



Fecha: 19/01/2018  
Fuente: DIARIO FINANCIERO (SANTIAGO-CHILE)  
Pag: 4  
Art: 2  
Título: EL IMPACTO EN PRODUCTIVIDAD COSTOS Y EFICIENCIA

Tamaño: 28,9x38,2  
Cm2: 1.107,0

Tiraje: 30.000  
Lectoría: 42.230  
Favorabilidad: ☐ No Definida

IRRUPCIÓN DIGITAL:

# EL IMPACTO EN PRODUCTIVIDAD, COSTOS Y EFICIENCIA

El reemplazo del esquema multicanal por la operación altamente integrada omnicanal, está cambiando los paradigmas del negocio con procesos automáticos y cognitivos basados en IA y Bots cada vez más eficientes, una creciente interactividad con las redes sociales y la potencia de la nube y el Big Data.





Fecha: 19/01/2018  
Fuente: DIARIO FINANCIERO (SANTIAGO-CHILE)  
Pag: 5  
Art: 2  
Título: EL IMPACTO EN PRODUCTIVIDAD COSTOS Y EFICIENCIA

Tamaño: 13,4x16,9  
Cm2: 226,8

Tiraje: 30.000  
Lectoría: 42.230  
Favorabilidad: ☐ No Definida



# 36%

de los contact centers en el mundo son capaces de acompañar el recorrido del cliente a través de múltiples canales.

# 75%

puede mejorar la productividad de la industria con Inteligencia Artificial.



Fecha: 19/01/2018  
Fuente: DIARIO FINANCIERO (SANTIAGO-CHILE)  
Pag: 4  
Art: 3  
Título: EL IMPACTO EN PRODUCTIVIDAD COSTOS Y EFICIENCIA

Tamaño: 17,2x17,8  
Cm2: 307,4

Tiraje: 30.000  
Lectoría: 42.230  
Favorabilidad: ☐ No Definida

La rápida irrupción de las tecnologías digitales en la industria del call y contact center, así como del amplio consenso en cuanto a la relevancia de esas plataformas en el futuro del negocio, han permitido “enriquecer el alcance en canales en los cuales se trabaja y atienden a los usuarios, de la mano con la consolidación de las compañías que van ganando experiencia”, destaca el secretario general de la Asociación Chilena de Empresas de Tecnología de Información (ACTI), Jaime Soto, al subrayar los desafíos del sector en términos de manejo de costos, productividad, especialización y efectividad en la transacción.

Por eso, en la misma línea, Gabriel Barrionuevo, presidente de la Asociación de Empresas de Call Center (Accec), señala que “los call y contact center deberían ser servicios vanguardistas en términos tecnológicos”.

A pesar de esta tendencia, en el diagnóstico de expertos y ejecutivos del sector también cuestionan que una parte importante de estos esfuerzos se está realizando “sobre la marcha” -muchas veces de las maneras menos idóneas-, y que, en definitiva, más que una realidad todavía es un camino que apenas se está transitando en las compañías que entregan este tipo de servicios, en la vía hacia la adopción de nuevas tecnologías.

Coincidiendo con esa visión, el director ejecutivo de Chiletec, Marco Zúñiga, enfatiza la necesidad de “impulsar” la transformación digital. Y sin desconocer los esfuerzos en el sector, resalta que en un porcentaje mayoritario de estas compañías subsisten brechas tecnológicas importantes, especialmente en la perspectiva de un eje cada vez más determinante: la experiencia omnicanal. Es que luego de una verdadera revolución con la operación en multicanalidad –que implicó salir de la llamada telefónica y pasar a servicios como RRSS, chat o video llamada, generando una promesa de atención más rápida y eficiente- ahora el negocio se transformó en “un viaje completo del cliente, donde se deben conocer todas las gestiones del usuario para entender su experiencia End to End de atención, llegando a lo que hoy es la omnicanalidad, concepto que se transformó en un desafío tecnológico para disponibilizar toda la información de un cliente en tiempo real y en todos los canales

de atención, por lo que el uso de Big Data pasó a ser indispensable en la gestión”, explica José Antonio Llanos, gerente general de Entel Callcenter.

