[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)Publicado en Madrid el 06/10/2021

# [La startup Tunefork, ganadora del vertical Consumer Trends en South Summit 2021](http://www.notasdeprensa.es)

## Procedente de Israel, ha creado una startup que adapta el audio de llamadas, videos y música a las necesidades auditivas del usuario a través de pruebas de audición mediante algoritmos

Experiencias de compra automatizadas, agilización de procesos de compra o el sentimiento de pertenencia a comunidades virtuales, han sido algunos de los temas abordados en torno a la industria Consumer Trends, una de las principales protagonistas de esta primera jornada de South Summit y de todo el encuentro en general. South Summit 2021 powered by IE University se lleva a cabo en colaboración con la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, está co-organizado por el Ayuntamiento de Madrid y cuenta con partners como BBVA, Telefónica, Endesa y BStartup de Banco Sabadell. El encuentro líder del ecosistema emprendedor y la innovación reunirá hasta el jueves a startups, corporaciones e inversores en el espacio de innovación madrileño de La Nave. Bajo el lema ‘Shape the future’, South Summit 2021 invita al ecosistema global de innovación a ser parte de la transformación hacia el futuro, que se construye desde sus pilares: Sostenibilidad, Conexión, Innovación y Negocio. En el marco de esta temática, más de una decena de startups han expuesto sus proyectos en la competición en el vertical de Consumer Trends, en el que Tunefork ha sido la ganadora. Se trata de una startup que adapta el audio de llamadas, videos y música a las necesidades auditivas del usuario a través de pruebas de audición mediante algoritmos. Tunefork se ha convertido en la vencedora del vertical, pero el resto de proyectos finalistas no se quedan atrás en cuanto a innovación y disrupción. Entre ellos destacan: Brickbro: plataforma digital para la compraventa de inmuebles en el mercado comercial y de oficinas a través de un proceso ágil y simplificado. Green Lion: ofrece acceso a bienes y servicios a las distintas comunidades de África conectando los pequeños comercios a la economía digital. Hannun: plataforma digital de venta de muebles y artículos artesanos que tiene como misión acabar con los muebles que no respetan al medioambiente y, las 10 millones de toneladas de residuos que cada año la fabricación de muebles produce en la Unión Europea. Kaikoo: software diseñado para entrenadores de e-sports que ofrece soluciones como rastreadores en tiempo real, herramientas de análisis de vídeo o coaching para jugadores. Kitchenita: red regional de marcas nativas de delivery 100% data driven. Utilizan la tecnología para expandir su radio de alcance y optimizar los procesos de producción, venta y distribución. Qoala: extensión gratuita que aplica posibles descuentos y promociones a las compras online del usuario. Volava: plataforma de fitness interactivo que ofrece conexiones sociales construyendo una comunidad entorno al bienestar. South Summit 2021 quiere reafirmar su compromiso con la sostenibilidad, transformándose también por dentro, maximizando su impacto ecológico positivo, al apostar por una producción neutral en carbono, con materiales circulares y en crecimiento continuo, estando en proceso para conseguir la certificación Green Festival. La sostenibilidad también se ha convertido en los últimos años en uno de los factores determinantes en los procesos de compra de los usuarios. Paul Ortchanian, fundador, CEO y Chief Product Advisor de Bain Public señalaba que “aunque parezca que los consumidores solo se preocupan solo por las emisiones de las empresas, no es así. Tomar este camino excluye múltiples cambios que desde las empresas podemos aplicar para favorecer la sostenibilidad”. Es más, Ortchanian añade que “usar un lenguaje exclusivamente centrado en las emisiones no es lo más recomendable para convencer a unos clientes cada vez más concienciado con la sostenibilidad”. Por su parte, Oliver Pailhès, CEO y fundador de AirCall, explicaba cómo conseguir que los clientes estén más satisfechos, destacando que : “la prioridad es hacer la vida más fácil a los consumidores desde los servicios de atención al cliente”. Para ello, Pailhés considera que “los mejores servicios invierten fundamentalmente en dos aspectos: tecnología para ofrecer los canales más rápidos y efectivos a los clientes, y formación del personal humano para darles un mejor trato”. De hecho, ha insistido en la idea de “tomar a la tecnología no como un sustituto, sino como un apoyo de los trabajadores de atención al cliente para lograr una plena satisfacción”. Por último, Endesa, uno de los partners de South Summit también ha participado en esta conversación de la mano de José Minguez, Head of Innovation de la compañía, quien ha apuntado: “El uso de la data y las diferentes tecnologías nos está ayudando a reducir la polución y adaptar las compañías a la sostenibilidad. Además, nosotros ahora estamos trabajando en un proyecto para analizar cómo los usuarios pueden reducir también su factura de la luz”.

**Datos de contacto:**

Trescom

91 411 58 68

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/la-startup-tunefork-ganadora-del-vertical\_1](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Imágen y sonido Emprendedores E-Commerce

[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)

[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)