empresa:</b><br>SAMSUNG   |
| <b>Nombre del caso:</b><br>DISI a los mensajes,<br>DISI a la ayuda, DISI a la vida     | <b>Nombre del caso:</b><br>Iluminando el camino<br>con experiencias memorables            | <b>Nombre del caso:</b><br>Un Servicio tan único como tú                                   |
| Mejor Estrategia de Ventas   |   |  |
| <b>ORO</b>   | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Empresa:</b><br>Banco del Bajío   | <b>Empresa:</b><br>HELVEX   | <b>Empresa:</b><br>Teleperformance   |
| <b>Nombre del caso:</b><br>Atiende, enfocado en el servicio<br>con resultado en ventas | <b>Nombre del caso:</b><br>Abriendo la llave<br>de una experiencia memorable              | <b>Nombre del caso:</b><br>Sales Reloaded 2.0 de transacción a venta<br>de experiencia     |
| Mejor Estrategia de Desarrollo Humano, Sector In Company                               |   |  |
| <b>ORO</b>   | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Empresa:</b><br>TELETRAC  | <b>Empresa:</b><br>Salud Digna  | <b>Empresa:</b><br>Citibanamex Seguros   |
| <b>Nombre del caso:</b><br>Iluminando el camino con experiencias<br>memorables         | <b>Nombre del caso:</b><br>Training ABC   | <b>Nombre del caso:</b><br>Esquema Integral de Capacitación                                |
| Mejor Estrategia de Desarrollo Humano, Sector BPO-KPO-ITO                              |   |  |
| <b>ORO</b>   | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Empresa:</b><br>PentaFon  | <b>Empresa:</b><br>Muñoz y Asociados  | <b>Empresa:</b><br>Muñoz y Asociados   |
| <b>Nombre del caso:</b><br>La diferencia la hacen las personas                         | <b>Nombre del caso:</b><br>Educativo - alianza universidad de<br>Guanajuato en línea UVEG | <b>Nombre del caso:</b><br>Dejando huella  |
| Mejor Estrategia de Operación In Company, Sector Financiero y Seguros                  |   |  |
| <b>ORO</b>   | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Empresa:</b><br>HSBC  | <b>Empresa:</b><br>American Express   | <b>Empresa:</b><br>American Express  |
| <b>Nombre del caso:</b><br>Evolución, del servicio a un Profit Center<br>de excelencia | <b>Nombre del caso:</b><br>¡De México para el mundo!                                      | <b>Nombre del caso:</b><br>Creadores de sinergia para respaldar a<br>clientes corporativos |
| Mejor Estrategia de Operación In Company   |   |  |
| <b>ORO</b>   | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Empresa:</b><br>TELETRAC  | <b>Empresa:</b><br>GNP  | <b>Empresa:</b><br>IZZI  |
| <b>Nombre del caso:</b><br>Iluminando el camino<br>con experiencias memorables         | <b>Nombre del caso:</b><br>Una manera innovadora de ajustar<br>el siniestro de autos      | <b>Nombre del caso:</b><br>Gestión automática de decisión                                  |
| Mejor Estrategia de Operación BPO-KPO-ITO  |   |  |
| <b>ORO</b>   | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Empresa:</b><br>Eficasia  | <b>Empresa:</b><br>Teleperformance  | <b>Empresa:</b><br>TECSA   |
| <b>Nombre del caso:</b><br>Un modelo de atención digital<br>al alcance del ciudadano   | <b>Nombre del caso:</b><br>i-Do consola de negociación                                    | <b>Nombre del caso:</b><br>Evolución de la venta de gas LP<br>a la era digital             |



# MEJORES ORGANIZACIONES

| Mejor Estrategia de Operación Sector Gobierno  |   |   |
|--|---|---|
| ORO  | PLATA   | BRONCE  |
| <b>Empresa:</b><br>Consejo Ciudadano<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Integrando el uso de WhatsApp a la denuncia ciudadana                                       | <b>Empresa:</b><br>CONDUSEF<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Jóvenes trascendiendo en la vida financiera de los ciudadanos | <b>Empresa:</b><br>Eficasia<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>OMT – Reinventando el modelo de atención médica                         |
| Mejor Contribución Tecnológica, Sector BPO-KPO-ITO   |   |   |
| ORO  | PLATA   | BRONCE  |
| <b>Empresa:</b><br>Konexo Contact + Solution Center con <b>Sura</b><br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Kioscos de atención exprés: más allá de una solución digital | <b>Empresa:</b><br>Muñoz y Asociados<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Automatización de tareas                             | <b>Empresa:</b><br>TECSA<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Evolución de la comercialización de gas LP a la era digital                |
| Mejor Contribución Tecnológica   |   |   |
| ORO  | PLATA   | BRONCE  |
| <b>Empresa:</b><br>Grupo Proa<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Salud inteligencia artificial = autoservicio ¡Hoy!   | <b>Empresa:</b><br>Telefónica Movistar<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>App Movistar Mx   Experiencia del cliente          | <b>Empresa:</b><br>Citibanamex Seguros<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Sistema central de quejas, una implementación sin precedente |
| Mejor Estrategia de Multicanal / Omnicanal   |   |   |
| ORO  | PLATA   | BRONCE  |
| <b>Empresa:</b><br>TECSA<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Evolución de la comercialización de gas LP a la era digital   | <b>Empresa:</b><br>SAMSUNG<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>El soporte que siempre está contigo                            | <b>Empresa:</b><br>Teleperformance<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>CP BOT for Whatsapp, revolucionando negocio y atención           |
| Mejor Contribución en Responsabilidad Social   |   |   |
| ORO  | PLATA   | BRONCE  |
| <b>Empresa:</b><br>HELVEX<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Ahorramos agua, ganamos todos: Programa de distinción al uso responsable del agua                      | <b>Empresa:</b><br>Salud Digna<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Octubre rosa   | <b>Empresa:</b><br>Citibanamex Seguros<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Tu póliza te acompaña  |
| Mejor Estrategia de Customer Experience CX   |   |   |
| ORO  | PLATA   | BRONCE  |
| <b>Empresa:</b><br>SAMSUNG<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Servicio con corazón  | <b>Empresa:</b><br>Teleperformance<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Desde México servicio y experiencia de clase mundial   | <b>Empresa:</b><br>TECSA<br><br><b>Nombre del caso:</b><br>Evolución de la comercialización de gas LP a la era digital                |
| PREMIO GLOBAL CIC 2019 V2.0  |   |   |
| ORO  |   |   |
| <b>Empresa:</b><br>ADT Private Security Services de México<br><br><b>Presea:</b><br>Organización con el mayor crecimiento vs el año anterior                       |   |   |
| PREMIO GLOBAL CIC 2019 V2.0  |   |   |
| ORO  |   |   |
| <b>Empresa:</b><br>HDI Seguros<br><br><b>Presea:</b><br>Organización con el más alto puntaje en su primera evaluación  |   |   |
| PREMIO GLOBAL CIC 2019 V2.0  |   |   |
| ORO  |   |   |
| <b>Empresa:</b><br>Konexo Contact + Solution Center<br><br><b>Presea:</b><br>Organización con el más alto puntaje de todas las organizaciones certificadas         |   |   |



