

ParadaVisual®

MARZO 2022 | PARADAVISUAL.COM

UN MUNDO DIGITAL

LIVDEO

VISITAS A MUSEOS
A LA DISTANCIA DE UN CLICK

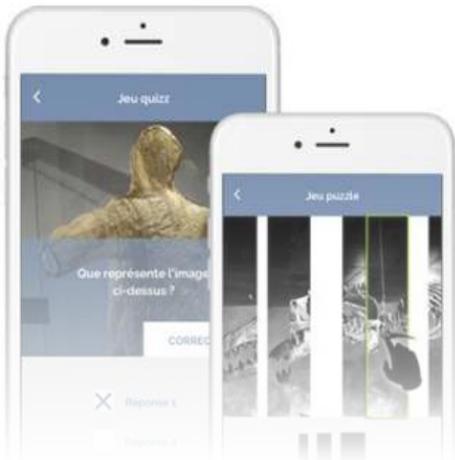
META

BATE RÉCORDS
EN REALIDAD VIRTUAL

LATAM

EN LA MIRA
DE LOS CIBERATAQUES

04 NOTICIAS



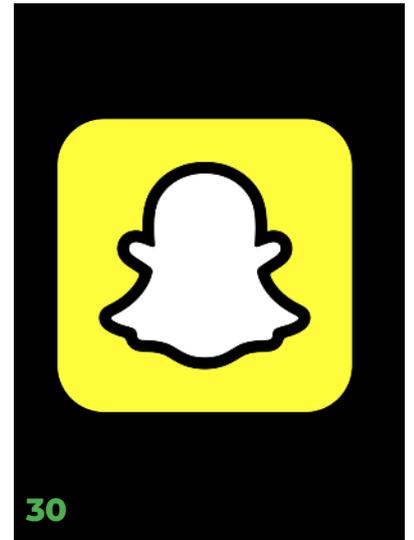
10
LIVDEO VISITA A MUSEOS
A UN CLICK



14
META BATE RECORD
EN REALIDAD VIRTUAL



18
META COMPRA CHATBOT



30
SNAPCHAT
SE RECUPERA

32 LATAM



32
LATAM
EN LA MIRA



35
ARGENTINA
CHATBOT PARA WHATSAPP



42
TRANSFORMACIÓN
DIGITAL



44
BRASIL AUTORIZA
SATÉLITE DE ORBITA BAJA

46 MAROC



46
INNOVACIÓN PARA
LA INDUSTRIA 4.0



57
INVERSIONES 2021
DE MAROC TELECOM



56

58 EVENTOS

59 REVIEWS

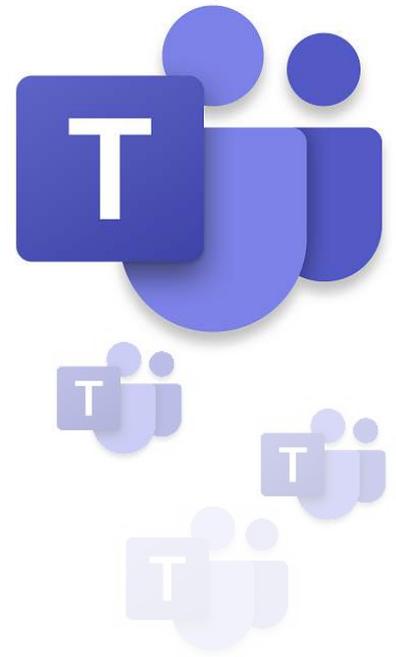
Parada^{visual}.

LAS NOTICIAS QUE BUSCAS A UN CLICK DE DISTANCIA



WWW.PARADAVISUAL.COM

MICROSOFT TEAMS Y LAS COMUNICACIONES UNIFICADAS



Debido a la pandemia las empresas han tenido la necesidad de crear un ambiente colaborativo entre sus trabajadores, clientes y proveedores, de allí la importancia de herramientas como Microsoft Teams, un servicio que integra videoconferencias, mensajería instantánea, dentro de un ambiente de nube con paquetería de office.

Así, con el objetivo de continuar unificando las comunicaciones en las empresas, MCM Telecom junto a Microsoft unieron Microsoft Teams y Symphony; la plataforma de comunicaciones unificadas que permite a las empresas personalizar el servicio de voz, conforme a sus necesidades de comunicación como: distribuciones de llamadas de manera automática, audios de bienvenida personalizados, políticas de llamadas de entrada y salida, así como funcionalidades de call center que permiten tener trazabilidad en la operación y en el rendimiento de sus colaboradores; con una integración nativa de conexión directa proporciona funcionalidad de llamadas globales y permite a los usuarios tener una experiencia de comunicación integrada, para todas sus áreas de negocio, sin importar el tamaño de la empresa.

Symphony se integra de forma nativa en Teams, los usuarios pueden disfrutar de la misma interfaz de la plataforma de Microsoft que han estado usando sin descargas adicionales, bots, o complementos, activando el pad

de marcación que brinda todos los beneficios de la plataforma Symphony, mejorando productividad y simplificando la adopción. Esta solución está ideada para clientes que requieran seguir usando sus teléfonos físicos actuales que tienen con Symphony y además quieran usar Microsoft Teams, o clientes que requieren funcionalidades avanzadas de Symphony (enrutamientos, operadoras automáticas, políticas de llamadas de entrada y salida, etc).

Microsoft Teams cuenta con 250 millones de usuarios mensuales, disponible en 181 países en 53 lenguajes diferentes. Debido a la integración del ecosistema de nube de Microsoft 365, permite al usuario la edición de documentos en tiempo real y de forma colaborativa, además de integrar múltiples aplicaciones que optimizan la productividad de los colaboradores.

Con Symphony Call Routing para Microsoft Teams, los usuarios pueden fácilmente comunicarse y colaborar utilizando cualquier dispositivo móvil, escritorio o web. No importa donde se encuentren (ya sea en casa, en la oficina o en movimiento) siempre están conectados.

Los trabajadores y sus clientes pueden seguirse comunicando sin importar si están trabajando de forma remota o en oficina.

TELEFÓNICA SE INCORPORA AL ENTORNO BLOCKCHAIN

Telefónica Tech, es la unidad de negocios digitales de Telefónica, con la cual se incorpora a la alianza global LACChain, integrada por diferentes actores del entorno blockchain y liderada por el Laboratorio de Innovación del Grupo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID Lab).

El objetivo es promover la adopción significativa de esta tecnología y el desarrollo del ecosistema blockchain en América Latina y el Caribe. Telefónica Tech y LACChain trabajarán de manera conjunta para acelerar la adopción del blockchain en la región y respaldar la creación de una comunidad que facilite el intercambio de conocimiento en el uso de esta tecnología, incluyendo la realización de talleres y diversas estrategias de formación.

La alianza incluye la posibilidad de que Telefónica Tech pueda incluir sus soluciones en la infraestructura y herramientas tecnológicas de las redes LACChain y conexión con entidades y comunidades de blockchain, con organizaciones involucradas con LACChain y, además, conexión con entidades públicas y privadas, así como comunidades de blockchain en la región para el despliegue de nuevos casos de uso sobre esta tecnología con impacto socioeconómico y que ayuden a cerrar la brecha digital.

El acuerdo se enmarca en el objetivo de LACChain de acelerar la habilitación y la adopción del blockchain para el fomento de la innovación, la reducción de las desigualdades económicas, sociales, de género y de cualquier otro tipo; la promoción de la calidad y la seguridad de los empleos, la promoción de la inclusión financiera, la protección del consumidor y la integridad del mercado. Para ello, LACChain se enfoca en dos grandes pilares, que son la comunidad y la infraestructura.



JOSÉ LUIS NUÑEZ
Unidad de Blockchain
Telefónica Tech

Al incorporarnos a la alianza global de LACChain buscamos aunar sinergias, colaborar y coordinarnos con el ecosistema blockchain para poner en valor el potencial que la tecnología blockchain tiene en América Latina y el Caribe.

Con la incorporación de Telefónica Tech, la Alianza LACChain suma 57 aliados del entorno blockchain, apoyando a asociaciones público-privadas y soluciones basadas en esta tecnología en 16 países de América Latina y el Caribe. Actualmente, se están desarrollando 38 proyectos con impacto en inclusión, con 136 nodos y 81 entidades que ejecutan nodos en un histórico de más de 35 millones de bloques.

VARSTREET ANUNCIA INTEGRACIÓN CON CLOVER PAYMENT GATEWAY

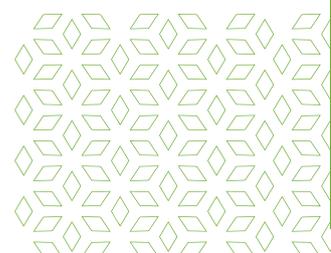
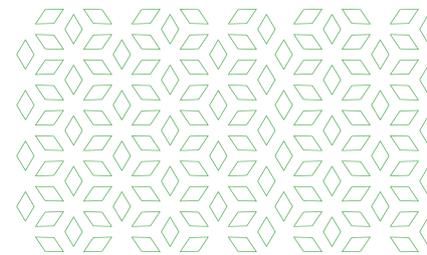
A través de esta integración, todos los revendedores de VARStreet en los EE. UU. y Canadá ahora pueden recibir pagos a través de la pasarela de pagos de Clover.

VARStreet Inc. es un proveedor líder de soluciones de software empresarial para VAR de TI y suministros de oficina en los Estados Unidos y Canadá. La plataforma de VARStreet ofrece un catálogo de productos con contenido enriquecido de más de 45 distribuidores de suministros de oficina y TI como S.P. Richards, Avnet, Ingram Micro, Tech Data y más. Los revendedores de valor agregado usan la plataforma para crear cotizaciones de ventas avanzadas, lanzar su tienda de comercio electrónico B2B junto con CRM y soluciones de adquisición gratuitas.

Clover es una pasarela de pago líder que ayuda a los comerciantes a recibir pagos con tarjeta de crédito de forma segura a través de su sitio web. Los revendedores pueden utilizar la pasarela de pago de Clover si su tienda se encuentra en EE. UU. o Canadá y está configurada con USD o CAD.

La pasarela de pago Clover estará disponible en la solución de software empresarial de VARStreet como una de las pasarelas de pago para procesar tarjetas de crédito. Los revendedores configuran rápidamente la pasarela de pago de comercio electrónico configurando los detalles en el backend y lo mismo se reflejará en las tiendas de comercio electrónico B2B de los revendedores de valor agregado.

Además de Clover, VARStreet tiene integraciones exitosas con otras pasarelas de pago como Stripe, PayTrace, Payroc, Pay360, Vantiv y más. Aparte de esto, VARStreet también tiene integraciones con transportistas y aplicaciones de software como MS Dynamics 365 CRM, NetSuite ERP, contabilidad QuickBooks y más para garantizar que sus clientes administren mejor su negocio.



SHIV AGARWAL
DIRECTOR DE VARSTREET INC.

"Hemos recibido solicitudes de una gran cantidad de nuestros revendedores de EE. UU. y Canadá con respecto a ofrecer soporte para que Clover reciba pagos y estamos encantados de que esta opción esté disponible". la integración con Clover es otra forma en que ayudamos a los revendedores a colaborar con sus clientes en tiempo real para una mejor experiencia de servicio".



ACERCA DE VARSTREET

VARStreet, fundada en 1999 y alimentada con una inversión de más de \$20 millones, ha sido la solución de software preferida para VAR y MSP en los Estados Unidos y Canadá.

La plataforma se integra con más de 45 distribuidores de suministros de oficina y TI como Ingram Micro, Techdata, SYNEX, D&H y más para ofrecer un catálogo colectivo de más de 7 millones de productos en más de 1000 categorías y subcategorías.

