NOMBRAMIENTOS CORPORATIVOS

Michael Resha
Vicepresidente ejecutivo

■ Vertiv incorporó a Michael Resha como vicepresidente ejecutivo de Manufactura, Logística y Excelencia Operacional. Llega desde Stellantis, donde se desempeñó como vicepresidente sénior y responsable global de Inyección y Estampado. También ocupó cargos de liderazgo en manufactura en Fiat Chrysler y Mercedes-Benz. Es licenciado en ciencias en ingeniería civil egresado de la Universidad de Alabama y completó programas de gestión ejecutiva en EGADE Business School y la Universidad de Fudan.

Leonardo Fraga
CEO

■ Grant Thornton Argentina promovió a Leonardo Fraga como nuevo CEO. El ejecutivo cuenta con más de 35 años de experiencia y una extensa trayectoria dentro de la firma. Es contador público graduado de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y participó en proyectos de auditoría, Due Diligence e IPOs para mercados locales e internacionales. En el ámbito académico, fue docente titular de contabilidad en la UBA y profesor asistente de información financiera en la Universidad del CEMA.

Diego Majdalani
Vicepresidente

■ Lenovo eligió como vicepresidente sénior y presidente para América latina a Diego Majdalani, quien aportará más de 25 años de experiencia en la industria tecnológica con una amplia trayectoria de liderazgo en América latina y en el ecosistema global de canales. Se une a Lenovo tras 17 años en Dell Technologies, donde se desempeñó como presidente de Canales para Mercados Internacionales. Anteriormente lideró el negocio regional de Dell y ocupó cargos de liderazgo y en soluciones empresariales.

Julieta Fondeville
Directora de Comunicación

■ Allianz Argentina eligió a Julieta Fondeville como head of Marketing, Communications & Customer Experience. Fondeville cuenta con una trayectoria de 26 años en Allianz, donde se consolidó como una referente del mercado local en marketing y comunicación. A lo largo de su carrera lideró el posicionamiento de la marca en el país, impulsando su presencia y notoriedad a través de iniciativas estratégicas de alto impacto. Estuvo al frente de proyectos locales y globales.

Daniela González
Gerenta de Marketing

■ Strix, empresa de servicios de tecnología para la seguridad y gestión de activos, incorporó a Daniela González como nueva gerenta de Marketing y Negocio Consumer para Argentina, Chile y Uruguay. Asume la posición con el objetivo de potenciar la estrategia de marca. En el plano académico, es licenciada en administración de empresas por la Pontificia Universidad Católica Argentina (UCA) y cuenta con un posgrado en customer experience management otorgado por ESIC Business & Marketing School en Madrid.

Ventas y tecnología: responder rápido puede impulsar hasta un 60% las reservas

Muchos pretenden que la IA garantice la atención durante las 24 horas

Descubrir un producto en las redes, comparar precios, consultar por WhatsApp y decidir una compra puede suceder en cuestión de minutos. En ese escenario, captar la atención del consumidor ya no es suficiente: la velocidad de respuesta y la facilidad para resolver una consulta se vuelven factores determinantes para concretar una venta. Las expectativas de los consumidores reflejan ese cambio. En ese marco, el informe State of Business Messaging, basado en una investigación de Kantar encargada por Meta entre más de 11.000 consumidores de veintidós mercados, incluida la Argentina, reveló que el 72,4% tiene mayor predisposición a comprarle a una marca que ofrece mensajería, mientras que el 66,8% se frustra cuando esa posibilidad de contacto no está disponible.



Los restaurantes avanzan con los sistemas de reservas diseñados con inteligencia artificial

La inteligencia artificial (IA)está profundizando esta tendencia. Según el informe CX Trends 2026 de Zendesk, el 88% de los consumidores espera tiempos de respuesta más rápidos que hace un año y el 74% pretende que la atención esté disponible las 24 horas.