## Mejor Estrategia de Servicio a Clientes, Sector BPO-KPO-ITO



ORO

**Empresa:**  
Eficasia

**Nombre del caso:**  
Código infarto -  
¿Qué dice tu corazón?



Martín Barragán, Héctor Vargas, Juan José Flores, Jorge Herrera, Devora Adalid, Claudia Vázquez, Gabriela Borrayo, Eduardo Oropeza, Ricardo Fonseca y Cristian Carrasco.



PLATA

**Empresa:**  
Konexo Contact +  
Solution Center Posadas

**Nombre del caso:**  
Conversa Konéxito



Román Tena y Cristina Ornelas.



BRONCE

**Empresa:**  
Eficasia

**Nombre del caso:**  
Ponte cómodo que nosotros  
te ayudamos a transaccionar



Cristian Carrasco, Juan Puon, Pedro Montes e Iván Vázquez.

## Mejor Estrategia de Servicio a Clientes, Sector Financiero y Seguros



Héctor Abrego, Cristina Martínez, Karina González y Mirthala López.

ORO

**Empresa:**  
Grupo Financiero Banorte

**Nombre del caso:**  
Mexicanos fuertes.  
De lo ordinario  
a lo extraordinario



Enrique Granillo, Raúl Rodríguez, Martha Grande, Aidé Ramos, Yulian Gutiérrez, José Rico y Alan Ramos.

PLATA

**Empresa:**  
Citibanamex Seguros

**Nombre del caso:**  
Un gran servicio  
es un gran ahorro



BRONCE

**Empresa:**  
Citibanamex Seguros

**Nombre del caso:**  
NPS de clase mundial



## Mejor Estrategia de Servicio a Clientes, Sector In Company



ORO

**Empresa:**  
Consejo Ciudadano

**Nombre del caso:**  
DISI a los mensajes,  
DISI a la ayuda, DISI a la vida



Mizraim Partida, Graciano Cruz, Nancy Edith Ayón, Daniela Fernanda Romero, Guadalupe Fernández, Miguel Rodrigo Delgado, Claudia Cyrene Rivera, Francisco Garduño y Amairani Marlene Ramírez.



PLATA

**Empresa:**  
TELETRAC

**Nombre del caso:**  
Un servicio tan único  
como tu



Josué Ortiz, Elizabeth Castro, Mariana Álvarez, Adán García, Navil Vázquez, Alfonso del Castillo, Mario Aguilar.



BRONCE

**Empresa:**  
SAMSUNG

**Nombre del caso:**  
Un servicio tan único como tú



Kyungle Rho, Celso Mondragón, Alejandra García, Sang Lik Lee y Sung Hoon Park.

## Mejor Estrategia de Ventas



Juan Carlos Rivera, José de Jesús Gallo, Juan Luis Martínez y Carlos Álvarez.

ORO

**Empresa:**  
Banco del Bajío

**Nombre del caso:**  
Atiende, enfocado en el servicio con resultado en ventas



Carlos Giordani, José Luis Pacheco, Juan Aguilar, Carolina Melquiades, Adelaida Montes y Salvador Olivares.

PLATA

**Empresa:**  
HELVEX

**Nombre del caso:**  
Abriendo la llave de una experiencia memorable



César Zapata, Óscar Tiscareño, Luis Fernando Juárez, Alejandro Carmona, Manuel Laborde, Lizeth Cordoba, Gaona y Carlos Escalante.

BRONCE

**Empresa:**  
Teleperformance

**Nombre del caso:**  
Sales Reloaded 2.0 de transacción a venta de experiencia



## Mejor Estrategia de Desarrollo Humano, Sector *In Company*



ORO

**Empresa:**  
TELETRAC

**Nombre del caso:**  
Iluminando el camino  
con experiencias memorables



Mario Aguilar, Elizabeth Castro, Roberto Martínez, Navil Vázquez, Josué Ortiz, Adán García, Mariana Álvarez, Alfonso del Castillo y Víctor Camargo.



PLATA

**Empresa:**  
Salud Digna

**Nombre del caso:**  
Training ABC



Nidia Beltrán, Norma Gabriela Gudiño, Areli Murillo, Rosario López, Cindy Tostado, Abigail Valenzuela y Francisco Corro.



BRONCE

**Empresa:**  
Citibanamex Seguros

**Nombre del caso:**  
Esquema Integral de  
Capacitación



Arturo Santiago, Adrián Solís, Antonio Gómez, América San Vicente, Federico Robles, Edith Zepeda, Silvia Cabrera, Norka Lastra, Alan Ramos, Elizabeth Bartolo, Janet Ruiz, Martha Grande, Jessica Medina, Erika Muñoz, Raúl Rodríguez, Enrique Granillo, Marina González, Mónica Sánchez, José Rico, Yulian Gutiérrez, Aidé Ramos, Gerardo Rocha y Andrea Hernández.

