# **BPO/2.0**



BPO/2.0, es una publicación electrónica de EXACTOR - ® Der.Res. - Sept. 2015

exactor.com.ar



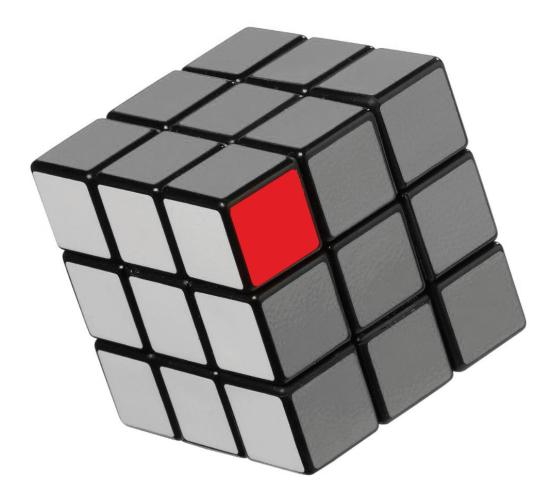


Siempre pensando en nuevos desafíos.
Por Sergio Flecha

TECNOLOGÍA

**Bitrix24** Trabajar en la nube

Aeropuerto solar
Cochín, India.



Somos la pieza fundamental para todo proceso crítico que su empresa requiera.

#### Nos sumamos a su equipo.

Atención a clientes I Auditoría de ventas I Gestión de cobranzas I Back Office I Campañas de venta I Campañas In - Out bound



## **BPO**/2.0

#### EDITORIAL

## Siempre pensando en nuevos desafíos.

Por Sergio Flecha
Presidente de Exactor BPO

Hace rato queríamos llegar a este punto... tener nuestro propio House Organ, y siempre se demoraba por diferentes motivos. Ahora ya nó. Logramos reunir todo el equipo necesario para desarrollar este proyecto con seguridad de continuidad, como a nosotros nos gusta desarrollar los proyectos institucionales y de terceros... sí, con continuidad.

En BPO/2.0 van a poder encontrar un mix de notas de interés del sector de servicios de outsourcing y otras tantas para relajarnos y entretenernos; porque sabemos que es tan importante una cosa como la otra.

Personalmente, me dá una alegría enorme colocar on line este House Organ. Sabemos que el camino del crecimiento es el de informar, enseñar, aprender, pensar, conocer, y mediante el intercambio de información clasificada es que se llega a ese punto.

Estamos abiertos a cambios, siempre pensando en mejorar, en seguir entregando lo mejor de nosotros cada día, es parte de la filosofía de EXACTOR.

Bueno, no los entretengo más, en las páginas siguientes encontrarán mucho material, esperamos lo disfruten mucho. Ese es nuestro principal objetivo. Nos vemos en el número 2.

heart a seems



## 



en nuevos desafíos. Por Sergio Flecha Presidente de Exactor BPO



Bitrix 2



EXACTOR Optimizando los procesos del sector asegurador

Entrevista efectuada por el Portal Tiempo de Seguros a Daniel Calderón. Gerente Comercial de Exactor BPO



TECNOLOGÍA

Bitrix 24

La forma más cómoda de trabajar en la nube





SEGUROS Seguros en la era de

Gran Hermano El análisis masivo de datos

revoluciona el sector con productos a medida del cliente.



TURISMO Imperdibles en la fabulosa ciudad de las Vegas

Cosas para ver hacer y disfrutar en la ciudad del pecado.





TECNO

Realidad Aumentada

La nueva niña mimada de la publicidad.



Primer aeropuerto abastecido con energía solar. Cochín, India.



**BPO/**2.0 es una publicación de: **Exactor BPO** 

Diseño

eme70 Corrección: Patricia Houghton La presente publicación se realiza de manera digital, con una envío directo a 30.000 contactos, evitando el consumos de papel,



Sabemos como cuidarlo.











Seguridad electrónica

Funcionarios y directivos

Valores y mercancías en tránsito de corta, media y larga distancia

Eventos y personas VIP



Av. Fleming 2841 - Martínez (B1640CTH), Buenos Aires - Argentina Tel./ Fax: (+5411) 4717 5570 / 2259 / 4143 (Rotativas) ó 0810 444 JEDEON www.jedeonseguridad.com.ar info@jedeonseguridad.com.ar



## Optimizando los procesos del sector asegurador

### Entrevista efectuada por el portal Tiempo de Seguros

### ¿Cuáles son aquellos procesos que deben mejorarse y optimizarse en el sector asegurador?

A partir de un relevamiento de mercado que realizamos desde Exactor BPO entre los participantes de la XII Conferencia de la Industria del Seguro -EXPOESTRATEGAS 2014-, pudimos determinar que los procesos de Atención a Clientes y Auditoría de Ventas, son aquellos que debn mejorar y optimizarse en el sector asegurador.