Es un proveedor principal de una solución avanzada de cotización de ventas y comercio electrónico alojada B2B, B2G y B2C para TI y suministros de oficina VAR, integradores de sistemas y proveedores de soluciones.

La plataforma de VARStreet también es ampliamente utilizada por fabricantes, distribuidores y otros socios de canal de TI.



CLOVER POS
ON FREE PLACEMENT

EL FUTURO DEL TRABAJO HÍBRIDO

De acuerdo con un Estudio de Servicios Profesionales elaborado por GlobalData y AT&T, las claves para satisfacer las necesidades de los colaboradores que requieren acceso a aplicaciones y datos corporativos sin importar dónde se encuentren, son: **Conectividad, colaboración, seguridad y migración a la nube.**

En el estudio se recopiló información de los sectores jurídico, contable, publicitario, de consultoría, arquitectura e ingeniería; y del total de la muestra, 60% de las empresas ve un futuro laboral híbrido.

Entre muchas consideraciones, la pandemia demostró que el personal puede trabajar desde casa y la productividad.

Por supuesto, asegurar ese futuro de trabajo híbrido supone retos como los siguientes:

Proporcionar una conectividad y networking robustos, así como herramientas de colaboración suficientes.

Una cultura de ciberseguridad para que el personal pueda llevar a cabo sus funciones de manera efectiva.

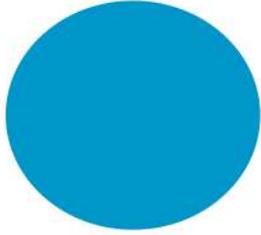
Migrar a la nube.

Más de la mitad de los encuestados afirmó que las plataformas de colaboración como Zoom, Microsoft Teams y Webex se mantendrán con área de interés para invertir en el futuro.

La siguiente generación de tecnologías colaborativas recopilan herramientas bajo una sola, respaldada por Inteligencia Artificial y permitiendo compartir y colaborar en documentos al mismo tiempo.

La ciberseguridad es uno de los mayores desafíos del modelo de trabajo híbrido pues se requerirá empatar la experiencia de usuario del personal remoto con la protección de la información.

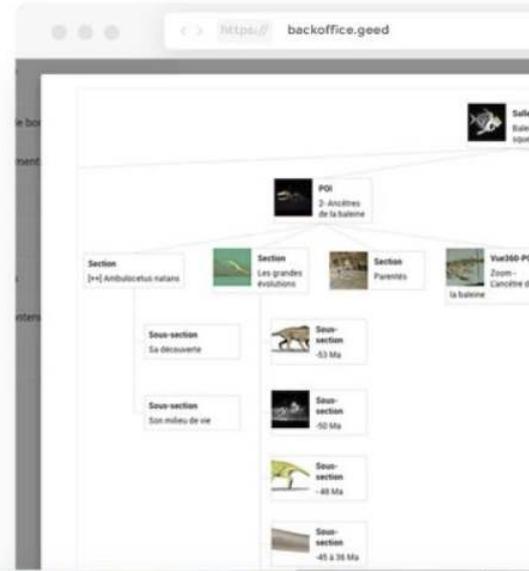
La migración a la nube será más acelerada porque estas soluciones se adaptan a las necesidades de una fuerza laboral más dispersa al ofrecer fácil implementación, escalabilidad y rentabilidad.



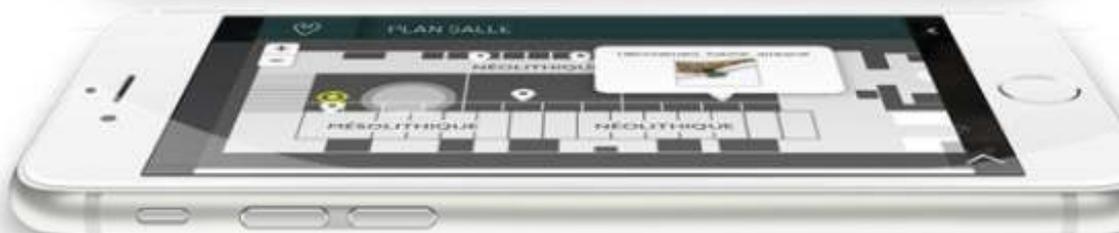
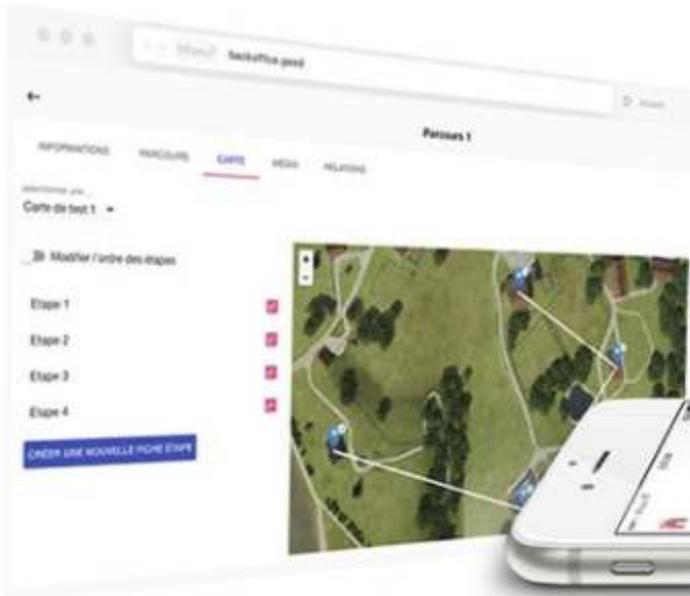
LOS MEJORES EMPLEOS DE CALL CENTER EN UN SOLO LUGAR



LIUDEO



¿UNA APLICACIÓN WEB
PARA HACER EL ARTE
MÁS ACCESIBLE?



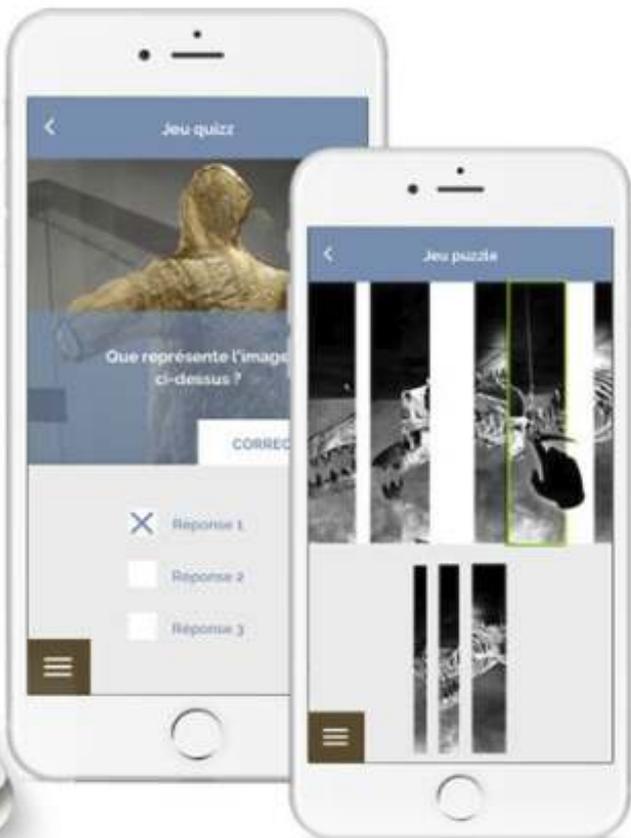


Para hacer que la cultura sea accesible para todos, Livdéo, en Doubs, ha ideado herramientas de visita para usar desde su teléfono inteligente en museos y sitios patrimoniales. La aplicación web Geed, facilita la creación de escenarios de visita y brinda autonomía en el descubrimiento, mientras que Dealog brinda acceso inclusivo a todos los elementos de video.

Livdeo pretende eliminar las barreras del idioma, la edad o incluso la discapacidad para poner a cada visitante en un lugar cultural. Para lograrlo, mientras los museos tendían a configurar una aplicación nativa para descargar, Livdéo prefirió centrarse en un enfoque en el que el usuario utiliza una aplicación web, que utiliza la configuración de su teléfono inteligente, ya adaptada a sus usos al integrar sus configuraciones de idioma o discapacidad. Explicó Ciprian Mélian, cofundador de Livdeo en 2014, "no todos los visitantes descargan una aplicación para un solo uso, especialmente si no tienen el plan o la memoria requeridos en su dispositivo". Por eso, la start-up de Besançon (Doubs) ha desarrollado una aplicación web llamada Geed. Esta solución se basa en una red Wi-Fi dentro del establecimiento para facilitar su uso. "Geed te permite construir narrativas y traer una forma de autonomía", aseguró la misma fuente.



De igual manera, el museo que opte por Geed, puede ofrecer una visita guiada clásica, basada en un hilo conductor o dar a cada uno la oportunidad de elegir las obras que desea explorar, ya sea a través de un código QR, según un plano o de una lista de obras. Gracias a la herramienta disponible sin descarga, el teléfono inteligente también puede identificar las pinturas que se le presentan, a través de su cámara y luego da acceso a una narración. Por lo tanto, esta plataforma de asistencia al descubrimiento del patrimonio, también se basa en un meta motor de traducción, para su función de multilingüismo que es capaz de traducir automáticamente a 24 idiomas y generar una voz sintética. Geed fue premiado en los GLAMi Awards 2019, en Boston con el proyecto del Museo de Bellas Artes y Arqueología de Besançon.



En 2021, Livdeo le trajo una nueva innovación. "Ahora Geed integra un mecanismo en tiempo real para cada visitante y les da la posibilidad de expresarse, de forma anónima, con emojis o un mensaje sobre sus impresiones sobre una obra".

En conclusión, Geed generará un vídeo único de la visita, específico para cada persona en función de sus comentarios, que podrán encontrar al final de su recorrido en su casilla de correo electrónico. "Él da su conformidad para un solo envío, el del video", precisa Ciprian Mélian. De momento, además de establecimientos franceses de prestigio, museos suizos, australianos y americanos como el Smithsonian de Washington ponen a disposición de sus visitantes Geed.

NUEVO SUPERORDENADOR BullSequana XH3000 de

Atos

Atos presentó su nueva supercomputadora, la BullSequana XH3000, recientemente. Pensado para llegar a los exaflops, está diseñado y fabricado en la fábrica de Atos en Angers y estará disponible a partir del cuarto trimestre de 2022.

Hasta 1 billón de billones de operaciones por segundo, Atos lo presenta como un superordenador de "clase exascale", por lo que significa que puede alcanzar una velocidad computacional de hasta 1 billón de billones de operaciones por segundo.

En concreto, cuando los componentes de próxima generación estén disponibles en el mercado, tendrá, dependiendo de la configuración, una velocidad que va desde petaflops

a exaflops para simulación numérica y hasta 10 exaflops para aplicaciones de inteligencia artificial.

Para lograr estas prestaciones, esta plataforma informática híbrida, se basará en las CPU y GPU más recientes de AMD, Intel y Nvidia, (Nvidia Grace, Intel de 13ª generación, etc.).

También podrá incorporar el microprocesador europeo Rhea de SiPearl, fruto de la iniciativa Europea de Procesadores (EPI).

"Gracias a su arquitectura 'OpenSequana', [la BullSequana XH3000] será totalmente compatible con los futuros blades de cómputo y tecnologías de interconexión", agregó Atos.



La compañía francesa especifica que ha tenido en cuenta las cuestiones en torno al consumo energético en la fabricación de la BullSequana XH3000, que incluye su solución patentada de refrigeración líquida.

Por lo tanto, Atos no es ni mucho menos la única empresa que ofrece superordenadores (tiene que competir con HPE y Lenovo, entre otras), pero tiene una carta que jugar, ya que la demanda sigue creciendo, sobre todo para aplicaciones relacionadas con la inteligencia artificial. Las grandes empresas tecnológicas (Microsoft, Meta, Alphabet, Amazon...) los construyen regularmente, pero tienden a gestionar los proyectos ellos mismos o directamente con sus proveedores, como Nvidia.