## Mejor Estrategia de Desarrollo Humano, Sector BPO-KPO-ITO



Filiberto Mondragón, Rolando Blanco, Daniel Gutiérrez, Víctor Quiroz, Irasema Sánchez, Roberto Pintos, Marcelo Herrera y Gerardo Islas.

ORO

**Empresa:**  
Pentafon

**Nombre del caso:**  
La diferencia la hacen las personas



César Osvaldo Muñoz, Luis Eduardo Rodríguez, Norma Angélica Resendiz y Verónica Velázquez.

PLATA

**Empresa:**  
Muñoz y Asociados

**Nombre del caso:**  
Educativo - alianza universidad de Guanajuato en línea UVEG



BRONCE

**Empresa:**  
Muñoz y Asociados

**Nombre del caso:**  
Dejando huella



## Mejor Estrategia de Operación *In Company*, Sector Financiero y Seguros



ORO

**Empresa:**  
HSBC

**Nombre del caso:**  
Evolución, del servicio a un  
*Profit Center* de excelencia



Equipo HSBC encabezados por Rodrigo Rueda Raigosa, Director *Inbound Contact Center*.



**Empresa:**  
American Express

**Nombre del caso:**  
¡De México para el mundo!

**AMERICAN EXPRESS**



BRONCE

**Empresa:**  
American Express

**Nombre del caso:**  
Creadores de sinergia para  
respaldar a clientes  
corporativos

**AMERICAN EXPRESS**



**SUSCRÍBETE**  
**\$350.00 ANUALES**

No pierdas la oportunidad ... "ContactForum la revista más importante de la Industria en México y Latinoamérica"

Nombre .....

Empresa ..... Cargo .....

Calle y Núm. .... Colonia .....

Ciudad ..... Estado .....

C.P. .... e-mail .....

Giro empresa ..... Tel. ....

Datos de facturación .....

Favor de realizar su pago en BBVA Bancomer, S.A. a la cuenta 0444105060, Sucursal 0021 Revolución Barranca, a nombre del Instituto Mexicano de Telemarketing, S.C. Clabe interbancaria: 012180004441050604 Código swift: BCMRMXMM

## Las mejores prácticas en Customer Experience

Puedes descargarla en tus dispositivos móviles



INFORMES:

Tel. + (52) 5340 2290 ext. 3030

Lourdes Adame - l.adame@imt.com.mx

Susana Delgado - s.delgado@imt.com.mx

f /IMTContactForum @IMT\_

## Mejor Estrategia de Operación *In Company*



Adán García, Mariana Álvarez, Elizabeth Castro, Roberto Martínez, Navil Vázquez y Dafne Meymar.

ORO

**Empresa:**  
TELETRAC

**Nombre del caso:**  
Iluminando el camino  
con experiencias  
memorables



Laura Solís, Brenda Chávez, Tania González, Nancy Suárez, Carlos Alavez, Marlene Veras, Saúl Martínez, Giovanni Corti, Erick Lozcano, Marco Lemur, Ismael Sánchez y Carlos Malanche

PLATA

**Empresa:**  
GNP

**Nombre del caso:**  
Una manera innovadora  
de ajustar el siniestro de autos



Luis Alberto López, Job Yoshua Zea, Hugo Enrique Barrera, Ana Michel García y Edgar Gerardo Barrera.

BRONCE

**Empresa:**  
IZZI

**Nombre del caso:**  
Gestión automática de decisión



## Mejor Estrategia de Operación BPO-KPO-ITO



**ORO**

**Empresa:**  
Eficasia

**Nombre del caso:**  
Un modelo de atención digital  
al alcance del ciudadano



Karen Rojo, Ricardo Olguín, Miguel Martínez, Omar Mejía, Metzly Zamorano, Paulina López, Adriana Martínez, Verónica Madrigal, Susana López y José Morales.



**PLATA**

**Empresa:**  
Teleperformance

**Nombre del caso:**  
i-Do consola de negociación



Jared Rivas, Fabricio Garibay, Manuel Laborde, Jeanette Hernández, Humberto Robinson y Hugo Reyes.



**BRONCE**

**Empresa:**  
TECSA

**Nombre del caso:**  
Evolución de la venta  
de gas LP a la era digital



Juan Pablo Ruiz, Rodrigo Sosa y Tomás Villareal.

## Mejor Estrategia de Operación Sector Gobierno



Mizraim Partida, Miguel Rodrigo Delgado, Daniela Fernanda Romero, Nancy Edith Ayón, Francisco Garduño, Amairani Marlene Ramírez, Graciano Cruz y Claudia Cyrene Rivera.

ORO

**Empresa:**  
Consejo Ciudadano

**Nombre del caso:**  
Integrando el uso de  
WhatsApp a la denuncia  
ciudadana



Alejandra Posadas, Luz Hiram Laguna y Mayra Villanueva.

PLATA

**Empresa:**  
CONDUSEF

**Nombre del caso:**  
Jóvenes trascendiendo en  
la vida financiera de los  
ciudadanos



Cristian Carrasco, María Elena, Héctor Vargas, Jorge Herrera, Jéssica Rayas, Juan José Flores, Claudia Vázquez, Eduardo Oropeza, Ricardo Fonseca, Magdalena Arias y Amaury Sánchez.

BRONCE

**Empresa:**  
Eficasia

**Nombre del caso:**  
OMT – Reinventando el modelo  
de atención médica



## Mejor Contribución Tecnológica, Sector BPO-KPO-ITO



ORO

**Empresa:**  
Konexo Contact +  
Solution Center con Sura

**Nombre del caso:**  
Kioscos de atención exprés:  
más allá de una solución digital



Javier Nuñez, Roberto Talavera, José Jaime Lozano, Citlalli Becerril, Cristina Ornelas, José Antonio Valencia, Verónica Hernández, Javier Cárdenas, Paola Noguez, Mercedes Beatriz Sequera, Román Tena, y Christian Román Vargas.