El análisis generó las siguientes conclusiones preliminares:

- 1. Procesos de auditorías de ventas: las empresas del sector asegurador entienden que la mirada de un auditor externo es mucho más objetiva a la hora de realizar modificaciones en los procesos de ventas.
- 2. Procesos de atención a clientes: en todas las conversaciones mantenidas con Directores y Gerentes de distintas compañías de seguros, hubo acuerdo en entender que este proceso debe ser llevado a delante en forma externa, para poder mantener los estándares de calidad de atención.

El mercad de seguros tiene su mayor déficit operativo en estos dos procesos, que están orientados fundamentalmente a corregir las malas ventas y poder conocer y resolver los distintos tipos de dudas que surgen en los asegurados.

#### ¿Cómo se puede percibir el déficit que señala?

En la actualidad, y según datos relevados mediante entrevistas mantenidas con lso responsables operativos de disitntas compañías de seguros, se pudo concluir que la gran mayoría de esta saseguradoras no prestan la debida atención a sus clientes. Un dato curioso, es que manifestaron en algunos casos estar temerosos de entender más a los asegurados, muchas veces con el fin de evitar reacciones adversas a los intereses de las Aseguradoras, y que esto provoque bajas en sus pólizas. Desde Exactor BPO, pensamos que, por el contrario, aquel asegurado que logra comprender los beneficios reales y la importancia de contar con un seguri es quien perdura en el tiempo como cliente. Para lograr este objetivo, no alcanza solo con que el cliente comprenda esa importancia, sino que es fundamental que tenga bien en claro los alcances de su póliza. Este último punto permitirá a las Aseguradoras poder llevar adelante campañas de up-grade mucho más exitosas.



Daniel Calderón, Gerente Comercial de Exactor BPO

En este contexto, la Superintendencia de Seguros de la Nación Argentina, a través de su Resolución SSN 38052, destaca que "en atención a la compleja y variada gama de servicios que ofrece el mercado asegurador argentino, deben procurarse niveles adecuados de asesoramiento, asistencia y consulta permanente para los usuarios de seguros, promoviendo para ello la constante formación profesional de los recursos humanos".

La resolución del organismo plantea su preocupación por la protección de los usuarios, la transparencia en las operaciones y la capacitación profesional de los sujetos que intervienen en las mismas.

## ¿Cuál es la solución para resolver la necesidad de mejorar los procesos de atención al cliente?

La clave está en definir y estructurar adecuadamente los procesos de atención al cliente, con instancias claras de auditoría permanente de los mismos, para optimizar el desarrollo de la operación y detectar a tiempo problemas (para corregirlos antes de que provoquen un daño en las operaciones de la empresa) e identificar situaciones que deban ajustarse o reenfocarse, monitoreando intensivamente la operatoria corporativa de esta área tan sensible y determinante.

Los riesgos de desarrollar procesos de atención al cliente, ineficientes o sin el control adecuado, pueden ser tan determinantes para la evolución y el futuro de una compañía, que es tan imperioso como vital, fortalecerlos y evaluarlos.

La necesidad se evidencia con claridad, y la pregunta obligada es si dentro de su empresa usted tiene los recursos humanos suficientemente capacitados y preparados para asumir este tipo de desafíos, sin margen de error, con la suficiente experiencia, nivel de actualización y foco, y la capacidad para realizar un análisis objetivo. Si los tiene, la siguiente pregunta es cuánto le puede costar a su compañía la dedicación full



de dicho personal a las actividades vinculadas a la mejora de procesos de calidad de atención al cliente, y monitoreo y evaluación permanentes de los mismos.

Una empresa aseguradora que no se especialice internamente en la calidad de procesos de atención del cliente, o que pretenda reducir costes sin perder eficiencia y optimización de los mismos, debería recurrir a una subcontratación de este proceso de negocio a través de una consultora BPO (Business Process Outsourcing), cuyo core business reside en incorporar procesos de otras compañías, para lograr mayor eficiencia y eficacia en los mismos, ofreciendo una solución de reducción y optimización de costos.

