

Venezolana Gaby Espino reclutada por Amazon

La actriz y productora venezolana Gaby Espino se convirtió esta semana en la más reciente estrella de la televisión latina en ser reclutada por Amazon, todo como parte de una estrategia del gigante del comercio electrónico para llegar a los hispanohablantes de Estados Unidos.

“Es realmente de agradecer que una empresa como esta, en momentos de pandemia, esté ofreciendo ideas para la comunidad latina, sin costo y en español”, indicó Espino, quien es la imagen de “Campamento Prime”, una iniciativa de la empresa donde hay ideas de actividades para realizar con niños.

“Yo en lo personal estoy muy agradecida, porque ya no sabía ni qué hacer con mis hijos”, indicó la actriz, quien es madre de Oriana de 12 años y Nickolás de 8, con quienes ha estado en casa en Miami con desde marzo, cuando comenzaron las medidas de confinamiento.

La participación de Espino como portavoz del “Campamento Prime” representa la tercera iniciativa de Amazon dirigida específicamente al mercado hispano de Estados Unidos, que supera los 60 millones de personas, de los cuales más de la mitad hablan español en casa.

La actriz, productora y empresaria venezolana es la tercera estrella de la televisión latina que Amazon recluta para que sea su portavoz y, con más de 10 millones de seguidores en Instagram, es una de las celebridades más queridas por los hispanos en ese país.

La primera fue la puertorriqueña Adamari López, parte del elenco del matutino también de Telemundo “Un nuevo día” y quien fue la cara de la campaña de productos navideños.

Le siguió la mexicana Ana Patricia Gámez, conductora de “Enamorandonos” en el canal Unimas, que es parte de Univision, quien representó a la empresa en febrero para San Valentín.

“Para Amazon es importante comprender y compenetrarnos con nuestros clientes. Conocemos bien los puntos de pasión de nuestra comunidad latina y estas portavoces representan los valores culturales que son importantes para nosotros”, dijo el portavoz de la empresa para América Latina y US Hispanic, David Flores.

“Para nosotros es importante tener relaciones con personalidades confiables, respetadas y queridas por nuestros clientes”, agregó. Tanto que López y Gámez participaron en las campañas con sus parejas e hijos.

ALEXA HABLA SPANGLISH

Antes de que se pusiera en marcha la campaña con las celebridades, la empresa tenía una versión en español de la página para los latinos de Estados Unidos y una asistente de voz multilingüe.

“La versión de Alexa que se activa en Estados Unidos entiende comandos en inglés y en español. Pero, además, entiende si el usuario le habla en una mezcla de los dos idiomas”, reveló Flores.

Es decir, la asistente de voz no solo es bilingüe, sino que entiende “spanGLISH”, aclaró.

Además, es capaz de interpretar las diferentes jergas de la mayoría de los países de los que provienen los latinos: “Alexa entiende si le hablan de una piscina, de una alberca o de una pileta”, completó.

Con información de Agencia EFE y 800 Noticias