PLATA

**Empresa:**  
Muñoz y Asociados

**Nombre del caso:**  
Automatización de tareas



José Humberto Lévano, Sandra Lagos, Verónica Velázquez, Óscar Hernández, Fernando Nahum Ramírez, Norma Angélica Resendiz, Luis Eduardo Rodríguez, Martín Muñoz, César Osvaldo Muñoz y Alejandro García.



BRONCE

**Empresa:**  
TECSA

**Nombre del caso:**  
Evolución de la comercialización  
de gas LP a la era digital



Juan Pablo Ruiz, Rodrigo Sosa y Tomás Villareal.

## Mejor Contribución Tecnológica



Emilio Montoya, Linda Arano, Gerardo Islas, Marcelo Herrera, Óscar Valladares, Roberto Pintos, Víctor del Valle, Benjamín Díaz de León, Clara Martínez y Héctor Vázquez.

ORO

**Empresa:**  
Grupo Proa

**Nombre del caso:**  
Salud inteligencia artificial =  
autoservicio ¡Hoy!



Mariano Hansen, Ernesto Rincón, Alberto Pascual Cruz, Daniel Guerrero, Karla Castro, Fernando Guerrero, Juan José Avendaño, Alfonso Romero, Itzel Blanco y Fabiola Montiel.

PLATA

**Empresa:**  
Telefónica Movistar

**Nombre del caso:**  
App Movistar Mx |  
Experiencia del cliente



Enrique Granillo, Alan Ramos, Raúl Rodríguez y Martha Grande.

BRONCE

**Empresa:**  
Citibanamex Seguros

**Nombre del caso:**  
Sistema central de quejas,  
una implementación sin precedente



## Mejor Estrategia de Multicanal / Omnicanal



ORO

**Empresa:**  
TECSA

**Nombre del caso:**  
Evolución de la comercialización  
de gas LP a la era digital



Juan Pablo Ruiz, Rodrigo Sosa y Tomás Villarel



PLATA

**Empresa:**  
SAMSUNG

**Nombre del caso:**  
El soporte que siempre  
está contigo



Kyungle Rho, Sung Hoon Park, Sang Lik Lee y Celso Mondragón.



BRONCE

**Empresa:**  
Teleperformance

**Nombre del caso:**  
CP BOT for Whatsapp, revolu-  
cionando negocio y atención



Jared Rivas, Fabricio Garibay, Manuel Laborde, Jeanette Hernández, Humberto Robinson y Hugo Reyes.

## Mejor Contribución en Responsabilidad Social



Armando Gaspar, Raquel Castro, Carolina Melquiades, Luisa Galindo, Alma Meneses, Ana Lilia Gutiérrez, Sergio Miranda, José Cardoso, Adelaida Montes, Jorge Barbará, Roberto Herrasti, Salvador Olivares, Evelyn Ibarra, Francisco Ortiz, María Eugenia Salas, José Luis Pacheco, Luis Tovar, Carlos Giordani y Juan Aguilar.

ORO

**Empresa:**  
HELVEX

**Nombre del caso:**  
Ahorrarnos agua, ganamos todos: Programa de distinción al uso responsable de agua



Pedro Josué Vidal, Cindy Tostado, Rosario López y Nidia Beltrán.

PLATA

**Empresa:**  
Salud Digna

**Nombre del caso:**  
Octubre rosa



Federico Robles, Arturo Santiago, Raúl Rodríguez, Janet Ruiz, Jessica Medina, Martha Grande, Alan Ramos y Enrique Granillo.

BRONCE

**Empresa:**  
Citibanamex Seguros

**Nombre del caso:**  
Tu póliza te acompaña



## Mejor Estrategia de *Customer Experience* CX



ORO

**Empresa:**  
SAMSUNG

**Nombre del caso:**  
Servicio con corazón



Kyungle Rho, Celso Mondragón, Sung Hoon Park, Alejandra García y Sang Lik Lee.



PLATA

**Empresa:**  
Teleperformance

**Nombre del caso:**  
Desde México servicio y experiencia de clase mundial



Manuel Laborde, Paul Trujillo, César Zapata, Karime Casteñado, David Pérez, Luis Fernando Juárez, Frank Hao Yu, Eric Yang Ping, Salvador Martínez, Erik Peña, Marco Moguel, José Valdivieso y Israel Yllezcas.



BRONCE

**Empresa:**  
TECSA

**Nombre del caso:**  
Evolución de la comercialización de gas LP a la era digital



Juan Pablo Ruiz, Rodrigo Sosa y Tomás Villareal.

PREMIO GLOBAL CIC 2019 V2.0



Alejandro Aguilar, Salvador Hernández, Heidi De La Rosa, Patricia Zamudio, Gabriela Esquivel, Brahyan Mendoza, Nelly Ramos, Lidia Huitron, Fabila Aguilar, Marlem Hernández, Blanca González, Mariel Maldonado, Oscar Zetina, Felipe Bernal, Erik Castañeda, Mario Murguía, Santiago Echeveste, Jonathan Miranda y Fernand Mendoza.

ORO

**Empresa:**  
ADT Private Security  
Services de México

**Presea:**  
Organización con  
el mayor crecimiento  
vs el año anterior



PREMIO GLOBAL CIC 2019 V2.0



Gerardo Hernández, Gabriel López, Julio Ramírez, Luis Contreras, Ignacio González, Marcelo Ramírez, Gregorio Pérez, Esaú Rodríguez, Daniel Ceballos, Samuel Angulo, Gabriela Ávila y Ruth Aldrete.

ORO

**Empresa:**  
HDI Seguros

**Presea:**  
Organización  
con el más alto  
puntaje en su primera  
evaluación



PREMIO GLOBAL CIC 2019 V2.0



José Antonio Valencia y Cristina Ornelas.