### ¿Cómo se pueden optimizar los procesos de auditoría de ventas en compañías de seguros?

Ante la dinámica actual de los mercados, donde las condiciones previas sobre las cuales se desarrolla una planificación, varían día a día o, en el mejor de los casos, permanecen por poco tiempo, es fundamental contar con una eficaz y constante auditoria de ventas, customizada de acuerdo a las necesidades y requerimientos de cada cliente. Así mismo, podemos definir que el control de ventas es la secuela natural de la planificación, organización e instrumentación de los procesos de comercialización.

En Exactor BPO, a partir de nuestra experiencia de 12 años en el mercado asesorando a empresas de primera línea, consideramos que las características

más destacadas que debe tener un proceso de auditoría de ventas, que pretenda ser exitoso y eficiente para empresas aseguradoras, son las siguientes:

- Detallado: abarcando todas las actividades relacionadas a las ventas de la empresa y no sólo aspectos problemáticos de la comercialización.
- Sistemático: involucrando una secuencia ordenada de etapas de diagnóstico, que cubran el entorno de la organización, los objetivos y estrategias de ventas, sistemas y actividades de ventas específicos. El diagnóstico indicará las mejoras más necesarias, que deberán incorporarse a un plan de acción correctivo, involucrando etapas a corto y largo plazo, para mejorar la eficiencia de las ventas de la organización.

En general, las mejores auditorias provienen de servicios de consultoría externa, ya que permiten aportar la objetividad necesaria para desarrollar eficazmente estos procesos.

En este sentido, es central disponer del tiempo y la atención que requiere cada cliente, con el objetivo de realizar una auditoría de ventas exitosa, que derive en beneficios y resultados concretos de negocio.



+ de 12 Ha de predio

35.000 m2 de depóstitos

Sistema computarizadod e control de stock

Dock deprimido

Grúa containera LindenC4531 TL/5 MK5

Alarma contra humo e incendios

Sistema Anti-incendios

Detección de intrusos por sist. láser

Sistema de CCTV en todo el predio y depósitos

Personal de seguridad las 24 hs

#### **ADMINISTRACIÓN**

Juan de Garay 2511 1ºA B1636AGE Olivos – Buenos Aires Argentina Tel. Fax: + 54 11 4790 4390

#### PLANTA ZARATE

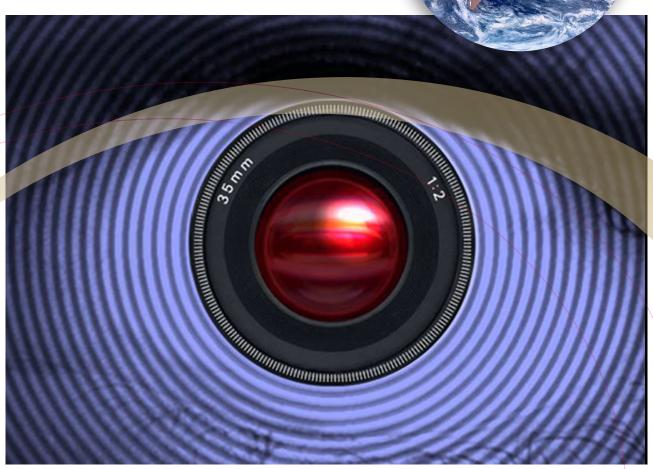
Camino enlace Ruta Nac. 9 con Parque Industrial Zárate y vías del FFCC Mitre 2800 Zárate – Buenos Aires

Argentina

Tel. Fax: + 54 03487 447100

### Seguros en la era del Gran Hermano

El análisis masivo de datos revoluciona el sector con productos a medida del cliente.



Sin datos, la industria aseguradora se siente más sola que los números primos. El universo del big data lo invade todo y el manejo acertado de la ingente información que genera traza la línea del éxito y el fracaso. Se impone el microseguro y el pago por uso. Productos personalizados que se basan en el enorme conocimiento que las compañías tienen del usuario a través de Google, Amazon o las redes sociales. Una especie de Gran Hermano que enajena su privacidad a cambio de descuentos. Intimidad por dinero, el desesperado signo de los tiempos.