Los datos exponen un cambio en la relación entre las marcas y sus públicos: la experiencia comercial ya no depende únicamente de la calidad de un producto, el precio o la efectividad de una campaña publicitaria. También importa qué sucede después de que una persona manifiesta interés y cuánto esfuerzo debe hacer para avanzar hacia una decisión. El tiempo que transcurre entre una consulta y su respuesta puede representar una oportunidad comercial o una venta perdida. En particular, cuando los consumidores comparan alternativas en simultáneo, una demora puede llevarlos a continuar el recorrido con otra marca.

El desafío es operativo. Mantener equipos disponibles de manera permanente no siempre es viable, pero esperar hasta el siguiente horario de atención tampoco se ajusta a las expectativas de un consumidor acostumbrado a obtener información de forma inmediata. La integración de IA, mensajería, sistemas de gestión de clientes (CRM) aparece como una de las alternativas para reducir esa brecha.

> **El 72% tiene mayor predisposición a comprarle a una marca que ofrece mensajería**

Un caso en el sector gastronómico permite dimensionar el impacto potencial. Una empresa de sushi trabajaba con un número de WhatsApp por sucursal y las consultas dependían de la disponibilidad de las personas encargadas de responder. La incorporación de un CRM integrado con WhatsApp y herramientas de inteligencia artificial permitió centralizar las conversaciones, responder de inmediato las preguntas frecuentes y realizar un seguimiento de las consultas hasta su resolución.

El resultado fue un incremento trimestral del 60% en las reservas, de acuerdo con los datos del caso analizado por Identidades Digitales. La experiencia ilustra cómo la gestión de las conversaciones puede incidir en los resultados comerciales. El desafío consiste en conectar los distintos momentos del recorrido (desde la publicidad y la primera consulta hasta el seguimiento y la compra) para evitar que el interés se diluya antes de convertirse en una acción concreta. En los negocios orientados al consumidor final, esto puede traducirse en más reservas o compras, mientras que en el mercado corporativo puede contribuir a identificar prospectos calificados, responder consultas comerciales y sostener el seguimiento durante procesos de decisión más prolongados.

Atención real

La conversión, sin embargo, empieza antes de que el consumidor haga una consulta. En un ecosistema digital saturado de estímulos, las marcas también enfrentan el desafío de distinguir entre llegar a una audiencia y conseguir que esa audiencia preste atención.

Las reproducciones, impresiones y clics permiten medir distintas instancias de exposición e interacción, pero no necesariamente reflejan el interés efectivo ni anticipan una compra. Una campaña puede acumular grandes volúmenes de visualizaciones sin que eso implique que el mensaje haya sido comprendido o recordado.

NOMBRAMIENTOS CORPORATIVOS

Michael Resha
Vicepresidente ejecutivo

■ Vertiv incorporó a Michael Resha como vicepresidente ejecutivo de Manufactura, Logística y Excelencia Operacional. Llega desde Stellantis, donde se desempeñó como vicepresidente sénior y responsable global de Inyección y Estampado. También ocupó cargos de liderazgo en manufactura en Fiat Chrysler y Mercedes-Benz. Es licenciado en ciencias en ingeniería civil egresado de la Universidad de Alabama y completó programas de gestión ejecutiva en EGADE Business School y la Universidad de Fudan.

Leonardo Fraga
CEO

■ Grant Thornton Argentina promovió a Leonardo Fraga como nuevo CEO. El ejecutivo cuenta con más de 35 años de experiencia y una extensa trayectoria dentro de la firma. Es contador público graduado de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y participó en proyectos de auditoría, Due Diligence e IPOs para mercados locales e internacionales. En el ámbito académico, fue docente titular de contabilidad en la UBA y profesor asistente de información financiera en la Universidad del CEMA.

Diego Majdalani
Vicepresidente

■ Lenovo eligió como vicepresidente sénior y presidente para América latina a Diego Majdalani, quien aportará más de 25 años de experiencia en la industria tecnológica con una amplia trayectoria de liderazgo en América latina y en el ecosistema global de canales. Se une a Lenovo tras 17 años en Dell Technologies, donde se desempeñó como presidente de Canales para Mercados Internacionales. Anteriormente lideró el negocio regional de Dell y ocupó cargos de liderazgo y en soluciones empresariales.