ORO

**Empresa:**  
Konexo Contact + Solution Center

**Presea:**  
Organización con el más alto  
puntaje de todas las  
organizaciones certificadas



## MEJORES TALENTOS

| Mejor Ejecutivo de Contacto   |   |  |
|---|---|--|
| <b>ORO</b>  | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Nombre:</b><br>Mercedes Beatriz Sequera Tovar<br><b>Empresa:</b><br>Konexo Contact + Solution Center | <b>Nombre:</b><br>Javier Cardenas García<br><b>Empresa:</b><br>Konexo Contact + Solution Center | <b>Nombre:</b><br>Maricela De la Cueva García<br><b>Empresa:</b><br>American Express |
| Mejor Supervisor  |   |  |
| <b>ORO</b>  | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Nombre:</b><br>Beatriz Ibarra González<br><b>Empresa:</b><br>DHL Express México                      | <b>Nombre:</b><br>Myriam Alejandra Peña Morales<br><b>Empresa:</b><br>American Express          | <b>Nombre:</b><br>Chabely Gallegos Bielma<br><b>Empresa:</b><br>Eficasia             |
| Mejor Coordinador   |   |  |
| <b>ORO</b>  | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Nombre:</b><br>Christian Román Vargas Gómez<br><b>Empresa:</b><br>Konexo Contact + Solution Center   | <b>Nombre:</b><br>Paola Noguez Reyes<br><b>Empresa:</b><br>Konexo Contact + Solution Center     | <b>Nombre:</b><br>Norma Gabriela Gudiño Machado<br><b>Empresa:</b><br>Salud Digna    |
| Mejor Gerente   |   |  |
| <b>ORO</b>  | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Nombre:</b><br>Carlos Omar Alejandro Martínez Vega<br><b>Empresa:</b><br>DHL Express México          | <b>Nombre:</b><br>Erick Jiménez Muñoz<br><b>Empresa:</b><br>Cinépolis                           | <b>Nombre:</b><br>Oscar Camacho Ruíz<br><b>Empresa:</b><br>Telvista                  |
| Mejor Director  |   |  |
| <b>ORO</b>  | <b>PLATA</b>  | <b>BRONCE</b>  |
| <b>Nombre:</b><br>Jorge Barbará Morfín<br><b>Empresa:</b><br>HELVEX                                     | <b>Nombre:</b><br>Raúl Abraham Rodríguez Villa<br><b>Empresa:</b><br>Citibanamex Seguros        | <b>Nombre:</b><br>Alfredo Salgado Covarrubias<br><b>Empresa:</b><br>Telvista         |



**ORO**

**Mercedes Beatriz Sequera Tovar**  
**Konexo Contact + Solution Center**

### Mejor Ejecutivo de Contacto



**PLATA**

**Javier Cardenas García**  
**Konexo Contact + Solution Center**



**BRONCE**

**Maricela De la Cueva García**  
**American Express**



Mejor Supervisor



ORO

Beatriz Ibarra González  
DHL Express México



PLATA

Myriam Alejandra Peña Morales  
American Express



BRONCE

Chabely Gallegos Bielma  
Eficasia

Mejor Coordinador



ORO

Christian Román Vargas Gómez  
Konexo Contact + Solution Center



PLATA

Paola Noguez Reyes  
Konexo Contact + Solution Center

Mejor Coordinador



BRONCE

Norma Gabriela Gudiño Machado  
Salud Digna



ORO

Carlos Omar Alejandro Martínez Vega  
**DHL Express México**



Mejor Gerente



PLATA

Erick Jiménez Muñoz  
**Cinépolis**



BRONCE

Óscar Camacho Ruíz  
**Telvista**

Mejor Director



ORO

Jorge Barbará Morfín  
**HELVEX**



PLATA

Raúl Abraham Rodríguez Villa  
**Citibanamex Seguros**

Mejor Director



BRONCE

Alfredo Salgado Covarrubias  
**Telvista**

**Mejor Estrategia de Servicio a Clientes**

**Empresa:**  
BestDay

**Nombre del caso:**  
Haciendo sueños realidad: Operación Disney

**Mejor Estrategia de Ventas**

**Empresa:**  
Telvista

**Nombre del caso:**  
Knwo your customer

**Mejor Estrategia de Desarrollo Humano**

**Empresa:**  
Impulse

**Nombre del caso:**  
CEA - Contato - Emoción - Arte

**Mejor Estrategia de Operación BPO – KPO - ITO**

**Empresa:**  
RSS

**Nombre del caso:**  
Implementación de Contact Center RCI Norteamérica

**Mejor Contribución Tecnológica**

**Empresa:**  
Telvista

**Nombre del caso:**  
TelvistaLife

**Mejor Estrategia de Multicanal / Omnicanal**

**Empresa:**  
American Express

**Nombre del caso:**  
La prevención es la solución

**Mejor Estrategia de Servicio a Cliente**

DIAMANTE

**Empresa:**  
BestDay

**Nombre del caso:**  
Haciendo Sueños Realidad:  
Operación Disney



**Mejor estrategia de ventas**

DIAMANTE

**Empresa:**  
Telvista

**Nombre del caso:**  
Knwo Your Customer



Alfredo Sánchez, Carlos López, Eduardo Magaña, Yazmin Cruz, Lucy Luján, Laura Olivas, Christian Toscano, Alfredo Salgado y Aarón Ontiveros.

**Mejor estrategia de desarrollo humano**



**DIAMANTE**

**Empresa:**  
Impulse

**Nombre del caso:**  
CEA - Contacto - Emoción - Arte



Omar Crespo, Miguel Gutiérrez, Ernesto Mora, Antonio Alonso, Martín Saucedo, Cristina Guerrero, Rafael Zarza y Víctor Terrones.

**Mejor estrategia de operación BPO-KPO-ITO**



**DIAMANTE**

**Empresa:**  
RSS

**Nombre del caso:**  
Implementación de  
Contact Center  
RCI Norteamérica



Gabriel Vega, Sebastián González, Thalia González, Carlos Flores, Ana González, Mónica Villegas, Alejandro Casado, Ana Romero, Luis Ramos, Sandra Hernández y Moisés González.

**Mejor contribución tecnológica**



**DIAMANTE**

**Empresa:**  
Telvista

**Nombre del caso:**  
TelvistaLife



César Romo, Lucy Luján, Alfredo Sánchez, Laura Olivas y Alfredo Salgado.