“Hay que reconocer que en Chile todavía estamos incorporando conceptos multicanal, mientras que en el tema de la omnicanalidad, que no es lo mismo, todavía tenemos muchos aspectos pendientes”, recalca Marco Zúñiga. A esto, Barrionuevo añade que a pesar de que las compañías ya han implementado herramientas de atención en canales virtuales “aún hay ciertos elementos que no han permitido que estos se posicionen como los más importantes, principalmente porque los clientes laboralmente activos y que compran los servicios, todavía se sienten más cómodos al comunicarse con personas vía teléfono”.

El camino hacia la omnicanalidad

En esta nueva escala de operación integrada en la cual inciden fuertemente las ventajas de las redes sociales, chat y Whatsapp, Jaime Soto, secretario general de la ACTI, puntualiza que el uso de estos canales “ofrece la posibilidad de manejar





Fecha: 19/01/2018  
Fuente: DIARIO FINANCIERO (SANTIAGO-CHILE)  
Pag: 5  
Art: 3  
Título: EL IMPACTO EN PRODUCTIVIDAD COSTOS Y EFICIENCIA

Tamaño: 17,1x21,8  
Cm2: 371,9

Tiraje: 30.000  
Lectoría: 42.230  
Favorabilidad: ☐ No Definida

la actividad de los usuarios de mejor forma y de manera simultánea. Así, la omnicanalidad se va a lograr en la medida que el CRM o plataforma utilizada soporte una multiplicidad de canales". En este sentido, prevé que la operación integrada de estos canales podría reducir el costo por punto de contacto en las compañías, tal como ha ocurrido en experiencias internacionales.

La irrupción de las redes sociales en el ámbito empresarial "es una tendencia general que en el caso de los call y contact centers, a través del Big Data, empiezan a capturar múltiples fuentes de información donde las redes sociales van a ser un archivo muy importante para el perfilamiento de los usuarios", sostiene el director de Chilettec. En el proceso de desarrollo de experiencias de omnicanalidad, el ejecutivo destaca al mobile search: "La industria debe pensar en un cliente que se mueve y que maneja estados más que procesos", explica.

De la conjunción de tecnologías como los chatbots -diseñados sobre la base de la inteligencia artificial, realidad aumentada y virtual para

ofrecer soluciones alineadas que potencien a los asistentes remotos y bases de analytics-, el director de Accenture Interactive, Philippe Duclos, anticipa que su efecto en la transformación del negocio determinará que éstos "pronto pasarán a ser más bien el servicio al cliente digital". También detalla que esta futura configuración de la industria podrá tener como base habilitadores como plataformas de autoservicio, agentes potenciados para el desarrollo de soluciones en video, respuesta inmediata en redes sociales, contacto personalizado proactivo, bots y mensajería.

Para optimizar los beneficios para las empresas y los clientes, Barriónuevo cree necesario incrementar la incorporación de plataformas de servicio como VoIP, disponible en muchos teléfonos inteligentes, computadoras personales y tablets, y que las empresas orienten las comunicaciones instantáneas -por ejemplo, WhatsApp, redes sociales en general y aplicaciones de chat- a estandarizar sus respuestas para potenciar la "eficiencia en la

comunicación".

En este punto, Llanos, de Entel, destaca que el uso de VoIP "ha generado grandes ahorros en transporte y tráfico, junto con permitir la movilidad sin límites físicos de las transacciones generadas en los contact center, y que junto a soluciones Cloud, han permitido manejar de manera más eficiente elementos como las estacionalidades, servicios on demand y acceso a tecnologías de alto costo en modalidad de arriendo".