Para diferenciarse, Atos está jugando la carta de la soberanía. La francesa se compromete a proporcionar a sus clientes "los medios para ejercer un mayor control sobre los datos que producen e intercambian".

Este posicionamiento es tanto más interesante cuando las supercomputadoras, suelen tener aplicaciones críticas y estratégicas. Permiten realizar simulaciones científicas a muy gran escala en sectores como la defensa, la previsión meteorológica y el cambio climático, el descubrimiento de nuevos fármacos o incluso la genómica. Finalmente, están en el corazón de la innovación vinculada al aprendizaje profundo al permitir entrenar modelos muy grandes.



META BATE RÉCORDS EN REALIDAD VIRTUAL PERO SUS REDES SOCIALES SUFREN



Meta hace balance de un año 2021 lleno de acontecimientos. La empresa no está en su mejor forma. Envejeciendo, Facebook muestra una disminución en sus usuarios, mientras que Instagram se ve abrumado por TikTok. Los ingresos de estas redes sociales, que provienen casi exclusivamente de la publicidad dirigida, también se ven afectados por la nueva política de Apple en iOS.

En cuanto a las tecnologías de realidad virtual y realidad aumentada por las que Meta apuesta su futuro, muestran resultados alentadores, pero muestran pérdidas de 10.000 millones de dólares, tras las fuertes inversiones que ha hecho en ellas la empresa.

Meta Platforms, antes Facebook, presentó sus resultados anuales recientemente. El año 2021 marcó un punto de inflexión crucial, para la empresa en más de un sentido. En primer lugar porque reafirmó su apuesta por las tecnologías de realidad virtual y aumentada, que ahora agrupa bajo el nombre de "metaverso".

Pero también y sobre todo, porque su negocio histórico, la publicidad dirigida respaldada por sus redes sociales, ha sufrido varios embates, (la nueva política publicitaria de Apple por un lado, la invalidación del Privacy Shield por otro) que afectan directamente a sus finanzas.

Uno de los indicadores a recordar es que el número de usuarios diarios de Facebook, cayó en el cuarto trimestre de 2021, de 1.930 a 1.929 millones de usuarios. Esta es la primera caída en 18 años.

Esto es solo una caída de un millón, pero es indicativo de la falta de aliento de la red social, especialmente entre los jóvenes.

Los números de Instagram no se ven mucho mejor. La compañía no los divulga en detalle, pero el aumento general de usuarios de todas sus aplicaciones combinadas (que también incluye WhatsApp), fue de alrededor de 10 millones de personas, una señal de un posible estancamiento.

El culpable está todo encontrado: TikTok, una aplicación para crear y compartir vídeos cortos desarrollados por la empresa china ByteDance y cuyo éxito es explosivo desde hace unos años.

Para contrarrestar a este recién llegado, Mark Zuckerberg y sus equipos confían en Reels, una función similar integrada en Instagram. Este es el formato de contenido, cuyo crecimiento es el más alto dentro de la red social según el líder, sin embargo su monetización aún es incompleta a la fecha.

Mark Zuckerberg, había anunciado el año pasado su deseo de redirigir Facebook hacia una audiencia de adultos jóvenes, y esto mientras la red social se ha calcificado lentamente durante 10 años en torno a los usuarios mayores. Esta reversión ambiciosa y compleja de implementar aún está lejos.

Finalmente, a Meta no le falta dinero. Sus ganancias ascendieron a casi \$40 mil millones en 2021, \$10 mil millones más que en 2020, con ingresos de \$33 mil millones en el último trimestre.

El truco: estos ingresos provienen principalmente de la publicidad, y una de las plataformas clave en las que opera, iOS, ha reducido drásticamente su rendimiento a este nivel, al implementar una nueva política de autorización de prácticas publicitarias.



Facebook



TikTok



Facebook



TikTok



EXPERLOGIX ESPERA UN CRECIMIENTO FUTURO Y UNA EXPANSIÓN DEL MERCADO

Experlogix, un proveedor líder de CPQ (Configure, Price, Quote) basado en la nube y software de automatización y generación de documentos, se complace en anunciar la incorporación de Beth Thornton como directora de ingresos.

Con más de 600 clientes en todo el mundo que alcanzan un exceso de 60 000 usuarios, Experlogix continúa asegurando su posición como líder en soluciones CPQ para industrias como la fabricación, el comercio minorista, la medicina y la movilidad. Además, su robusta solución de generación de documentos y automatización de documentos permite a las organizaciones optimizar los procesos centrados en documentos. En respuesta a la gran demanda de la industria, Experlogix está realizando los movimientos estratégicos apropiados para garantizar que continúen cumpliendo con su misión de "crear software

que simplifique lo complejo con el poder de personalizar".

Su éxito continuo ha atraído a ejecutivos C-suite de alto nivel a Experlogix, completando el experimentado equipo de líderes de la industria. Las incorporaciones recientes incluyen a la Directora de Ingresos, Beth Thornton, una ejecutiva global de ventas y marketing con más de 25 años de experiencia en liderazgo estratégico. Thornton ha optimizado con éxito la eficacia de la fuerza de ventas cultivando y transformando empresas nacionales e internacionales, creando nuevas visiones e identificando oportunidades de asociación comercial. Antes de unirse a Experlogix, Thornton fue CRO de Inspire Software desde 2019, donde dirigió su organización de ventas y marketing. Antes de eso, ocupó el cargo de Vicepresidenta Ejecutiva de Ventas Globales en O.C. Curtidor.





Beth Thornton
Directora de Ingresos

"Unirse a Experlogix durante una época de crecimiento sin precedentes es increíblemente emocionante", dijo Beth Thornton. "Espero cimentar la creciente posición de liderazgo de Experlogix en los espacios de CPQ y generación de documentos y automatización de documentos a medida que nos expandimos a nuevos clientes e industrias, mientras expandimos aún más nuestro alcance global".

En general, los ingresos de Experlogix han crecido casi un 150 % entre 2019 y 2021 y la empresa continúa aumentando sus operaciones para respaldar la demanda de los clientes de todo el mundo.

"Estoy increíblemente orgulloso de ser parte de Experlogix", dijo Bill Fox, director ejecutivo de Experlogix. "Hemos logrado el éxito al demostrar que no solo ayudamos a los

clientes a optimizar sus procesos de cotización a efectivo y generación de documentos con una aceleración del tiempo de comercialización sin precedentes, sino que también asumimos una función de asesoramiento para ayudar a resolver los problemas comerciales como un verdadero aliado de estas organizaciones".

Para impulsar aún más, Experlogix continúa con su inversión en soluciones de automatización de documentos y generación de documentos y CPQ líderes en la industria. Ofrece integraciones perfectas y certificadas con las principales plataformas de CRM y ERP, como Microsoft Dynamics, Salesforce, Oracle NetSuite y SugarCRM, y permite a las empresas configurar, cotizar y entregar rápidamente productos complejos y personalizados sin tener que abandonar su sistema familiar.

Meta Platforms ha anunciado que ha cerrado la adquisición de Kustomer, una startup de chatbot con sede en EE. UU., después de recibir las aprobaciones reglamentarias necesarias.

“Estamos emocionados de dar la bienvenida oficial a Kustomer a Meta y juntos crear una experiencia más rápida y sencilla entre las personas y las empresas”, dijo la oficina de prensa de la compañía. Meta cumplió con todos los requisitos regulatorios para completar la transacción, según el comunicado.

Meta (entonces Facebook) anunció por primera vez la compra de Kustomer en noviembre de 2020. El costo de la transacción no se reveló en ese momento, sin embargo, fuentes de Bloomberg y The Wall Street Journal llamaron la cantidad de \$1 mil millones.

La Comisión de Comercio, que acusó a la empresa de monopolización ilegal del mercado. Como parte de la revisión antimonopolio, se expresaron sus preocupaciones sobre el acuerdo, incluso por parte de Salesforce y Zendesk, que venden sistemas CRM. Como resultado, Meta pasó la inspección de la FTC. En septiembre de 2021 se recibió la aprobación de las autoridades antimonopolio en el Reino Unido y en enero de 2022 en la Unión Europea.

Kustomer está desarrollando una plataforma de CRM que permite a las empresas gestionar las interacciones con los clientes desde múltiples servicios a través de una única interfaz. Según Bloomberg, el acuerdo ayudará a Meta a monetizar sus mensajeros WhatsApp y Facebook Messenger.

La empresa espera que las empresas utilicen WhatsApp, que tiene una audiencia mensual de más de 2000 millones de personas, en lugar de otras formas de comunicación con el cliente, como correo electrónico o llamadas gratuitas.



**META CIERRA ACUERDO
PARA COMPRAR
EL SERVICIO DE
CHATBOT KUSTOMER**

The Nextiva logo features the word "nextiva" in a bold, blue, sans-serif font. A small yellow circle is positioned above the letter 'i'.The Five9 logo consists of a blue cloud icon above the word "Five9" in a bold, blue, sans-serif font. A small "TM" trademark symbol is located at the bottom right of the logo.A photograph of two men in dark suits shaking hands. The man on the left is wearing a white shirt and a watch. The background is a blue grid with a line graph showing an upward trend.

NEXTIVA INFORMA UN FUERTE CRECIMIENTO DE CLIENTES DESPUÉS DE ASOCIARSE CON FIVE9

La empresa de comunicaciones en la nube Nextiva anunció recientemente que la integración de su centro de contacto con Five9 está ganando popularidad en el mundo empresarial. Los representantes de la empresa afirman que las soluciones de centro de contacto y agente virtual de Nextiva están siendo utilizadas actualmente por más de 100 empresas, en sectores comerciales que van desde banca, atención médica, transporte, servicios financieros y bienes raíces.

“Nuestra asociación con Nextiva presentó una oportunidad para salir juntos al mercado y ayudar a satisfacer la demanda de los clientes de soluciones integradas de comunicación en la nube y centros de contacto”, dijo Jake Butterbaugh, vicepresidente sénior de socios globales de Five9. “Como resultado de la propuesta de valor distintiva con Nextiva y el impulso del cliente en 2021, Nextiva ha sido reconocida con el premio Five9 Breakthrough Partner of the Year por su velocidad hacia el éxito conjunto y la alineación estratégica general en toda la organización”.

Nextiva se convirtió recientemente en socio certificado de red integrada (CINP) con Five9 para ayudar a introducir soluciones avanzadas de centros de contacto para empresas de todos los tamaños. Como resultado, las organizaciones están aumentando la productividad, creando un mejor compromiso con los clientes y aprendiendo de conocimientos detallados, todo a un precio rentable a través del Centro de contacto inteligente en la nube de Five9.

Las demandas de los clientes son altas en estos días, especialmente ahora que la mayor parte de la actividad comercial se realiza a través de canales digitales. Con Nextiva y Five9, las empresas pueden administrar fácilmente sus operaciones telefónicas y de centros de contacto a través de una sola aplicación unificada. Además, los usuarios pueden administrar mejor los flujos de trabajo, las consultas de los clientes y las conversaciones del equipo, para garantizar que la productividad nunca se retrase al cambiar entre múltiples aplicaciones.

“El impulso que estamos viendo con nuestra integración de Five9 demuestra que los clientes no necesitan menos herramientas de un solo uso: necesitan las herramientas conectadas adecuadas para resolver sus crecientes desafíos de administración de clientes”, agregó Chris Reaburn, CMO de Nextiva. “Nuestra solución reúne las comunicaciones y las conversaciones del centro de contacto en un solo lugar, de manera fácil y elegante, lo que permite una experiencia del cliente mucho más exitosa”.