**Mejor es**



**DIAMANTE**

**Empresa:**  
American Express

**Nombre del caso:**  
La prevención es la solución



# México fue sede del Premio LATAM 2020



El pasado 10 de marzo se celebró la 9ª Edición del Premio LATAM en la Ciudad de México, bajo la organización del Instituto Mexicano de Teleservicios, te presentamos a los ganadores.

## GANADORES

| CATEGORÍA           | NOMBRE                   | EMPRESA      | PREMIO                  | PAÍS     |
|---------------------|--------------------------|--------------|-------------------------|----------|
| Ejecutivo del año   | Carlos Fernando Sánchez  | Emergia      | Oro                     | Colombia |
| Ejecutivo del año   | Estela Spelt             | Visión Banco | Reconocimiento Especial | Paraguay |
| Profesional del año | Diana Catalina Velásquez | Konecta      | Reconocimiento Especial | Colombia |

## GANADORES

| CATEGORÍA   | CASO  | EMPRESA                             | PREMIO | PAÍS      |
|---|---|-------------------------------------|--------|-----------|
| <b>Mejor Estrategia en la Organización</b>            | Optimizando la experiencia del cliente  | Callcom BPO & Contact Center        | Oro    | México    |
|   | Guardianes de la vida   | Konecta                             | Plata  | Colombia  |
|   | Atención ejecutiva  | MRV                                 | Bronce | Brasil    |
| <b>Mejor Estrategia de Ventas</b>                     | Estrategia en la consolidación de grupos operativos de servicio y ventas  | American Express                    | Oro    | México    |
|   | One of pininfarina - La sensación de vivir en un lugar exclusivo  | Cyrela                              | Plata  | Brasil    |
|   | Canal de ventas directas  | Electroban                          | Bronce | Paraguay  |
| <b>Mejor Estrategia de Cobranza</b>                   | Cobranza, la nueva experiencia de cliente   | Atento                              | Oro    | México    |
|   | Talento humano, analítica y robótica: Tres pilares para una cobranza de la cuarta revolución                              | Konecta                             | Plata  | Colombia  |
|   | Cobranzas de exportación: Modelo <i>partnership</i>   | CIDESA                              | Bronce | Paraguay  |
| <b>Mejor Estrategia de Desarrollo Humano</b>          | Conversacomigo  | Banco do Brasil                     | Oro    | Brasil    |
|   | CEA - Contacto Emoción Arte   | Impulse Telecom                     | Plata  | México    |
|   | El elemento K - Nuestra pasión y talento al servicio del aprendizaje  | Konecta                             | Bronce | Colombia  |
| <b>Mejor Contribución Tecnológica</b>                 | SOS rescate virtual   | Emtelco                             | Oro    | Colombia  |
|   | (Confort + productividad) (tecnología) = gente amando su trabajo  | DHL Express                         | Plata  | México    |
|   | Experiencia Keepcon. Cómo generar eficiencias a partir de inteligencia artificial basada en tecnología semántica          | Keepcon                             | Bronce | Argentina |
| <b>Mejor Contribución en Responsabilidad Social</b>   | Hola yo soy Hugo, el intérprete digital de lengua de signos del bmg!  | Banco BMG S/A                       | Oro    | Brasil    |
|   | Mejor contribución en responsabilidad social empresarial  | Atento                              | Plata  | Argentina |
|   | Gota a gota la vida, la salva o la agotas   | Interactivo Contact Center SA       | Bronce | Colombia  |
| <b>Mejor Estrategia de Operación Sector Ciudadano</b> | Programa: ¡El cliente es todo para nosotros!  | Neoenergía                          | Oro    | Brasil    |
|   | Cómo resolverte todo en la primera cita   | Konecta                             | Plata  | Argentina |
| <b>Mejor Operación de Empresa Tercerizadora</b>       | Tecnología + ciberseguridad, el nuevo modelo de la satisfacción   | Americas Business Process Services  | Oro    | Colombia  |
|   | La efectividad de lo simple   | Konecta                             | Plata  | Colombia  |
|   | Ripley: Acortando el camino.  | Eficasia                            | Bronce | México    |
| <b>Mejor Operación Interna</b>                        | ¿High performance: Incrementando la satisfacción del cliente implementando un modelo de alto rendimiento en la operación? | Telefónica Movistar México          | Oro    | México    |
|   | Innovación y calidad en el control financiero de Latinoamérica  | DIAGEO Enterprise Operations Bogotá | Plata  | Colombia  |
|   | Positivo tecnología - Call Center interno   | Positivo Tecnología                 | Bronce | Brasil    |
| <b>Mejor Estrategia en Customer Experience</b>        | El cliente en el centro de todo lo que hacemos  | Banco Itaú                          | Oro    | Argentina |
|   | Guardianes de la vida   | Konecta                             | Plata  | Colombia  |
|   | Asamblea en vivo - Desintermediación digital para el cliente Tegra  | Tegra Incorporadora                 | Bronce | Brasil    |
| <b>Mejor Estrategia Multicanal</b>                    | Customer Service, tú eliges como contactarnos...  | Samsung                             | Oro    | México    |
|   | Naranja. Una experiencia en redes sociales  | Evoltis                             | Plata  | Argentina |
|   | Agi Live Tegra - Una experiencia que rompe el tiempo y el espacio   | Tegra Incorporadora                 | Bronce | Brasil    |

Mejor Estrategia en la Organización



**Empresa:**  
Callcom BPO & Contact Center

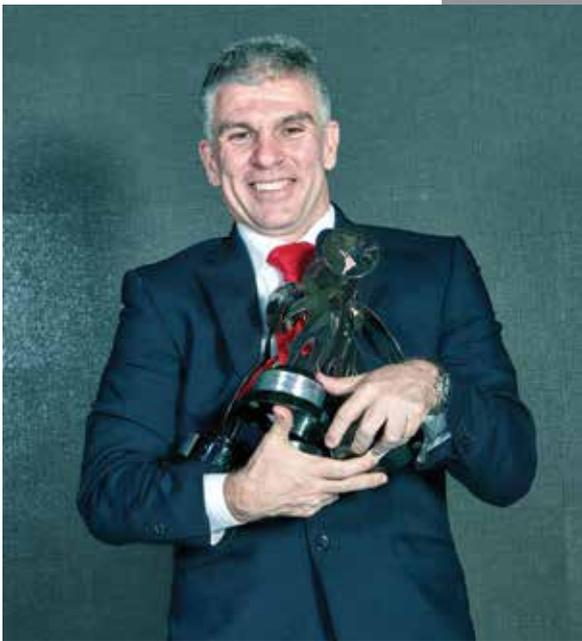
**País:**  
México

**Nombre del caso:**  
Optimizando la experiencia del cliente

ORO



Alberto Pérez, Mauricio Becerra y Nancy Cavazos.