La existencia de procedimientos claros y detallados, interconexión de la infraestructura, centralización de datos, creación de un protocolo, acceso desde puntos dispersos geográficamente, herramientas de visualización en tiempo real de la información relevante para el negocio e indicadores que apoyen la gestión, son a juicio de la directora de la Escuela de Tecnologías de la Información de la Universidad de Las Américas, Tania Gallardo, la clave para la instalación eficiente de plataformas como redes sociales, chat e interactividad.

En una industria en la cual los planes de inversión "han sido enfocados a responder a procesos omnicanales robustos, procesos mixtos de atención más eficientes, con valores competitivos y servicios de valor agregado mucho más especializados buscando la resolución en un solo contacto", Llanos anticipa que el negocio de contact center "seguirá de la mano de la inmediatez en la respuesta, con procesos automáticos apalancados en IA y Bots cada vez más eficientes, apostando a no depender de personas en la mayoría de las interacciones". ■



Fecha: 19/01/2018  
Fuente: DIARIO FINANCIERO (SANTIAGO-CHILE)  
Pag: 5  
Art: 4  
Título: EL IMPACTO EN PRODUCTIVIDAD COSTOS Y EFICIENCIA

Tamaño: 16,6x13,8  
Cm2: 227,9

Tiraje: 30.000  
Lectoría: 42.230  
Favorabilidad: ☐ No Definida

## UNA NUBE DE VENTAJAS PARA LA INDUSTRIA

Las nuevas fronteras abiertas por la tecnología de almacenamiento de datos en la nube y sus enormes posibilidades para asegurar, guardar o mantener información y sistemas de comunicación con canales interconectados, han posibilitado para el caso de la industria de call y contact center soluciones que hoy son cada vez más diversas, como "la utilización de un software que se produce en un lugar remoto y el soporte está en otro lugar", subraya Jaime Soto, secretario general de la ACTI. La reducción del costo del fabricante y el precio, son los principales beneficios. El arriendo de servicios de cloud posibilita a los operadores comprar tecnología en función de la demanda, con una utilización on demand más flexible, para reducir el apalancamiento financiero, explica Soto.

A este escenario, la ACEC añade que contratar los servicios de almacenamiento en la nube es una estrategia que aporta a la efectividad en las operaciones, especialmente en el caso de las compañías más pequeñas, porque pueden sacar provecho en temas administrativos, en el espacio físico, o en evitar las visitas constantes de técnicos de mantenimiento, por ejemplo. Y si bien para el caso de las compañías más grandes "no vemos que sea una preferencia el disponer de un proveedor de servicios de central telefónica y tecnología 'core'

a través del cloud", el director de esta asociación, Gabriel Barrionuevo, sostiene que la industria sí está explorando la posibilidad de tener una infraestructura tecnológica fuera de sus instalaciones en proveedores especializados en hosting y alta disponibilidad.

"Tradicionalmente, los mecanismos tecnológicos tenían que ser implementados in house. Por lo tanto, entre las principales ventajas de disponer de Cloud, pero también de otras tecnologías como Voz sobre IP, es que permiten distribuir la provisión de servicios desde múltiples puntos físicos", añade Marco Zúñiga, de Chilettec. A su juicio, con la nube es posible la integración de soluciones que están disponibles en múltiples fuentes y, a su vez, la puesta en marcha de servicios de call center desde muchos otros lugares. Pero a pesar de las fortalezas, el directivo señala que un tema que preocupa en la industria es la transferencia o el transporte de información transfronteriza, que tiene relación con los aspectos de privacidad y con los marcos jurídicos normativos de Chile y de muchos otros países. "Todavía tenemos desafíos con Europa, por ejemplo, en lo que respecta al manejo de información privada. Es un desafío que va más allá del tema tecnológico y que sí requiere ser resuelto como tema de plataforma tecnológica y de transporte de datos entre las distintas regiones con las que nos comunicamos", advierte Zúñiga. ■