MessageBird

Voice | SMS | Chat

**MESSAGEBIRD
AHORA POSEE EL DOMINIO BIRD.COM**



MessageBird



A veces las cosas no funcionan y otras veces es lo mejor. Y eso es exactamente lo que sucedió con el proveedor de mensajería MessageBird. La plataforma de comunicaciones omnicanal con sede en Ámsterdam finalmente adquirió Bird.com después de que fracasara una subasta del dominio por 2,5 millones de dólares después de que el comprador no pagara.

La noticia de la compra potencial comenzó a circular en noviembre del año pasado cuando se notó un cambio de dominio. Si bien el propietario original y el vendedor dijeron que hubo una subasta, no pudo confirmar a quién se la vendió. Muchos especularon que, de hecho, era MessageBird, porque el nuevo dominio apuntaba a los Países Bajos, donde también se encuentra la empresa.

Ahora tenemos la confirmación de que el dominio ingresó como "Transferencia pendiente" con MessageBird B.V. como propietario. Todavía es muy pronto y aún no se ha realizado una transferencia de dominio

oficial para que Bird.com realmente reenvíe a MessageBird.com.

Según algunos informes, esta transacción de compra de dominio fue por \$ 10 millones, pero no ha habido confirmación de esto.

La plataforma MessageBird es utilizada por más de 20 000 clientes, algunas de las marcas más importantes del mundo, para que puedan comunicarse de manera inteligente con los clientes. Empresas como Facebook, Uber, Heineken y Airbnb, entre muchas otras, utilizan su plataforma.

La empresa ofrece productos, herramientas y soluciones omnicanal que funcionan como componentes básicos para que las empresas puedan optimizar las conversaciones con los clientes. El objetivo es que estas comunicaciones y transacciones se realicen de la manera más natural y en los canales que sus clientes prefieran, como SMS, voz, WhatsApp, WeChat, Messenger, Instagram, correo electrónico y más.

cerillion

VUELVE AL MWC BARCELONA 2022

Cerillion está de regreso para el MWC Barcelona de este año, uno de los mayores eventos anuales en el calendario de la industria de las telecomunicaciones. ¡Asegúrese de unirse a nosotros allí, en persona o virtualmente, para hablar de telecomunicaciones y tapas!

Después de un paréntesis de dos años, estamos encantados de volver al MWC Barcelona de GSMA, que tendrá lugar del 28 de febrero al 3 de marzo, donde nos encontrarás en el Hall 7, Stand 7B61. Durante más de treinta años, el MWC (en sus diversas formas) ha sido un evento estandarte para la industria de las telecomunicaciones, con ediciones anteriores que vieron a más de 100,000 delegados de todo el sector de las telecomunicaciones descendiendo a Barcelona para el evento de cuatro días.

Después de que su evento de 2020 se cancelara apenas unas semanas antes de que comenzara, debido a la pandemia de coronavirus en desarrollo, y luego un evento discreto en 2021, la GSMA informa un regreso a la forma este año, con una asistencia "no muy lejos de "Niveles previos a la pandemia. Los visitantes de 165 países pueden esperar la agenda repleta habitual de creación de redes y liderazgo intelectual, incluidos 1500 expositores, desde nuevas empresas disruptivas hasta titulares de la industria de telecomunicaciones, y conferencias magistrales de 1000 expertos de la industria sobre una variedad de temas, que incluyen 5G e inteligencia artificial, la nube, fintech, industria inteligente e Internet de todo. Sin embargo, tanto como estos temas se centran en Reconectar una industria y una comunidad, y cómo el ecosistema digital en constante expansión puede proporcionar resiliencia al esfuerzo global de recuperación de COVID-19.

Como tal, de acuerdo con la guía de salud local, los asistentes necesitarán un comprobante de vacunación, un resultado negativo de la prueba o

un certificado de recuperación válido, y completar las declaraciones de salud diarias. Y para aquellos que no pueden o aún son reacios a asistir en persona, pueden ver a los oradores en línea y establecer contactos con otros invitados de forma remota a través de la asistencia híbrida.

Nuestros consultores expertos no serán sus guías a través del metaverso, pero estarán disponibles para guiarlo a través de lo que nuestras soluciones de cobro, facturación y CRM pueden brindarle a usted y a su empresa. Brindamos certeza de resultado para sus proyectos de transformación de BSS/OSS, con nuestra oferta de conjunto de productos flexibles y preintegrados que se entregan a tiempo y dentro del presupuesto, pero sin comprometer la experiencia del cliente.

También mostraremos cómo puede lanzar y monetizar rápidamente nuevos servicios basados en IoT con nuestra demostración de carga de ciudad inteligente, demostrando que en la economía API, ¡puede cobrar por casi cualquier cosa!

Por supuesto, ningún MWC estaría completo sin una noche en el Cerillion Tapas Bar. Únase a nosotros después del espectáculo el martes 1 de marzo mientras nos relajamos de los eventos del día con una noche de tragos, pintxos y networking. Las entradas estarán disponibles en el Cerillion. soporte... hasta entonces, asegúrese de pasar durante el día para tomar café y galletas recién hechos.

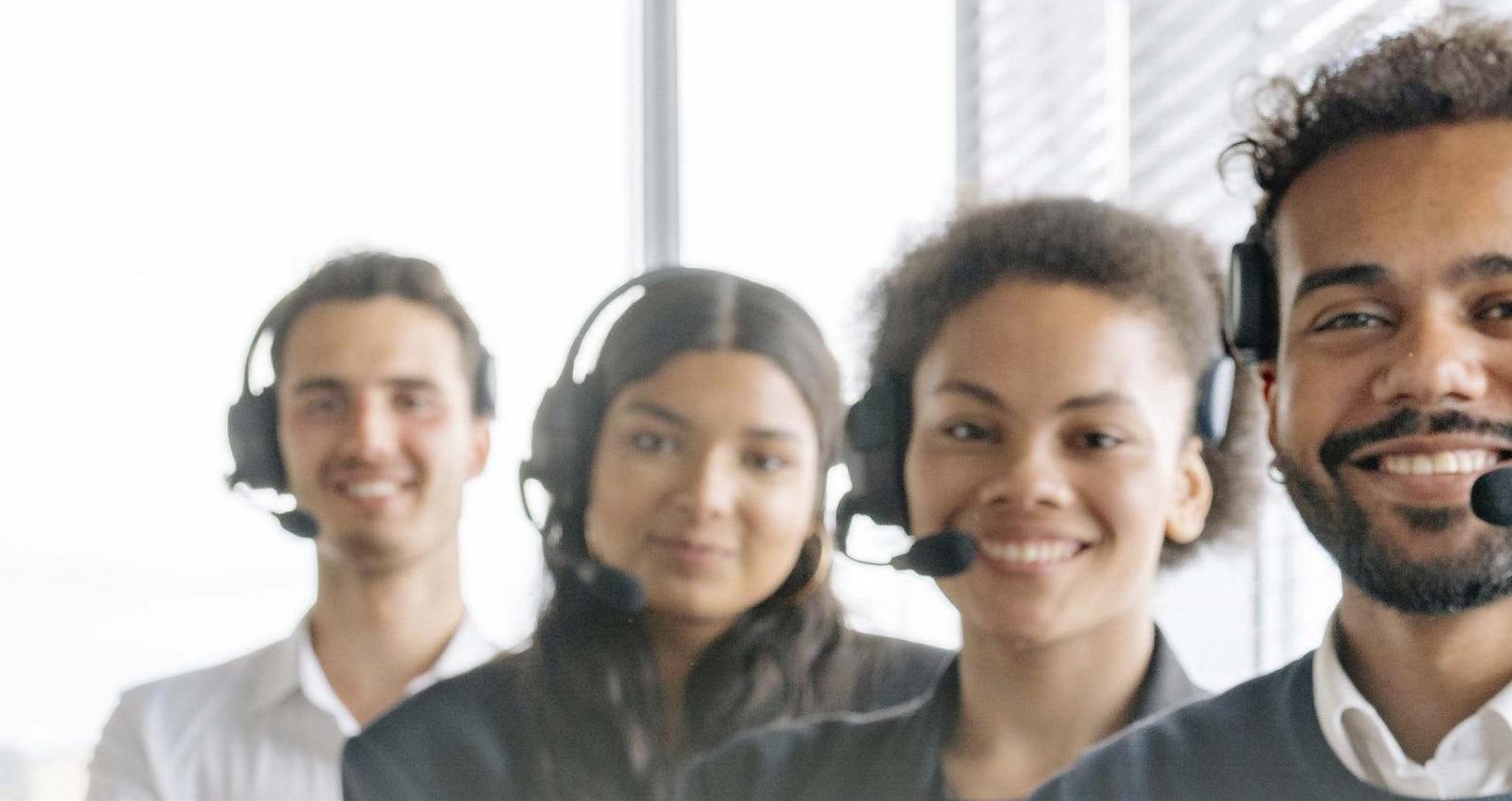
Estamos ansiosos por regresar al MWC, reunirnos y reconectarnos con clientes, socios y amigos. Reserve una cita ahora o pase por nuestro lugar habitual en el Hall 7, Stand 7B61 para conversar, y asegúrese de seguir nuestros canales sociales antes y durante el evento usando el hashtag #CerillionLive.

okdiga

SOLUCIONES INTEGRALES DE CONTACT CENTER

+34 910 606 103 | www.okdiga.com





EL CONTACT CENTER Y LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES DE 2022 SEGÚN IRIS GLOBAL

Digital, pero más humana, transversal para llegar a todos y la inteligencia de los datos para ayudar mejor al usuario son las claves de la estrategia de relación con los clientes y contact center, así será la visión de Iris Global en este 2022.

Un nuevo año ha comenzado y con él, la oportunidad de seguir ofreciendo el mejor y más actualizado de los servicios a sus clientes, descubriendo un impacto social positivo.

Por ello, Ana Isabel Queipo, directora de operaciones de Iris Global, traslada sus predicciones y objetivos de la compañía en este nuevo ciclo.

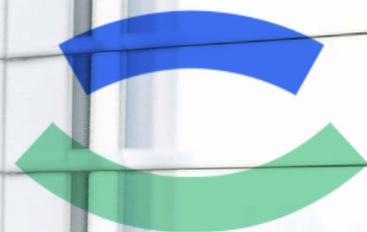
Según Ana Isabel Queipo, habrá más digitalización a todos los niveles, para tener más información y agilizar el servicio al cliente. “Las herramientas informáticas están para que podamos centrar todos nuestros esfuerzos en escuchar activamente, aportar soluciones y poder empatizar mejor con nuestros usuarios. Queremos que nuestros

agentes sean más efectivos, por supuesto, y también más afectivos”. “No solo queremos que quien nos contacte se sienta atendido y se le resuelvan sus problemas. Se trata de evitar que los tenga».

En el sector seguros, las esperas de un cliente para ser atendido pueden ser vitales. Cuando un cliente llama a su seguro es que ha tenido algún problema o un accidente y necesita soluciones ágiles y concretas. Para ello, Iris Global está haciendo una apuesta decidida por la automatización de procesos, inteligencia artificial, tecnologías en la nube, uso de asistentes virtuales o retroalimentación.

Todo ello en un entorno multicanal incluyendo, por ejemplo, acciones proactivas en redes sociales. Cada nueva herramienta o vía de comunicación que se activa es un nuevo conducto de venta, fidelización y negocio. Especialmente, se ha tenido en cuenta un escenario en el que la pandemia seguirá presente, acelerando aún más procesos como





IRIS
GLOBAL

el comercio electrónico o la atención al cliente no presencial.