Jaime Andrés Eusse.



**Empresa:**  
Konecta

**País:**  
Colombia

**Nombre del caso:**  
Guardianes de la vida

PLATA



**Empresa:**  
MRV

**País:**  
Brasil

**Nombre del caso:**  
Atención ejecutiva

BRONCE



Joice Cristina Silva.

Mejor Estrategia de Ventas



**Empresa:**  
American Express

**País:**  
México

**Nombre del caso:**  
Estrategia en la consolidación de grupos operativos de servicio y ventas

ORO



**Empresa:**  
Cyrela

**País:**  
Brasil

**Nombre del caso:**  
*One of pininfarina* -  
La sensación de vivir en un lugar exclusivo

PLATA



Caroline Mathias y Ana Elisa Campos.



**Empresa:**  
Electroban

**País:**  
Paraguay

**Nombre del caso:**  
Canal de ventas directas

BRONCE

Luis Urbina, José Rivarola y Elsa Beatriz Medina.

Mejor Estrategia de Cobranza

**Empresa:**  
Atento

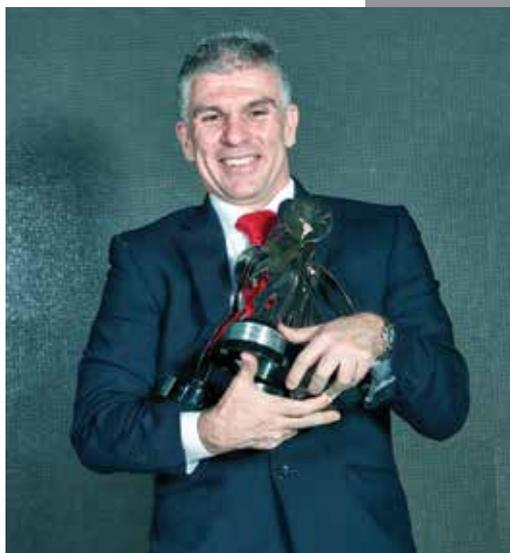
**País:**  
México

**Nombre del caso:**  
Cobranza, la nueva experiencia de cliente

**ORO**



Hugo Parra, Arturo Alvarado, Christian Zúñiga, Araceli Escamilla, María Laura Bacero, Leandro Beltrán, Elia Santillán, Juan Juárez, Carlos López y Julio Sánchez.



Jaime Andrés Eusse.

**Empresa:**  
Konecta

**País:**  
Colombia

**Nombre del caso:**  
Talento humano, analítica y robótica: Tres pilares para una cobranza de la cuarta revolución

**PLATA**

**Empresa:**  
Cidesa

**País:**  
Paraguay

**Nombre del caso:**  
Cobranzas de exportación: Modelo *partnership*

**BRONCE**



Juan Pablo Yavarone.

Mejor Estrategia de Desarrollo Humano



Daniel Bogado.



**Empresa:**  
Banco do Brasil

**País:**  
Brasil

**Nombre del caso:**  
Conversacomigo

**ORO**



**Empresa:**  
Impulse Telecom

**País:**  
México

**Nombre del caso:**  
CEA - Contacto Emoción Arte

**PLATA**



Omar Crespo, Miguel Gutiérrez, Víctor Terrones, Ernesto Mora, Cristina Guerrero, Rafael Zarza y Martín Saucedo.



Jaime Andrés Eusse.



**Empresa:**  
Konecta

**País:**  
Colombia

**Nombre del caso:**  
El elemento K - Nuestra pasión y talento al servicio del aprendizaje

**BRONCE**

Mejor Contribución Tecnológica



**Empresa:**  
Eutelco

**País:**  
Colombia

**Nombre del caso:**  
Sos rescate virtual

ORO



Maritza Garzón.



**Empresa:**  
DHL Express

**País:**  
México

**Nombre del caso:**  
(Confort + productividad)  
(tecnología) = gente amando  
su trabajo

PLATA

Rubén Barrera, Beatriz Ibarra, Lorena Farías, Omar Martínez, Cecilia Ortega, Miriam Martínez, Janette López, Verónica Urrutia y Guillermo Ponce.



**Empresa:**  
Keepcon

**País:**  
Argentina

**Nombre del caso:**  
Experiencia Keepcon. Cómo generar  
eficiencias a partir de inteligencia  
artificial basada en tecnología semántica

BRONCE



Matías Rozenfarb y Rebeka Monte Alegre.

Mejor Contribución en Responsabilidad Social



Flávio Oliveira-



**Empresa:**  
Banco BMG S/A

**País:**  
Brasil

**Nombre del caso:**  
Hola yo soy Hugo, el intérprete digital de lengua de signos del bmg!

**ORO**



**Empresa:**  
Atento

**País:**  
Argentina

**Nombre del caso:**  
Mejor contribución en responsabilidad social empresarial

**PLATA**



Tito Fernando Aponte.



**Empresa:**  
Interactivo Contac Center SA

**País:**  
Colombia

**Nombre del caso:**  
Gota a gota la vida, la salva o la agotas

**BRONCE**

Mejor Estrategia de Operación Sector Ciudadano



ORO

**Empresa:**  
Neoenergia

**País:**  
Brasil

**Nombre del caso:**  
Programa: ¡El cliente es todo para nosotros!



Sebastião Elias y Júlio Giraldi.