Octo está especializada en conectar esos sistemas a los coches. Por ahora, en España, hay unos 100.000 automóviles enlazados, pero se espera que en cuatro años se llegue al millón. No en vano, en el mundo, cada mes,

se conectan 160.000 nuevos vehículos. "Con menos riesgo de accidentes y conductores que podrían ser máquinas debemos estar preparados para adaptar los seguros a estas nuevas realidades", reflexiona Fernando Bueno, director de Innovación y Calidad de Mutua Madrileña. Este mundo incipiente lo radiografía, por correo electrónico, Anton Ossip, consejero delegado de la aseguradora de salud sudafricana Discovery Insure: "Cada, vez veremos mejores soluciones telemáticas con innovaciones basadas en el big data y/ analytics que continuarán produciendo una disrupción en el corto plazo en la industria aseguradora permitiendo al asegurador reaccionar más rápidamente frente a los riesgos y capitalizar las oportunidades del mercado". Sin embargo, aún falta camino por recorrer.



#### Seguros en la era del Gran Hermano

El análisis masivo de datos revoluciona el sector con productos a medida del cliente.

En el mercado español, Mapfre, Zurich y la firma de renting Lease Plan son algunas de las compañías que comercializan productos conectados a vehículos. Mientras, Línea Directa Aseguradora "no lo descarta en un futuro", aventura Francisco Valencia, director de gobierno corporativo. Sin embargo, pese a su limitada presencia, nadie duda del potencial de la cobertura a medida. "El cliente", apunta Enrique Huerta, consejero delegado de Liberty Seguros, "podrá elegir incluso el periodo de tiempo que quiere asegurar el vehículo. Que voy a dejarlo una șemana en el garaje y esos días no lo necesito, pues no lo contrato; que me voy de vacaciones, lo aseguro. Y la tecnología nos permitirá a las compañías confirmar que eso es así".

El cambio es tan profundo como un abismo. Michal Kosinski, profesor en la Universidad californiana de Stanford, ha descubierto que los ordenadores que analizan los "me gusta" de Facebook son mejores que un experto humano para predecir si el usuario fuma o toma drogas. Otras revelaciones son igual de

sorprendentes. Los seguidores de Honda es poco probable que fumen y la pasión por las patatas fritas rizadas es un sólido indicador de inteligencia. Estas singularidades trasladadas al mundo de la empresa suponen un filón para las aseguradoras.

Siguiendo esa huella digital, "las compañías serán capaces de proporcionar a sus clientes productos a medida mejores y más justos", describe Michal Kosinski. "Hoy en día se utilizan muchos indicadores imprecisos, como el código postal o la edad, dando por descontado que solo por vivir en un barrio o tener unos años concretos estás expuesto a mayores (o menores) costes en el seguro".

Pero este recurso tiene su lado oscuro. Esa huella 2.0 puede utilizarse para predecir situaciones que los clientes no controlan. Por ejemplo, su predisposición genética a padecer determinadas enfermedades. "Para quienes entendemos los seguros como un mecanismo cuyo fin es transferir fondos de los privilegiados (por ejemplo, genéticamente) a los menos favorecidos, esto es el heraldo del final de una era. Las aseguradoras podrían



#### Seguros en la era del Gran Hermano

El análisis masivo de datos revoluciona el sector con productos a medida del cliente.

utilizar esta marca digital con el objetivo de descubrir factores que la gente no puede cambiar y negarse a asegurarlos o bien establecer pólizas preventivas altas", advierte Kosinski.

Como vemos, una consecuencia de esta mayor precisión individual a la hora de suscribir pólizas es que algunos riesgos pueden ser tan elevados que no se aseguren o tengan primas inalcanzables. Los malos conductores o las personas con tendencia genética a sufrir enfermedades graves pueden quedarse fuera. Y, salvo quejarse, poco podrían hacer para remediar la situación. Ya hay casos.

#### La industria maneja al año 30 billones de dólares y genera 338.000 millones en beneficios

AllLife es una aseguradora de salud sudafricana que desenmascara estos nuevos tiempos. Cubre a enfermos con patologías graves, pero tratables, como el sida o la diabetes. Ofrece reconocimientos médicos mensuales gratis y si observa que el paciente no ha seguido los consejos médicos le encarece las primas. ¿Algo sorprendente? No tanto. "Los datos demográficos, el perfil psicográfico, geográfico y, ahora, de comportamiento siempre han formado parte del proceso de evaluación de los riesgos de un seguro", sostiene Brian Vannoni, vicepresidente de product marketing de Guidewire Software, una empresa estadounidense que analiza información para las aseguradoras. Otro ejemplo. Un programa piloto de la británica Aviva ha demostrado que para identificar los riesgos de salud de sus futuribles asegurados servía lo mismo analizar su comportamiento online y sus hábitos de consumo que hacer un análisis de

sangre y de orina. Todo vale para sacar partido a una industria que maneja al año 30 billones de dólares y genera 338.000 millones en beneficios. Un sector al que la tecnología digital, promovida por los colosos de Silicon Valley, le está cambiando sus cimientos.