Con estas innovaciones, el contact center de Iris Global se convierte en un acelerador interno que permite detectar y aplicar mejoras. Puede ser un corrector capaz de detectar imprevistos, anomalías o procesos mejorables. Así, no solo reacciona a las peticiones de los clientes, sino que se convierte en una herramienta de prevención. “No solo queremos que quien nos contacte se sienta atendido y se le resuelvan sus problemas. Se trata de evitar que los tenga, y un contact center pionero como el nuestro puede conseguirlo”, señala Queipo.

Además, el uso de estas tecnologías permite acceder a una enorme cantidad de información que supone un gran valor para las empresas que ayudan en la toma de decisiones, plantea alternativas y próximas líneas de actuación, así como que identifique nuevas líneas de negocio.

Como explica la directora de operaciones de Iris Global, “Centralizando y tratando adecuadamente toda esta información tendremos una visión 360 de nuestros clientes, de nuestros servicios, de nuestros canales de venta, del propio contact center. Un ‘customer journey’ mucho más definido y útil a nivel estratégico, que, bien gestionado y compartido, puede ser una auténtica mina de oro corporativa”

Toda la información corporativa puede aportar un servicio de atención al cliente verdaderamente útil y generar un impacto social positivo, más allá de la propia satisfacción de los clientes en sus relaciones con la empresa. Es necesario que las compañías multipliquen su impacto por encima de esa radio de acción. Muestra de ello es que en respuesta a las demandas del público para elegir empresas comprometidas con la sociedad y el planeta, Iris Global ha implantado la norma ISO14001, reduciendo su impacto medioambiental.

IFS, la compañía global de software empresarial en la nube, anunció hoy que el contratista internacional de perforación en alta mar Borr Drilling está actualizando sus plataformas de TI existentes a las últimas versiones de IFS, incluidas IFS Cloud, IFS Cloud Services e IFS Success Services.

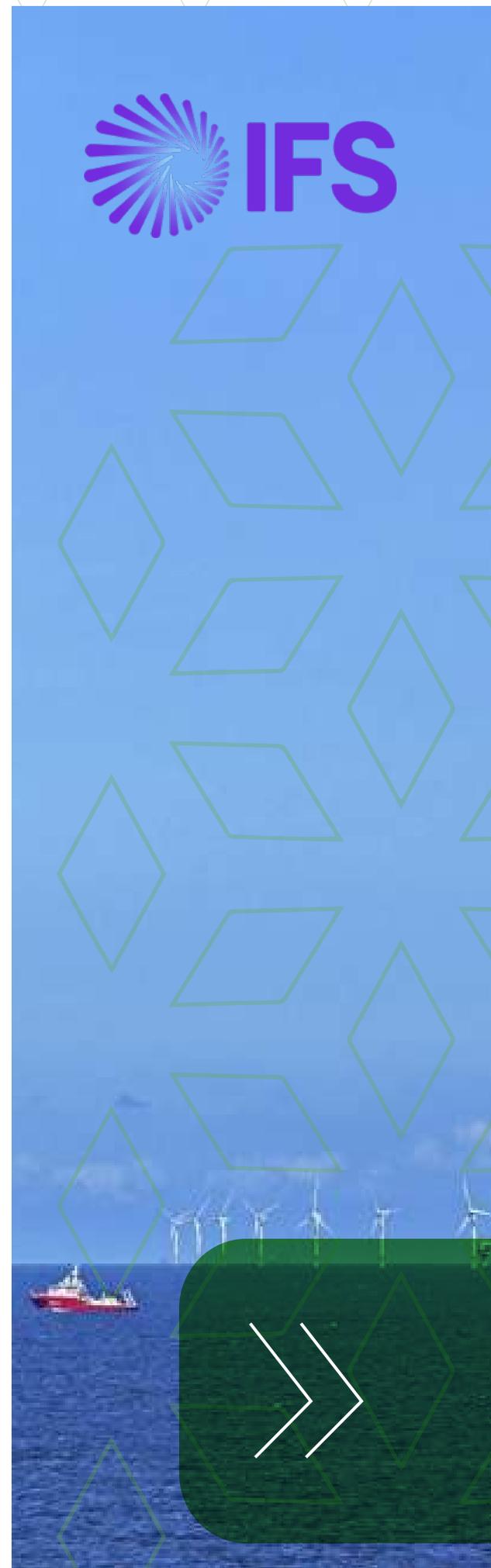
Borr Drilling posee y opera 28 plataformas elevadoras de diseños modernos y de alta especificación que brindan servicios de perforación a la industria de exploración y producción de energía en alta mar en todo el mundo.

IFS Cloud admitirá procesos comerciales de misión crítica, incluida la gestión de activos empresariales (EAM), la replicación de datos en tierra y en el extranjero, la gestión de la cadena de suministro y las finanzas globales. La información integral y bajo demanda sobre el estado de la plataforma es fundamental cuando se perfora en busca de petróleo y gas. El mantenimiento también es una alta prioridad para los propietarios de equipos de perforación, ya que contribuye tanto al tiempo de actividad como al ahorro de costos.

La solución IFS cumple con el cumplimiento de SOX y permite que su cliente administre el mantenimiento, la cadena de suministro y las finanzas de manera más rápida y eficiente, conectando datos en todas estas funciones. También cuenta con replicación incorporada entre la oficina central y las plataformas. IFS Cloud puede ser utilizado en tierra y en alta mar por todas las plataformas y organizaciones de soporte global.

"IFS es un socio estratégico clave para Borr Drilling y estamos muy contentos de continuar nuestro viaje de digitalización con los últimos productos y tecnología de IFS", dice Kjetil Gran, director de TI de Borr Drilling. "IFS Cloud nos brinda la funcionalidad completa de extremo a extremo en una sola plataforma que simplifica los procesos comerciales de misión crítica y proporciona los conocimientos que necesitamos para tomar decisiones clave. Espero continuar nuestra asociación con IFS".

"La energía es una industria de enfoque clave para IFS", dice Christian Pedersen, Director de Producto de IFS. "Estamos orgullosos de poder apoyar a los propietarios de plataformas, FPSO y embarcaciones complejas con la funcionalidad crítica de la industria del petróleo y el gas a través de IFS Cloud".





***EL CONTRATISTA
DE PERFORACIÓN INTERNACIONAL
BORR DRILLING SELECCIONA
IFS CLOUD***



INCERTIDUMBRE SOBRE EL FUTURO DE HOLOLENS DENTRO DE MICROSOFT

Una encuesta de Business Insider informa de serias tensiones, dentro del equipo de Microsoft responsable de asuntos relacionados con la realidad virtual y aumentada. En cuestión: el cese del proyecto que debería haber producido el HoloLens 3, la próxima versión de su casco de realidad aumentada. Microsoft habría recurrido a una asociación con Samsung en torno a un casco de realidad mixta, similar a los proyectos de Meta y Apple.

Asimismo, Microsoft había dado un gran golpe en enero de 2015 al presentar HoloLens, un casco de realidad aumentada cuyo rendimiento fue notable en ese momento. Su sucesor, el muy esperado HoloLens 2, se anunció en febrero de 2019 y pudo vencer al Magic Leap One. A pesar de estos éxitos iniciales, el futuro del producto hoy parece muy incierto dentro de Microsoft.

Por lo tanto, una investigación de Business Insider publicada recientemente, informa de disensiones internas e incluso de la cancelación del proyecto (bautizado Calypso), que iba a dar lugar a HoloLens 3. Se basa en los testimonios de tres colaboradores implicados en el proyecto. L'Usine Digitale puede corroborar esta información que también obtuvo de una fuente interna hace varios meses.

Al mismo tiempo, Microsoft respondió rápidamente a través de su vicepresidente de comunicaciones, Frank Shaw, y Alex Kipman, quien lidera los equipos que trabajan en AR/VR. Insisten en que Microsoft continúa con

sus esfuerzos de "metaverso" y que HoloLens es uno de ellos. Por supuesto, no contradicen directamente el hecho de que se canceló un proyecto de desarrollo de HoloLens 3 en 2021. Una técnica clásica de "negar sin negar" para tranquilizar a clientes y socios.

Así, es muy posible que la empresa lance en el futuro un producto llamado HoloLens 3, pero que sea diferente al proyecto Calypso, que Microsoft finalizó a mediados de 2021. Este último funcionaba con una versión modificada de Windows, como los dos primeros HoloLens, y estaba diseñado para ser más resistente, poder usarlo en exteriores (HoloLens 2 no funciona en un entorno demasiado brillante) y tener mejor batería vida.

Sin embargo es probable que el desarrollo del proyecto Calypso, estuviera ligado a las necesidades del programa IVAS del Ejército de los Estados Unidos, por el que Microsoft ganó un jugoso contrato de 22.000 millones de dólares, (principalmente para servicios en la nube), pero que ha sufrido importantes retrasos.

Finalmente, recientemente, el Wall Street Journal también apuntó que un centenar de ingenieros abandonaron la división de "realidad mixta" de Microsoft en 2021, (tiene alrededor de 1.500 personas en total). Casi la mitad de ellos se fueron a Meta, mientras que otros se unieron a Google o Apple. Muchos eran veteranos de la empresa y todos estaban trabajando en el próximo HoloLens.

NTC INTENSIFICA LAS INTERACCIONES DIGITALES CON LOS CLIENTES CON VEEVA CRM MULTICHANNEL

Veeva Systems anunció hoy que NTC Srl implementará Veeva CRM Multichannel en Italia y España. Veeva CRM permitirá que los departamentos comerciales de NTC interactúen con los profesionales de la salud de manera más eficiente, tanto en persona como a través de canales digitales, acelerando la transición de NTC hacia la excelencia digital. NTC reemplazará el sistema CRM actual con una solución avanzada, para que los departamentos de ventas puedan colaborar de manera más efectiva y obtener una mayor visibilidad de las actividades de los clientes. Con Veeva CRM, los equipos de NTC pueden controlar el rendimiento, ver los resultados de marketing y cuantificar su impacto para fomentar la mejora continua. Los científicos también podrán acceder a datos en tiempo real sobre los que intervenir en el momento de la ejecución con Veeva CRM MyInsights, para intensificar las relaciones con los representantes científicos ofreciendo la información necesaria cuando la necesiten en el dispositivo de su elección.

Como parte de la distribución multicanal de CRM, NTC también utilizará Veeva CRM Mobile, Veeva CRM MyInsights, Veeva CRM Approved Email y Veeva CLM. Obtenga más información sobre el compromiso de Veeva de ayudar a las empresas de ciencias de la vida, como NTC, a aprovechar al máximo las interacciones híbridas.

Acerca de Veeva Systems Veeva Systems Inc. es un desarrollador líder de soluciones comerciales en la nube para la industria global de ciencias de la vida. Al centrarse en la innovación, la excelencia del producto y el éxito del cliente, Veeva tiene más de 1000 clientes, que van desde las compañías farmacéuticas más grandes del mundo hasta la biotecnología emergente.

Como empresa de servicios públicos, Veeva se compromete a equilibrar los intereses de todas las partes involucradas, incluidos los clientes, empleados, accionistas y las industrias en las que opera. Para obtener más información, visite veeva.com/eu.

Acerca de NTC Una empresa farmacéutica con sede en Milán, con socios y distribuidores en más de 100 países. NTC se dedica a la investigación, desarrollo, registro y comercialización de medicamentos, dispositivos médicos y complementos alimenticios en oftalmología, pediatría, ginecología y gastroenterología. Ofrece a sus socios comerciales, actualmente más de 200, productos farmacéuticos innovadores que cumplen con altos estándares de calidad. Para obtener más información, visite www.ntcpharma.com.



"La colaboración con Veeva mejora nuestra capacidad para estandarizar procesos y acelerar la transformación digital en las regiones", "Veeva CRM Multichannel nos ayudará a intensificar las relaciones con los profesionales de la salud, brindando la mejor experiencia al cliente a través de canales digitales".