PLATA

**Empresa:**  
Konecta

**País:**  
Colombia

**Nombre del caso:**  
Cómo resolverse todo en la primera cita



Juan Pablo Tricarico y Jaime Andrés Eusse.

Mejor Operación de Empresa Tercerizadora



Luzmila Cruz.



**Empresa:**  
Americas Business Process Services

**País:**  
Colombia

**Nombre del caso:**  
Tecnología + ciberseguridad,  
el nuevo modelo de la satisfacción

**ORO**



**Empresa:**  
Konecta

**País:**  
Colombia

**Nombre del caso:**  
La efectividad de lo simple

**PLATA**



Jaime Andrés Eusse.



Humberto Delfín, Carolina Pereda, Tania Sánchez, Cristian Carrasco.



**Empresa:**  
Eficasia

**País:**  
México

**Nombre del caso:**  
Ripley: Acortando el camino

**BRONCE**

**Empresa:**  
Teléfono Movistar México

**País:**  
México

**Nombre del caso:**  
¿High performance: Incrementando la satisfacción del cliente implementando un modelo de alto rendimiento en la operación?



ORO



Javier Sasso, Víctor Alfaro, Alejandro Vargas, Barvara Tovar, Alicia Sánchez, Alma Villalobos, Pedro Torres, Samantha Álvarez.



Ana Karina Quessep recibe en nombre de Diageo Enterprise Operations Bogotá.

**Empresa:**  
DIAGEO Enterprise Operations Bogotá

**País:**  
Colombia

**Nombre del caso:**  
Innovación y calidad en el control financiero de Latinoamérica



PLATA



BRONCE

**Empresa:**  
Positivo Tecnologia

**País:**  
Brasil

**Nombre del caso:**  
Positivo tecnologia - Call Center interno



Samanta Nogueira y Marcos David.

Mejor Estrategia en Customer Experience



Nicolás Talkowski.



**Empresa:**  
Banco Itaú

**País:**  
Argentina

**Nombre del caso:**  
El cliente en el centro de todo lo que hacemos

**ORO**



**Empresa:**  
Konecta

**País:**  
Colombia

**Nombre del caso:**  
Guardianes de la vida

**PLATA**



Jaime Andrés Eusse



**Empresa:**  
Tegra Incorporadora

**País:**  
Brasil

**Nombre del caso:**  
Asamblea en vivo - Desintermediación digital para el cliente Tegra

**BRONCE**



ORO

**Empresa:**  
Samsung

**País:**  
México

**Nombre del caso:**  
Customer Service, tú eliges como contactarnos...



Celso Mondragón, Alejandra García y Jessica Roman.



Juan Pablo Tricarico y Raquel Dentice reciben en nombre de Evoltis.



PLATA

**Empresa:**  
Evoltis

**País:**  
Argentina

**Nombre del caso:**  
Naranja. Una experiencia en redes sociales



BRONCE

**Empresa:**  
Tegra Incorporadora

**País:**  
Brasil

**Nombre del caso:**  
Agi Live Tegra - Una experiencia que rompe el tiempo y el espacio



### Ejecutivo del año



**Empresa:**  
Emergia

**País:**  
Colombia

**ORO**

Carlos Fernando Sánchez.

### Profesional del año



Estela Spelt.



**Empresa:**  
Visión Banco

**País:**  
Paraguay

**RECONOCIMIENTO  
ESPECIAL**



Jaime Andrés Eusse.



**Empresa:**  
Konecta Colombia

**País:**  
Colombia

**RECONOCIMIENTO  
ESPECIAL**



Inicio 25 septiembre 2020

## Objetivo

Tomar decisiones ejecutivas utilizando habilidades de pensamiento crítico e innovador que favorezcan la experiencia excepcional del cliente en el nuevo entorno digital.

## ¿Por qué estudiar este programa?

- Lograr un mayor crecimiento profesional en la industria de Centros de Contacto.
- Por la experiencia del IMT promoviendo el desarrollo de la industria de Centros de Contacto.
- Instructores/ profesores especialistas y expertos en la materia.
- Prestigio y reconocimiento académico de la Universidad Anáhuac.
- Por el valioso intercambio de experiencias entre los colegas (instructores y participantes) de diferentes empresas, de diferentes giros.

## Dirigido a

Nivel directivo y gerencial, responsable de la dirección, administración y operación de Centros de Contacto / Call Centers/ Service Desk, y de las áreas de relación con clientes.

**Módulo 1.**  
Estrategias de Innovación Comercial Disruptiva

**Módulo 2.**  
Balanced Score Card - Indicadores Estratégicos

**Módulo 3.**  
La Nueva Gestión del Capital Humano

**Módulo 4.**  
Planeación Financiera

**Módulo 5.**  
Tecnologías para Maximizar Customer Experience

**Módulo 6.**  
Transformación Digital



Duración: 18 horas por módulo, total 108 h

Informes e inscripciones

55 5340-2290 Ext. 6000

diplomados@imt.com.mx

# Descubre las soluciones Work-at-Home de Teleperformance

Nuestro modelo Work-at-Home fue creado para hacer que trabajar desde casa sea más simple, rápido y seguro. Acelera tu negocio con empleados trabajando desde casa.

## Beneficios

- Acceso a talentos sin limitaciones geográficas.
- Flexibilidad de personal para abordar picos de volumen estacionales
- Mayor satisfacción de empleados que conduce a una mayor satisfacción del cliente.
- Continuidad del negocio en tiempos de pandemia o desastres naturales.

## ¿Por qué trabajar con esta solución de Teleperformance?

- Gestionamos un equipo remoto de miles de expertos en interacción que ayudan a los clientes todos los días.
- Contamos con los mejores procesos operativos y de seguridad, que garantizan resultados consistentes.
- Adaptamos procesos de capacitación y entrenamiento diseñados específicamente para una fuerza laboral remota.

## Descubre Teleperformance

 [teleperformance.com.mx](https://teleperformance.com.mx)

 [/teleperformance](https://www.linkedin.com/company/teleperformance)

 [@TP\\_Mexico](https://twitter.com/TP_Mexico)



© Ver ahora