De momento, ni Google ni Amazon comercializan seguros. Tampoco Facebook. Pero estas empresas que poseen enormes cantidades de datos de los usuarios son las grandes amenazas para el statu quo de la industria. El buscador lanzó el mes pasado su particular advertencia cuando presentó un comparador de seguros de coches en California. Una golondrina haciendo primavera. A fin de cuentas, como incide Kosinski, esas "compañías ya venden indirectamente seguros ya que las aseguradoras pueden utilizarlas como plataformas de marketing para identificar a sus clientes".

Narremos un caso práctico. Si el asegurador se da cuenta de que las personas que visitan determinadas páginas siguen ciertas marcas o compran un tipo de revistas sufren menos accidentes de coche podría crear anuncios destinados a estos usuarios y ofrecerles productos más baratos.

Desde luego, la irrupción del big data, analytics y los microseguros definen la industria aseguradora del siglo XXI, aunque también hay otras rutas. Aon es uno de los grandes del sector y tiene claro hacia dónde va el negocio. "Productos que cubren los riesgos cibernéticos, el cambio climático (y sus peligros asociados para eléctricas, hoteleras o el mundo agrario) y problemas de reputación en las empresas", resume Pedro Tomey, director de relaciones institucionales de la firma.



## Imperdibles en la fabulosa ciudad de Las Vegas

Cosas para ver, hacer y disfrutar en la ciudad del pecado.



#### TURISMO

## Imperdibles en la fabulosa ciudad de Las Vegas

Cosas para ver, hacer y disfrutar en la ciudad del pecado.



Esta es la gran Las Vegas, tantas veces filmada en películas, con su aire caluroso, empapada de sorpresas, luces de neón, Frank Sinatra, arquitectura futurista y, por supuesto, sonido a máquinas tragamonedas.

#### Hoteles para sentirse un rey

Es difícil elegir un hotel en Las Vegas, porque todos tienen su atractivo. Los precios son muy convenientes, sobre todo reservando con tiempo. El mundo de los hoteles en esta ciudad es un paraíso para quienes no quieran gastar fortunas y estar en un monumental lugar, ya que en Las Vegas es posible. Les recomendamos dos que son muy diferentes e increíbles como el famoso Caesar Palace y el moderno Nobu.

Nobu es un oasis en la ciudad, con una impronta japonesa, para los que busquen un estilo minimalista, lejos del ruido pero en el corazón de la movida. Todo en el Nobu, es exquisito, desde los cuartos con pocos elementos, maderas nobles, última tecnología y con un cuidado especial en los cuartos de baño, ya que muchos tienen hasta sauna húmeda e hidromasaje propio. Luces tenues y tonos blancos y ocres en todos los cuartos. Todo el hotel es muy silencioso y para un público orientado a parejas o huéspedes que busquen otra impronta diferente del estilo referencial de Las Vegas. Nobu es sinónimo de estilo y sofisticación japonesa; todo el hotel huele a limón y jengibre y está ambientado con música suave. Además por todos lados emana elegancia y exquisitez

El Caesar Palace es una verdadera mini ciudad, donde se puede disfrutar de todo lo que uno pueda imaginar. Este hotel ya lleva varios años y es un clásico de la ciudad del juego, con un estilo que solo los que ingresan por sus puertas pueden entender por qué es un emblema del lujo en Las Vegas. Tiene cinco torres estilo romano y ello se ve hasta en el mínimo detalle. También es imperdible su sala de mega conciertos. Hay cuartos para todos los gustos, todos son enormes y con todas las comodidades y lujos que podamos pedir de un hotel. Es obligatorio conocer la discoteque Omnia, que tiene uno de los mejores sistemas de luces y sonido del mundo, varias salas vip y una gigantesca araña de luces que baja y se mueve al ritmo de la noche. Desde su terraza es posible disfrutar de las mejores vistas nocturnas de la ciudad. Todos los DIs más famosos del mundo tocan en Omnia. Les recomendamos que vayan de elegante sport, ya que es un lugar muy exclusivo. Un dato: el próximo 25 de septiembre toca Armin Van Buuren y las entradas salen desde los 50 hasta 125 dólares. Claro que los reservados Vip son más caros, pero bien lo vale y pasarán una noche inolvidable.