Andrea Boccardi
Director de Marketing
NTC



"Cada vez más empresas emergentes de ciencias de la vida en Europa, como NTC, utilizan Veeva CRM para hacer converger contenido digital, canales y datos en un solo punto para mejorar la experiencia del cliente", "Estamos orgullosos de asociarnos con NTC para expandir su enfoque digital a las interacciones con los clientes".

Philipp Luik
Vicepresidente de Estrategia
Comercial
Veeva Europa



SNAP PUBLICA SU PRIMERA GANANCIA TRIMESTRAL.

La compañía se ha recuperado más rápido de lo esperado, de la desestabilización del mercado provocada por Apple y que ha recaudado ingresos un 64% durante el último ejercicio.

Por lo tanto, el año 2021 es histórico para Snap, que registró un resultado neto positivo, durante el primer trimestre de su historia, durante los últimos tres meses del año. Asimismo, la empresa matriz de Snapchat, obtuvo \$22,5 millones en ganancias, para una facturación de 1,3 mil millones, un 42% más en un año. Pero este resultado es el resultado de una misteriosa línea, en su cuenta de resultados titulada "otros ingresos", que no fue explicada por la compañía, como señala TechCrunch. Estos "otros ingresos" ascendieron a \$63 millones en el 4to trimestre, compensando la pérdida operativa de \$25 millones.

De igual manera encontramos esta línea de ingresos en el Ebitda ajustado (no GAAP), lo que probablemente significa que es un ingreso excepcional. Sin embargo el CFO también mencionó ganancias sobre ganancias de capital no realizadas, sobre inversiones en compañías que ahora cotizan en bolsa.

A Snap le ha ido bien en el nuevo acuerdo publicitario, provocado por el cambio en la orientación de anuncios en iOS. Mejor que Meta, de todos modos, y "más rápido de lo esperado", dijo el director financiero de Snap, Derek Andersen. A diferencia de Facebook, Snapchat sigue atrayendo nuevos usuarios. Igualmente el número de visitantes diarios aumentó un 20% en 2021, hasta alcanzar los 319 millones, (Facebook reclama 2.900 millones).

Además la empresa está constantemente desarrollando nuevos formatos publicitarios, particularmente en realidad aumentada, para atraer a los anunciantes.

En el conjunto de su ejercicio, la facturación aumenta en un año un 64% hasta los 4.100 millones y la pérdida se reduce un 48% hasta los 488 millones de dólares.

Finalmente, este es el primer año que Snap, registra un flujo de caja positivo, lo que le permitirá seguir con calma sus inversiones en realidad aumentadas.

Openreach y Viavi Solutions Inc. anunciaron que están colaborando para automatizar las pruebas de calidad y velocidad de la red de banda ancha "Full Fibre" de Openreach utilizando Fusion, un sistema de monitoreo de rendimiento virtual. Fusion ofrecerá efectivamente un "velocímetro" de red bajo demanda, que muestra vistas casi en tiempo real de las velocidades que los usuarios finales pueden alcanzar. Esta será la primera vez que se implementan pruebas de red proactivas de las velocidades del usuario final en redes de acceso de fibra en todo el Reino Unido, independientemente de la conexión a Internet del cliente.

VIAVI Fusion incorpora tanto hardware como software, que se utilizarán para aislar y solucionar rápidamente las fallas en la red. Los diagnósticos se automatizarán para cualquier problema que presenten los clientes del proveedor de comunicaciones (CP) de Openreach. Además, se mejorará el servicio al cliente a medida que se automaticen los procedimientos del centro de contacto, equipando a los operadores con los resultados de las pruebas casi en tiempo real para una interpretación rápida de aprobación/falla. Esto permite que la solución de problemas adicional se centre en la causa raíz, ya sea dentro de la red Openreach o de vuelta con los CP. Trevor Linney, director de tecnología de red de Openreach, dijo: "Como el proveedor de infraestructura digital más grande del país, reconocemos que la confiabilidad del servicio y la banda ancha se ha vuelto más integral para la vida cotidiana, especialmente cuando millones de personas cambiaron a trabajar y estudiar desde casa. El año pasado, vio nuestro uso de banda ancha más del doble con 50,000 Petabytes (PB) de datos consumidos en todo el país".

Linney continuó: "También estamos viendo un número récord de personas que se suscriben a nuestra banda ancha de fibra completa ultrarrápida y ultra confiable con más de 1,5 millones de clientes que utilizan el servicio hasta la fecha. Por lo tanto, es crucial que sigamos cumpliendo con nuestro ya sólido servicio". rendimiento al identificar y prevenir fallas antes de que los clientes las informen. La implementación de la solución de prueba automatizada de VIAVI es una parte de las innovadoras soluciones técnicas generales que hemos adaptado para ayudar a determinar problemas potenciales que detectamos en nuestra red casi en tiempo real o cuando una solicitud proviene de nuestros clientes de CP".

Daniel Black, director de Reino Unido y Países Nórdicos de VIAVI, dijo: "Openreach desempeña un papel tan fundamental en la economía digital del Reino Unido que las mejoras que realiza tienen un impacto positivo generalizado en todo el Reino Unido. La automatización de las pruebas en toda su red representa una de esas mejoras. Permitirá que Openreach sea más rápido y más eficiente con el aislamiento de fallas, en beneficio de los CP, las empresas y los consumidores. Y podrán reducir la cantidad de recorridos de camiones y visitas al sitio que realizan, ya que Tendremos acceso a una mejor inteligencia de forma remota. Estamos orgullosos de desempeñar nuestro papel en la evolución de esta red y apreciamos nuestra relación positiva y continua con Openreach".

OPENREACH IMPLEMENTA LA SOLUCIÓN DE PRUEBA AUTOMATIZADA DE VIAVI EN SU RED DE BANDA ANCHA DE FIBRA COMPLETA





**LATAM
EN LA MIRA
DE LOS CIBERATAQUES**

De acuerdo con datos de FortiGuard Labs, el laboratorio de inteligencia de amenazas de Fortinet, México fue el país latinoamericano que más intentos de ciberataques recibió (156 mil millones), seguido de Brasil (88,5 mil millones), Perú (11,5 mil millones) y Colombia (11,2 mil millones).

Los países de América Latina y el Caribe se encuentran a la par de otras regiones y han sido objetivo de cerca del 10% del total de intentos de ciberataques que se han dado el último año en el mundo.

Un ejemplo de esto fue la vulnerabilidad Log4J, una de las más utilizadas por los ciberatacantes en el período, lo que permitió la ejecución remota completa de código malicioso en sistemas vulnerables de la región.

Los países latinoamericanos que más intentos registraron por esta exploración fueron Perú, Colombia, Argentina, Brasil y México.

En el tercer trimestre de 2021 tuvo lugar el mayor ataque de denegación de servicio distribuido (DDoS) de la historia, la amenaza surgió de una variante de la botnet Mirai, dirigida a dispositivos IoT, que lanzó más de una docena de ataques DDoS que superaron varias veces los 1 Tbps y rondaron los 1,2 Tbps. Fortinet detectó que Brasil fue objetivo de cerca del 10% de estos ataques, lo que representó unos 500 mil millones de intentos de DDoS disparados hacia ese país. También se detectaron intentos de instalar herramientas de minería de criptomonedas en Argentina, República Dominicana y Colombia.

Gran cantidad de estas ciberamenazas reportadas están estrechamente relacionadas con la mayor cantidad de personas conectadas a sus trabajos de forma remota.

En la segunda mitad del año se detectó un aumento considerable en el uso de técnicas de escaneo masivo en América Latina y el Caribe, lo que permite a un ciberatacante identificar vulnerabilidades, recopilar información de brechas en los sistemas vulnerables y realizar así la selección de sus objetivos en función de sus hallazgos.

FortiGuard Labs también ha detectado una gran cantidad de ataques relacionados con ejecución remota de código (RCE) en dispositivos IoT, como cámaras, micrófonos y enrutadores domésticos, lo que permite al atacante tomar el control de sistemas empresariales vulnerables.

“El incremento en volumen, sofisticación y efectividad de las ciberamenazas durante el 2021 ha sido notable, por lo que las organizaciones en la región deben estar mejor preparadas con un enfoque de seguridad integral y automatizado para prevenir, detectar y mitigar estos riesgos que están poniendo en juego la integridad de sus operaciones”

ARTURO TORRES,
*Estratega de ciberseguridad de
FortiGuard Labs de Fortinet
para América Latina y el Caribe*



CIBERSEGURIDAD EN LA BANCA

La ciberseguridad es una prioridad en el mundo de hoy, en Argentina, en virtud del aumento de las estafas a través de los canales digitales de distintas entidades crediticias, el Banco de Córdoba se sumó a la campaña “Las claves no se comparten”.

Esta nueva campaña de ciberseguridad cuenta con una página web que reúne una serie de consejos para evitar las estafas.

Es una iniciativa de la Asociación de Banco Públicos y Privados de Argentina (Abappra) cuyo desafío es el de “ayudar a los ciudadanos a proteger la información personal de los clientes y promover buenas prácticas para el uso de redes sociales, sitios y plataformas digitales”.

En la página web que reúne una serie de consejos para evitar las estafas se puede detallar la información, los interesados pueden ingresar a www.lasclavesnosecomparten.com.ar.

Bancor ha sido pionero en llevar adelante una campaña publicitaria masiva sobre ciberdelito.

Cuenta con convenios colaborativos de prevención con el Ministerio Público Fiscal, la Universidad Nacional de Córdoba y la Municipalidad de Córdoba y no ha dejado de difundir información y advertencias a través de campañas en redes sociales, medios tradicionales, prensa, mailings, web y contact center, entre otros canales.

En caso de ser víctima de una estafa, Bancor cuenta con un call center para hacer denuncias: 0810 222 0044.

También puede hacerse el trámite en la web de la Fiscalía General de Córdoba: <https://www.mpfcordoba.gob.ar/como-hacer-una-denuncia/> o bien comunicarse a los teléfonos (0351) – 4481000 – 4481016, internos: 10519/10573. Correo: cibercrimen@justiciacordoba.gob.ar.



CHATBOT, WHATSAPP Y LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Integrar una solución de chatbot con WhatsApp, puede ayudar a que las empresas sean más ágiles en su comunicación y a diferenciarse de la competencia.

La transformación digital sumada a la pandemia exige canales de comunicación efectivos y los chatbots han cobrado cada vez más relevancia para ser parte de ese listado.

Los Chatbots generan recomendaciones predictivas a través de inteligencia artificial y da respuesta a las necesidades de los clientes 24/7, permiten derivar al canal. La integración permite enviar recordatorios de las citas y mensajería de turnos al llamar a los clientes a través de WhatsApp y notificar a los usuarios a través de su canal de preferencia y de mayor uso.

Es otra alternativa diferente a las notificaciones por SMS y correo para estar en contacto con los usuarios. El nuevo tipo de notificaciones que pueden enviarse son recordatorios de las citas y mensajería de turnos al llamar a los clientes para ser atendidos dentro de las sucursales. correcto de atención a los clientes de sectores como el de la banca, el gobierno o la salud. Debmedia fue un paso más allá con sus soluciones y presentó la integración de su solución de chatbot con la aplicación de mensajería instantánea.

A través de esta nueva integración que suma Debmedia a su portafolio de soluciones, un servicio novedoso en Argentina que según la tendencia pronto se convertirá en una necesidad para las empresas.

Gustavo Lauria
Co-Fundador y CMO de Debmedia

“Su implementación se traduce en una mejor experiencia para los clientes porque pueden resolver sus necesidades incluso, cuando ha terminado el horario laboral de los empleados”





TELCEL TENDRÁ LA RED 5G MÁS GRANDE DE AMÉRICA LATINA

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) concedió a Telcel la posibilidad de operar la red comercial 5G más grande de América Latina.