Julieta Fondeville
Directora de Comunicación

■ Allianz Argentina eligió a Julieta Fondeville como head of Marketing, Communications & Customer Experience. Fondeville cuenta con una trayectoria de 26 años en Allianz, donde se consolidó como una referente del mercado local en marketing y comunicación. A lo largo de su carrera lideró el posicionamiento de la marca en el país, impulsando su presencia y notoriedad a través de iniciativas estratégicas de alto impacto. Estuvo al frente de proyectos locales y globales.

Daniela González
Gerenta de Marketing

■ Strix, empresa de servicios de tecnología para la seguridad y gestión de activos, incorporó a Daniela González como nueva gerenta de Marketing y Negocio Consumer para Argentina, Chile y Uruguay. Asume la posición con el objetivo de potenciar la estrategia de marca. En el plano académico, es licenciada en administración de empresas por la Pontificia Universidad Católica Argentina (UCA) y cuenta con un posgrado en customer experience management otorgado por ESIC Business & Marketing School en Madrid.

[...] o en manufactura en Fiat Chrysler y Mercedes-Benz. Es licenciado en ciencias en ingeniería civil egresado de la Universidad de Alabama y completó programas de gestión ejecutiva en EGADE Business School y la Universidad de Fudan. Leonardo Fraga CEO - Grant Thornton Argentina promovió a Leonardo Fraga como nuevo CEO. El ejecutivo cuenta con más de 35 años de experiencia y una extensa trayectoria dentro de la firma. Es contador público graduado de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y participó en [...]

NOMBRAMIENTOS CORPORATIVOS

Michael Resha
Vicepresidente ejecutivo

Vertiv incorporó a Michael Resha como vicepresidente ejecutivo de Manufactura, Logística y Excelencia Operacional. Llega desde Stellantis, donde se desempeñó como vicepresidente sénior y responsable global de Inyección y Estampado. También ocupó cargos de liderazgo en manufactura en Fiat Chrysler y Mercedes-Benz. Es licenciado en ciencias en ingeniería civil egresado de la Universidad de Alabama y completó programas de gestión ejecutiva en EGADE Business School y la Universidad de Fudan.

Leonardo Fraga
CEO

Grant Thornton Argentina promovió a Leonardo Fraga como nuevo CEO. El ejecutivo cuenta con más de 35 años de experiencia y una extensa trayectoria dentro de la firma. Es contador público graduado de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y participó en proyectos de auditoría, Due Diligence e IPOs para mercados locales e internacionales. En el ámbito académico, fue docente titular de contabilidad en la UBA y profesor asistente de información financiera en la Universidad del CEMA.

Diego Majdalani
Vicepresidente

Lenovo eligió como vicepresidente sénior y presidente para América latina a Diego Majdalani, quien aportará más de 25 años de experiencia en la industria tecnológica con una amplia trayectoria de liderazgo en América latina y en el ecosistema global de canales. Se une a Lenovo tras 17 años en Dell Technologies, donde se desempeñó como presidente de Canales para Mercados Internacionales. Anteriormente lideró el negocio regional de Dell y ocupó cargos de liderazgo y en soluciones empresariales.

Julieta Fondeville
Directora de Comunicación

Allianz Argentina eligió a Julieta Fondeville como head of Marketing, Communications & Customer Experience. Fondeville cuenta con una trayectoria de 26 años en Allianz, donde se consolidó como una referente del mercado local en marketing y comunicación. A lo largo de su carrera lideró el posicionamiento de la marca en el país, impulsando su presencia y notoriedad a través de iniciativas estratégicas de alto impacto. Estuvo al frente de proyectos locales y globales.

Daniela González
Gerenta de Marketing

Strix, empresa de servicios de tecnología para la seguridad y gestión de activos, incorporó a Daniela González como nueva gerenta de Marketing y Negocio Consumer para Argentina, Chile y Uruguay. Asume la posición con el objetivo de potenciar la estrategia de marca. En el plano académico, es licenciada en administración de empresas por la Pontificia Universidad Católica Argentina (UCA) y cuenta con un posgrado en customer experience management otorgado por ESIC Business & Marketing School en Madrid.