#### Enorme oferta gastronómica

Es muy difícil recomendarles restaurantes imperdibles en Las Vegas, porque los hay muchos y para todos gustos y bolsillos, pero tratamos de darle un poco de data para que vayan agendando.

Para quienes quieran disfrutar de las mejores hamburguesas de la ciudad, no hay otra opción que

#### TURISMO

## Imperdibles en la fabulosa ciudad de Las Vegas

Cosas para ver, hacer y disfrutar en la ciudad del pecado.

Gordon Ramsay Pub & Grill, creado por el famoso cocinero de la TV que seguramente conocen de Master Chef, y también editor de varios libros culinarios. La decoración de este fabuloso restaurante está inspirada en Londres. Hay más de 63 variedades de cervezas y entre los platos especiales están la sopa de cebolla, el pastel de carne y las fantásticas hamburguesas, con ingredientes totalmente orgánicos. También hay una gran variedad de carnes asadas, pollos y salmón. Todos los vegetales son traídos de granjas orgánicas y cultivados especialmente para el lugar.

Para los amantes de la comida japonesa es de visita obligatoria conocer Sushi Roku. Sus precios no son del todo económicos, unas 8 piezas salen más o menos entre u\$s 15 a 25, pero les aseguro que difícilmente podrán volver a sentir esa explosión de sabor y delicia que provoca el sushi, sobre todo desde que se volvió una comida muy popular siendo difícil encontrar un buen sushi. Tres de los mejores rolls son Makoto, Katama y el de atún rojo; también los sahimis son increíbles al igual que los tiraditos. Una interesante opción para el medio día es tomar sake, ya que no es una bebida de gran graduación alcohólica, y aquí encontrarán una gran variedad. Sushi Roku tiene una gran vista de la ciudad y es muy interesante de conocer tanto al mediodía como a la noche.



Dos de los mejores buffets de Las Vegas son Bacchanal del Caesar Palace y el del nuevo Hotel Area, que es realmente un paraíso gastronómico, con islas de cocina de todas las partes del mundo. En especial es conveniente no dejar pasar la parte de los mariscos. Las ostras y las patas de langosta, son una delicia, y en Aria un almuerzo cuesta u\$s 24 y la cena un poco más cara pero, de todos modos, no dejen de ir. Eso sí, traten de caminar mucho



#### TURISMO

## Imperdibles en la fabulosa ciudad de Las Vegas

Cosas para ver, hacer y disfrutar en la ciudad del pecado.

después de la comida, porque seguramente se dejaran tentar por las delicias de los dos buffets. Para ir a tomar un café nada mejor que Payard Patisserie o el Café Bellagio, que tiene una vista al jardín botánico y el invernadero del grandioso Hotel Bellagio.

#### Compras y algo más...

Las Vegas hace varios años se transformó en uno de los sitios más recomendables para hacer compras por la gran cantidad de ofertas en shoppings y outlets que están muy cerca del centro de la ciudad. Les recomendamos perder más de un día en visitarlos y dejarse llevar por la cantidad de buenos precios. Para los que no quieren moverse mucho, no dejen de visitar The Foryum Shops, que sigue siendo, desde que abrió sus puertas, unas de las galerías comerciales más exquisitas y atractivas para comprar, a pesar de ser el centro de las grandes marcas y los diseñadores de más renombre. También hay locales de Apple, H&M, Guess y Gap, entre otras. No dejen de ver el espectacular show de estatuas, fuego, proyecciones y efectos especiales, que siguen asombrando y hacen más que agradable el paseo. Para los que quieran dedicar todo un día, y mucho más, vayan a Las Vegas North Premiun Outlets. Si no tienen auto, un taxi no sale más de 25 dólares y bien los vale, porque se encontrarán con un espacio al aire libre con más de 150 locales de las marcas más famosas del mundo, con descuentos que pueden ir desde el 25% a un 75% todos los días, incluyendo A|X Armani Exchange, Armani Outlet, Ann Taylor Factory Store, Burberry, Calvin Klein, Coach, Cole Haan, Dolce & Gabbana, Elie Tahari, Kenneth Cole, Lacoste, Nautica, Polo Ralph Lauren Factory Store, Salvatore Ferragamo, St. John Outlet, TAG Heuer, Theory, Tory Burch, True Religion Brand Jeans, Vince Camuto y muchas más. Las Vegas North Premium Outlets está ubicado a unas treinta cuadras del Hotel Stratosphere, The Mob Museum, The Neon Museum, y del famoso Golden Nugget Hotel y Casino, tanto como de numerosos otros casinos de Freemont Street, la calle histórica de Las Vegas. Las atracciones populares cercanas al extremo norte del Strip incluyen las Fontanas y el Museo de Artes del hotel Bellagio, el Museo de Figuras de Cera Madame Tussauds del hotel Venetian y los juegos Skylump, Insanity, X-scream y Big Shot del hotel Stratosphere.