El IFT aprobó la modificación 18 títulos de concesión de Telcel para ofrecer servicios 5G. Con ello, la empresa propiedad de Carlos Slim pondrá en operación la red comercial más grande de América Latina con tecnología de quinta generación.

A través de un comunicado, el IFT, indica que por el uso del espectro utilizado, el Estado recibirá recursos extraordinarios por concepto de pago de derechos superiores a los 900 millones de pesos anuales, de conformidad con lo previsto en la Ley Federal de Derechos.

El Pleno del IFT aprobó la solicitud de modificación de 18 títulos de concesión de Radiomovil Dipsa (Telcel) para usar, aprovechar y explotar bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico que opera en el segmento 3,450-3,550 MHz. Con la finalidad de proporcionar el servicio de acceso inalámbrico en su modalidad móvil (ya que tenía únicamente autorizada la modalidad de acceso inalámbrico fijo).

Se autorizó el cambio de bandas de frecuencias de tal manera que las 18 concesiones operen en el segmento 3,350-3,450 MHz.

La modificación aprobada incluye condiciones de operación para que Telcel brinde la debida protección contra interferencias perjudiciales a los servicios satelitales que operan en el segmento de 3,400 a 3,700 MHz en México.

El despliegue de esta red representará una mejora de los servicios de telecomunicaciones de todos sus usuarios, gracias al rebalanceo del tráfico que podrá lograr a través de otras bandas de frecuencia que Telcel tiene concesionadas. La quinta generación móvil no es sólo una nueva versión que ofrece mayores velocidades de transmisión de datos y menores tiempos de respuesta (latencia), sino que, en conjunto con otras tecnologías, tendrá un impacto en todos los ámbitos de la vida de las personas y el desarrollo de los sectores productivo, económico, educativo, social, cultural y de gobierno de las naciones.

La tecnología 5G tiene aplicaciones dirigidas a la automatización de procesos agroindustriales, el Internet de las cosas masivo, la teleeducación, el teletrabajo, la telemedicina, el transporte inteligente y autónomo. Además de la seguridad pública, el desarrollo de ciudades inteligentes, el comercio electrónico, la inclusión financiera y el entretenimiento, entre muchos otros.



LOS DETALLES PARA LA ENTRADA EN VIGENCIA DEL 5G

Para que el despliegue de 5G pueda darse de forma adecuada se requiere que los tres niveles de Gobierno se coordinen.

Aunque a nivel federal haya autorización para desplegar las redes, las empresas enfrentan diversos obstáculos a la hora de solicitar permisos locales que complican el despliegue de las redes.

En palabras de Arturo Barraza, director del 5G Innovation and Technology Labs de AT&T: “Los tres niveles de Gobierno tienen que estar alineados, que si el nivel federal te vende espectro, el estatal y municipal sepa que lo tienes y que lo vas a explotar y que se puedan tener los mismos requisitos para permisos (...) Ese es el reto más grande de poner una red, que hay lugares donde no permiten desplegar infraestructura, pero también se quejan de que falta conectividad”.

El operador móvil inició en diciembre pruebas 5G en dos puntos de la Ciudad de México,

en las inmediaciones de Torre Diana y en la Colonia Nápoles.

Actualmente, 50 dispositivos pueden acceder a las redes de quinta generación de la empresa.

En el laboratorio se buscará desarrollar startups que desde su nacimiento tengan una oferta comercial en 5G.

Y agrega el Ejecutivo: “Queremos que puedan venir los emprendedores a crear programas para que se adopte más rápido la tecnología, ese es el verdadero reto. Los casos de uso los determinará la gente, será una mezcla de tecnologías lo que sea el conjunto de lo digital, pero la movilidad será dominada por 5G”.

Sin embargo, para que se pueda innovar y aprovechar la red se requiere competencia en el mercado de telecomunicaciones, consideró la empresa.

ERICSSON Y SU “RADIOGRAFÍA DEL ESPECTRO EN AMÉRICA LATINA”

Ericsson hizo público el reporte “Radiografía del Espectro en América Latina” con el objetivo de orientar sobre cómo maximizar el suministro de espectro, diseñar la distribución del mismo a fin de que incentive la implementación de infraestructura, y promover condiciones de licencia previsibles y flexibles.

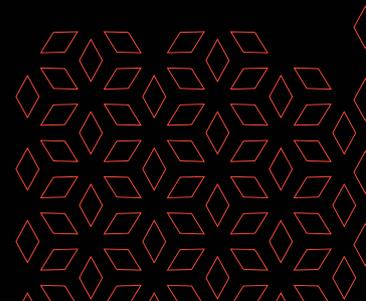
Para Ericsson las conexiones crecerán y llegarán a los 300 mil millones para 2027, en proporción con el total de conexiones este año también marca el máximo para la 4G.

El espectro de banda media será la piedra angular sobre la que se implementen las redes 5G. Las soluciones de acceso inalámbrico mejoran el desempeño y son más baratas que al despliegue para banda ancha fija.

En 2022 representa una gran oportunidad para que los países instauren una política correcta de espectro que haga la diferencia.

Brasil y Chile ya asignaron el espectro de 5G. En Brasil, 8 de los 9 mil millones recaudados fueron destinados por el gobierno para la implementación de redes y así, asegurar que las industrias y consumidores de Brasil se beneficiarán rápidamente con la cobertura 5G. No obstante, la cantidad de espectro en América Latina está por debajo de la cantidad recomendada de 1340 MHz por país. De hecho, la disponibilidad del espectro promedio para servicios móviles en América Latina es 22% por debajo del nivel recomendado.

Las principales oportunidades en la optimización de las políticas de espectro para América Latina esta en maximizar la disponibilidad de este bien. Para maximizar el uso del espectro, se deben minimizar los costos del despliegue y maximizar los incentivos para operadores y accionistas. Hacerlo también implica eliminar los obstáculos de operación y asegurar que autoridades locales compartan su infraestructura.





GABRIEL SOLOMON
JEFE DE RELACIONES GUBERNAMENTALES
E INDUSTRIALES PARA EUROPA Y AMÉRICA
LATINA EN ERICSSON

“Pese a que las subastas han sido un éxito con las redes 5G, los gobiernos tienen el reto de medir la compensación de las cuotas de espectro para implementar redes 5G porque no hacerlo podría implicar un cambio radical en el precio del servicio de cara al consumidor respecto a generaciones anteriores.

Si los gobiernos hacen la compensación en vez de aumentar las tarifas de espectro, la conectividad móvil puede aumentar el PIB hasta 300 mil millones para 2030”

***LA EMPRESA AVANZA
CONCRETÓ SU VENTA A
LA MULTILATINA SKYTEL***



La empresa Avanza, especializada outsourcing de servicios y procesos de contact center, que opera en Uruguay desde 2006, fue adquirida por la compañía latinoamericana SkyTel.

La operación se concretó a fines de 2021 pero se dio a conocer en 2022. Hasta el momento de la compra, Avanza contaba con dos oficinas en Uruguay (Montevideo y Colonia). Al incorporarse a SkyTel, la empresa ahora representa entre un 30% y 40% de la dotación de recursos humanos de la multinacional.

En palabras de Diego Mussio, director de marketing y servicios digitales de SkyTel: "SkyTel es una empresa que se está expandiendo en la región y hacía varios meses que había intención de inversión en Uruguay en el rubro contact center. Finalmente, luego de varias negociaciones cerramos con Avanza".

El ejecutivo se excusó de revelar el monto de la transacción por acuerdos de confidencialidad, pero aseguró que se trata de varios millones de dólares.

Esperan incrementar el equipo en Uruguay en un 15% de acuerdo a los proyectos que surjan. Tras la venta, Avanza se incorporó a SkyTel pero seguirá funcionando como "hasta ahora", aclaró. "Sigue funcionando como tal, con el equipo humano de 400 personas, solo hubo un cambio de CEO: Gonzalo Harispe se retiró y asumió en su lugar Marcos Passarini", aclara Mussio.

El plan de SkyTel para Avanza gira en tres ejes concretos.

A corto plazo, la compañía buscará consolidar y afianzar la operativa de Avanza en Uruguay con la cartera de clientes que tiene hoy en áreas de farmacia, seguros, banca, gobierno, entre otros. Para ello sumará más servicios y canales de tecnología.

El segundo plan es una expansión local que llevará a duplicar la cantidad de clientes en el plazo de un año y medio. Y, a largo plazo, el objetivo es que Uruguay, de la mano de Avanza, se transforme en el hub de innovación de SkyTel. "También es factible que Avanza atienda clientes desde otros países. Como SkyTel es líder de región en segmento salud, Avanza podrá expandirse en esa área y tomar más clientes", expuso Mussio.

Además, SkyTel desembolsará varios cientos de miles de dólares que se destinarán a tecnología como plataformas de gestión, renovación de servidores, sistemas de almacenamiento, servicios híbridos para maximizar los puntos de contacto y sistemas de comunicaciones. También a tecnología de speech analytics y lenguaje cognitivo "que permiten leer cientos de miles de transacciones y distinguir cómo se sintió el cliente sin necesidad de estar leyendo y viendo cada mensaje. También a experiencia cognitiva de bots, para que resuelvan más problemas en forma automática y mejor experiencia de usuario", concluyó el ejecutivo.

MÉXICO Y LAS CAPACIDADES PARA APROVECHAR VENTAJAS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

México se ubica en el puesto 63 de 134 países en términos de digitalización, de acuerdo con el Network Readiness Index, indicador que mide las capacidades de cada nación para aprovechar las ventajas de la transformación digital. En 2019, aproximadamente un 66% de los hogares mexicanos ubicados en zonas urbanas contaban con conexión a internet. Sin embargo, en zonas rurales, solo el 4% disponía de conectividad; Lo cual refleja un nivel bajo de digitalización que afecta la productividad de las empresas en el país, asegura el reporte desarrollado por Fundación Telefónica.

Se destaca en el informe la confianza digital, la adopción de la digitalización en las empresas y la inclusión digital como los principales factores que afectan a México.

No obstante, la posición del país cambia si se mira solo al conjunto de las naciones de renta media-alta, donde se ubica en la posición 14, y, considerando su ámbito regional, México se sitúa en octava posición de todo el continente americano.

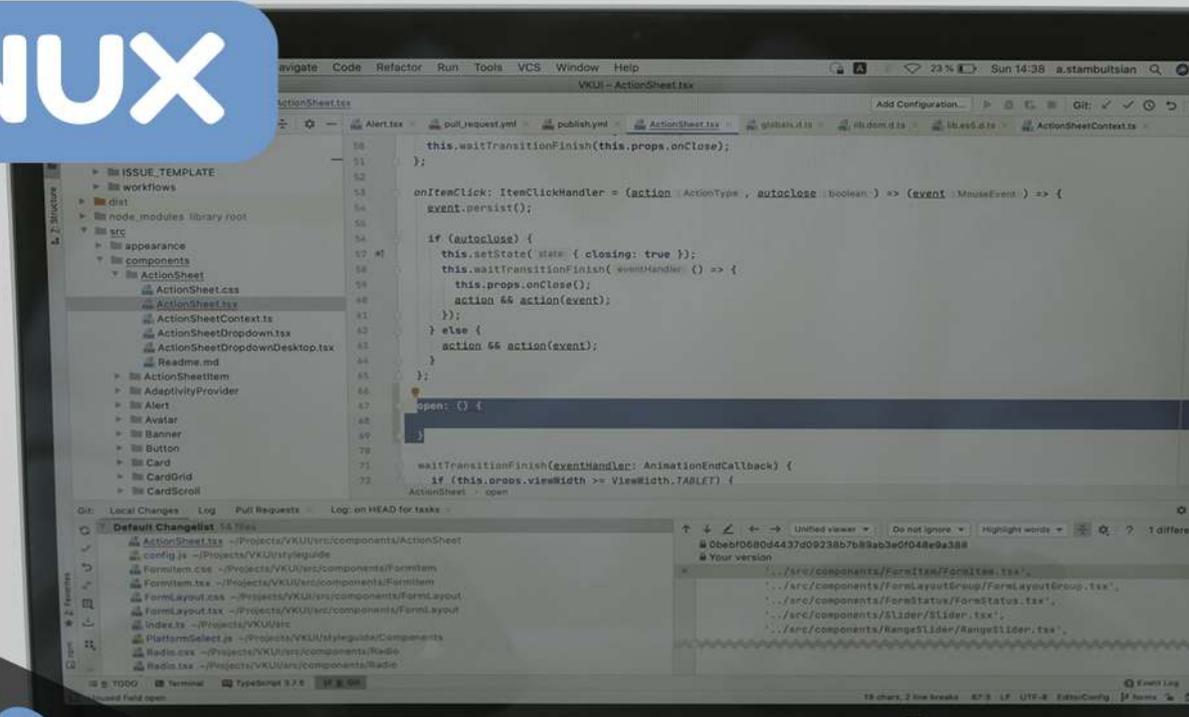
El Informe de la Sociedad Digital en Latinoamérica destaca que el porcentaje de usuarios de internet ha aumentado casi 15 puntos desde 2015. Así las cosas, el teléfono inteligente se posiciona como el dispositivo preferido por los mexicanos para conectarse a internet, utilizado por el 96% de los internautas, de acuerdo con cifras a 2020.