Otro imperdible es Las Vegas South Premium Outlets, está muy cerca del Aeropuerto Internacional de McCarran. Abre desde las 9 de la mañana y cierra a las 21 hs. Antes de hacer la primera compra, impriman cupones de descuento que se pueden

encontrar en la web, sino en los hoteles, también siempre tienen libretas con cupones que suman aún más descuentos a los precios que pueden encontrar. Un dato que puede interesarles: hay lockers donde pueden dejar las valijas para aquellos que de ahí van directo al aeropuerto. Los días martes hay descuento a personas mayores a 50 años.

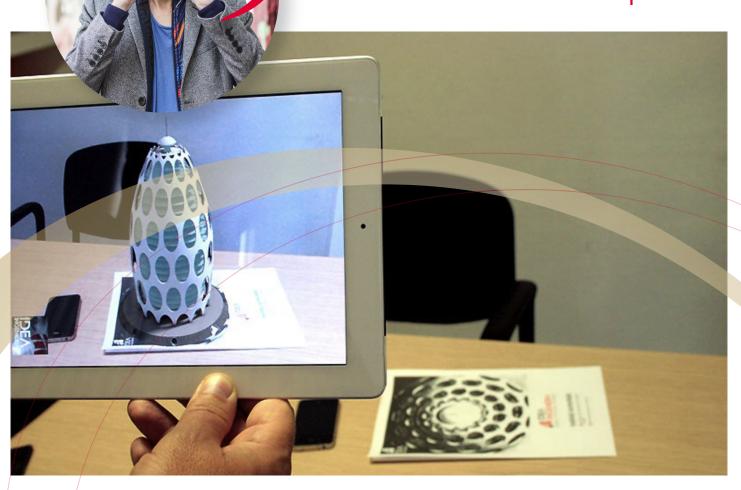
#### Espectáculos para todos los gustos

Parece que Las Vegas se transformó en la ciudad que más espectáculos de Cirque du Soleil hay en el mundo y la mayoría fueron creados especialmente para los hoteles. Sigue siendo el más elogiado "O", y es también en el que las entradas son más costosas. Otro fantástico show es Zumanity; siempre hay tickets en promoción, según los días, pero conviene reservarlos desde la página web de cada hotel. Entre los conciertos que se presentan en estos días, encontramos a Aretha Franklin, Boyz II Men, Rod Stewart, Elton John y Santana. Entre los shows tributos, los más elogiados son Purple Rain (Prince), MJ Live (Michael Jackson), The Australian Bee Gees Show, Frank: The Man, que es un musical con gran orquesta y la voz de Bob Anderson, en un tributo al gran Sinatra, de quien hasta una avenida lleva su nombre en la ciudad en que nada hubiera sido igual sin sus conciertos. Las mujeres más hermosas se pueden ver en Sexxy the Show en Westgate Las Vegas, también Chippendales en Rio Hotel Casino, X Burlesque University en Flamingo Las Vegas, y Fantasy en Luxor Las Vegas. Hay varias guías de los hoteles, pero la más completa es Las Vegas Spotlight, que viene con varios tickets de descuentos para espectáculos. No dejen de llevar el DNI o documentación, porque muchas veces se los pedirán para entrar a discotecas, jugar en los casinos o ver algunos shows. Si están jugando en las máquinas de los casinos, no pagan las consumiciones. Otro dato: para los que piensen que pueden jugar con monedas, eso ya es pasado, ahora lo mínimo es jugar con billetes de un dólar.



#### Realidad aumentada

La nueva niña mimada de la publicidad.



Junto con otros dos socios, Pepe Marriot creó CamOnApp, una aplicación que escanea contenido en papel y lo transforma en realidad aumentada.

La realidad aumentada es la vedette de los negocios de internet. De acá a un año, cada vez veremos más videojuegos, documentales y noticieros que trabajen con realidad aumentada para sumergir al espectador en un nuevo punto de vista. Lo mismo está haciendo el negocio de la publicidad, que empieza a utilizar esta tecnología para ampliar la experiencia de los consumidores. Esto es lo que busca CamOnApp, una aplicación para dispositivos móviles que permite escanear páginas de publicidad o de noticias impresas en revistas y disparar nuevos contenidos relacionados: galerías de imágenes, audios y video y otros recursos de interacción con el usuario. Fue fundada por Pepe Marriot (38, CCO), Damián Alcala (35, CEO) y Federico Zaiatz (31, CTO), que venían de trabajar en una agencia de marketing digital hasta que decidieron explorar el mercado de aplicaciones de publicidad para móviles. Así surgió CampOnApp, que funciona de manera muy sencilla:

permite escanear la página con contenido interactivo (alertando al lector por un aviso y un ícono) para luego recibirlo en su dispositivo móvil. "A la gráfica le faltaba innovación, conectar los recursos online con los offline de la página impresa", explica Pepe Marriot, que define CamOnApp como "la tercera capa" entre ambos canales de comunicación.

Si bien por ahora está enfocada en el negocio publicitario y en contenidos de medios gráficos, la realidad aumentada -que, en algún punto, su predecesor es el código QR- tiene múltiples usos: packaging, vía pública y en pantallas de TV. "En ese caso, CampOnApp y el dispositivo móvil funcionan como "segunda pantalla" en la que se accede a contenidos complementarios", explica Pepe. La aplicación ya fue descargada más de 7.000 veces y los escaneos realizados superan los 100.000. Llevan publicadas más de quinientas páginas interactivas en medios gráficos y está disponible para los sistemas operativos Android e iOS.

# 3PO/2.0



## Aeropuerto Solar

Primer aeropuerto abastecido con energía solar, Cochín, India.



Los paneles solares están siendo muy usados con la función de abastecer de energías limpias, no contaminantes y renovables a estas cosas en las cuáles se han instalado estos paneles. Están dando mucho resultado en campos como la agricultura y también inclusive ha habido bastante colaboración de parte de los gobiernos de algunos países los cuáles promueven la instalación de esta tecnología en los hogares de la población y en algunos sitios públicos de las ciudades.

Quieren dar el ejemplo ayudando al medio ambiente, pero también además estos paneles resultan ser una gran tecnología que permite también ahorrar energía y disminuir el consumo eléctrico, por lo tanto ayudan al ahorro y disminuyen los gastos ampliamente.

En este caso estamos hablando de el primer Aeropuerto en en el mundo el cuál es capaz de abastecerse en su totalidad de energía solar. Se encuentra en la ciudad de Cochín en India.

Están instalados aproximadamente unos 46 mil paneles solares, los cuáles se ubican en un terreno de expansión de

aproximadamente las 18 hectáreas. Este gran campo de paneles fotovoltáicos, abastece a las instalaciones del Aeorupuerto de unos 12 megavatios de potencia. Según los que idearon este proyecto, la cantidad de energía acumulada para uso de este Aeropuerto Internacional, es suficiente y es capaz de mantener eléctricamente a unos 10 mil hogares al año.

Cada día, estos paneles abastecen a el Aeropuerto de Cochín de entre 50 y 60 mil unidades de energía, lo cuál le permite cumplir ampliamente todas sus funciones sin tener que recurrir a otra fuente de energía.

Se espera que durante los próximos 25 años, este sistema de energía haya sido capaz de ahorrar unas 300 mil toneladas de emisiones de Dióxido de Carbono, lo cuál es equivalente a haber plantado tres millones de árboles.

El Aeropuerto de Cochín es muy transitado. Es un Aeropuerto Internacional que se usa de ruta comercial y turística, no solo en India, sino que en toda Asia y Medio



## Imperdibles en la fabulosa ciudad de Las Vegas

Cosas para ver, hacer y disfrutar en la ciudad del pecado.



Oriente. Recibe cientos de vuelos por día y miles de pasajeros de varias regiones.

A pesar de ser una infraestructura grande y muy concurrida, es un gran esfuerzo por promover el uso de las energías limpias. Un ejemplo que sirve para demostrar el poder de esta tecnología y que además permite ahorrar grandes sumas de dinero. No es el único Aeropuerto con este sistema de paneles, pero si es el primero en abastecerse de energía total y únicamente gracias a la energía de el Sol.



## Estamos a su lado en todo proceso crítico que su empresa requiera.

Nos sumamos a su equipo.

#### Nos sumamos a su equipo.

Atención a clientes I Auditoría de ventas I Gestión de cobranzas I Back Office I Campañas de venta I Campañas In - Out bound



# BP0/2.0

- **f** exactor
- in https://www.linkedin.com/in/exactorbpo