México es un país de grandes desigualdades, ya que existen zonas con un alto grado de conectividad, mientras que en otras solo el 30% de la población tiene acceso a las telecomunicaciones.

En el contexto educativo, en la región se observa que hasta un 75% de los estudiantes tienen acceso a una computadora en su escuela, y un porcentaje parecido afirmaron disponer de conexión a internet.

De acuerdo con el informe, hasta un 42% de las habilidades básicas requeridas para realizar un trabajo cambiarán entre 2018 y 2022, impulsando de esta manera a las personas a desarrollar soft skills.





SOLUCIONES INFORMÁTICAS

PÁGINA WEB



CALL CENTER



TIENDAS ONLINE



+34 919 158 215
+34 744 638 917
info@sinux.es
www.sinux.es

Y MUCHAS COSAS MÁS

EMPRESAS DE ELON MUSK OPERARÁN SATÉLITES DE ÓRBITA BAJA

Brasil autorizó a las empresas SpaceX y Swarm de Elon Musk a operar sus satélites de órbita baja en el país. La medida fue tomada por la Agencia Nacional de Telecomunicaciones de Brasil (Anatel) concediendo los derechos de explotación satelital a las empresas SpaceX, fundada por Elon Musk, y Swarm, que el año pasado llegó a un acuerdo para integrarse a la firma del magnate estadounidense.

Se autorizó la operación en el país del sistema Starlink creado por Musk, que consiste en una constelación de 4.408 satélites de órbita baja que permiten ofrecer internet de banda ancha en lugares remotos.

La licencia otorgada a SpaceX se extiende hasta el 28 de marzo de 2027. Swarm también pretende a mediano plazo poner en operación la constelación Swarm, compuesta por 150 satélites de órbita no geostacionaria.

El sistema de Starlink permite acceder a la red mediante pequeñas antenas fáciles de instalar en cualquier lugar donde no llegan los proveedores regulares de internet. En Estados Unidos el equipo cuesta unos 500 dólares y la tarifa mensual es de 99 dólares.



SECTOR CALL CENTER ES EL 14.5% DEL TOTAL DE EMPLEOS EN ZONAS FRANCAS

En República Dominicana existen 77 empresas de call center, donde laboran de manera directa 26.362 trabajadores, lo cual constituye el 14.5% del total de empleos en las zonas francas del país caribeño. Esto, de acuerdo con datos suministrados por el Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZFE), al cierre del año 2021

Los call centers representan una buena oportunidad para los jóvenes dominicanos que logran dominar el idioma inglés. El sueldo es el principal atractivo en este tipo de empleo que llega a representar el 5.4% de las inversiones acumuladas en el sector de zonas francas, es decir, unos US\$281.2 millones solo en el 2020.

El salario en un call center dependerá del cargo y del tipo de empresa. Quienes tienen varios años trabajando en el sector coinciden en que el pago es bueno, sobre todo para aquellos jóvenes que son estudiantes, variando entre los RD\$150 a RD\$200 la hora dependiendo si eres operador o supervisor.

Adicionalmente, a los trabajadores se les ofrece un seguro privado, siempre un plan superior, royal o max si es el caso de ARS Humano; descuentos en tiendas y restaurantes, facilidades de membresías en gimnasios, clubes y bonos.

En el caso de los trabajadores que son padres, algunos call centers tienen un área de cuidado para los niños entre los tres meses a 10 años y para aquellos empleados que estudian se le acomoda el horario de trabajo conforme a su tiempo de estudios.

Las horas de trabajo en un call center son entre 40 a 44 horas a la semana, es decir, entre 80 y 88 horas a la quincena. Los días feriados se pagan doble, con comida y transporte en algunas empresas. Esto implica que un empleado que trabaje 40 horas a la semana, con un salario de RD\$180 la hora, su salario mensual rondaría los RD\$28.800. Durante el año 2020, las empresas dedicadas a brindar servicios de call centers y BPO's (subcontratación de procesos de negocios)

ingresaron a la economía dominicana RD\$1.954 millones por concepto de pagos a la Tesorería de la Seguridad Social (TSS), Infotep, agua, servicios eléctricos y comunicaciones. Los 77 call centers que actualmente operan en el país, están ubicados en el Distrito Nacional, Santo Domingo, Santiago, San Cristóbal, La Romana, Puerto Plata y La Altagracia.

En cuanto al crecimiento del ese subsector, el CNZCE sostiene que ha sido notable, pasando de 56 empresas operando en el año 2012 a 77 en el año 2021, para un crecimiento de 37.5%.

En relación con el nivel de empleos, éste pasó de 12,578 empleos directos en el año 2012 a 26,362 en el año 2021, para un crecimiento de 109.6%.

A close-up photograph of an industrial robotic arm welding a metal component. Bright orange sparks are flying from the point of contact. The background is a blurred factory setting with blue and white lighting.

**“FÁBRICA DEL FUTURO
POR OCP”,
UN DESAFÍO DE INNOVACIÓN
DE LA INDUSTRIA 4.0**

El objetivo de este desafío, es identificar startups marroquíes, africanas e internacionales capaces de desarrollar conjuntamente soluciones digitales innovadoras, en conexión con los negocios industriales del Grupo.

SE TRATAN 4 TEMAS PRINCIPALES:

operaciones seguras, operaciones inteligentes, cadena de suministro y sostenibilidad.

Las 4 startups finalistas se beneficiarán del acceso a las infraestructuras experimentales y de aceleración del ecosistema de Innovación del Grupo OCP, para poder poner en marcha su Prueba de Concepto (POC) y así demostrar la viabilidad de su concepto o idea.

Asimismo, el grupo OCP amplía su programa de Innovación Abierta a las profesiones industriales, con el lanzamiento de su reto "Fábrica del Futuro por OCP" a través del cual el grupo pone a los actores de la innovación a competir en los retos de la Fábrica del mañana. Este reto se enmarca en el lanzamiento por parte del grupo OCP de su plataforma de Innovación Abierta: "La Próxima Semilla". A través de esta iniciativa, "el grupo continúa apoyando el desarrollo y la promoción del ecosistema empresarial africano e internacional", dijo el grupo en un comunicado de prensa.

Además el objetivo del Grupo, es identificar startups marroquíes, africanas e internacionales capaces de desarrollar conjuntamente soluciones digitales innovadoras, en respuesta a las cuestiones estratégicas y operativas de los negocios industriales del grupo.

El grupo OCP está abordando los 4 desafíos de las start-ups en torno a la Industria 4.0, para anticipar los desafíos que enfrentará la fábrica del futuro e imaginar soluciones que se adaptarán a tecnologías futuristas: maximizar la seguridad de los empleados para lograr "Cero incidentes" (Operaciones Seguras), optimizar el desempeño de las líneas de producción industrial mediante la reducción de pérdidas (Operaciones Inteligentes), hacer más eficiente la trazabilidad de los envíos y optimizar la satisfacción del cliente (Cadena de Suministro), por último controlar la calidad del aire en el sitio industrial (Sostenibilidad).

La convocatoria, abierta desde recientemente, continuará hasta el 27 de marzo de 2022, con el fin de identificar las startups que mejor responderán a los problemas retratados por el grupo.

Las empresas emergentes pueden presentar su solicitud en el sitio dedicado al desafío.

Finalmente, al final de esta fase de solicitud, se iniciará un procedimiento de selección de empresas emergentes. Se realizará en dos rondas y le seguirá una gran final en la que un jurado formado por expertos y miembros de la dirección del grupo OCP designará las 4 startups finalistas.



MAROC TELECOM IMPULSA SUS FILIALES

Los esfuerzos continuos para controlar los costos, permiten al Grupo mantener sus márgenes, referente a los proyectos de innovación y transformación digital, que siguen siendo una prioridad para respaldar la expansión de la base de clientes y el auge de los datos, particularmente en las filiales.

De esta manera, a finales de diciembre de 2021, la base de clientes de Maroc Telecom ascendía a 74 millones, un 1,8% más, impulsada principalmente por el aumento de la base de clientes de las filiales. Según los resultados del Grupo, la compañía, por su parte, alcanzó una facturación de 36.000 millones de dirhams, un 2,7% menos que en 2020.

Asimismo dijo Maroc Telecom "que el buen comportamiento de la facturación de las filiales de Moov África y de Banda Ancha Fija en Marruecos compensa en parte la ralentización de las actividades móviles en Marruecos, todavía impactadas por el contexto competitivo y regulatorio". Por su parte, el resultado operativo ajustado antes de depreciación y amortización (EBITDA) del Grupo Maroc Telecom, fue de 18.580 millones de dirhams, un 2,7% menos.

Del mismo modo, "la tasa de margen de EBITDA ajustada, se mantiene en el alto nivel del 51,9%, estable durante el año", indica la misma fuente, y añade que solo en el cuarto trimestre, el EBITDA ajustado del Grupo crece un 13% a tipos de cambio constantes hasta 4,76 mil millones de dirhams, "gracias a una rigurosa gestión de costes".

Por su parte, el beneficio operativo ajustado (EBITA) del Grupo Maroc Telecom, alcanzó los 11.580 millones de dirhams, un 0,4% más a tipos de cambio constantes debido a la caída de las amortizaciones. En este nivel, la tasa de margen EBITA ajustado aumentó en 0,8 pts para alcanzar el 32,4%.

Otro indicador significativo es el del resultado neto, participación del Grupo, que aumenta un 11,1% a tipos de cambio constantes. La utilidad neta ajustada, la participación del Grupo, aumentó ligeramente un 0,5% a tipos de cambio constantes, atribuible al fuerte crecimiento en la utilidad neta de las actividades de las subsidiarias de Moov Africa.

Finalmente, las inversiones sin frecuencias y licencias crecen con fuerza para apoyar la voluntad de potenciar las infraestructuras de red Fija y Móvil y representan el 15,3% de la facturación, en línea con el objetivo anunciado para el año, subraya la compañía. El flujo de caja ajustado de las operaciones (CFFO), cayó un 22,5% a tipos de cambio constantes, hasta alcanzar los 12.110 millones de dirhams, principalmente debido al aumento de las inversiones.

En cuanto a la deuda neta consolidada del Grupo Maroc Telecom a cierre de diciembre de 2021, representa 0,7 veces el EBITDA anual del Grupo.



EMPLEO... LAS EMPRESAS VUELVEN A CONTRATAR Y ¿EL TELETRABAJO?...

Se espera un regreso a la normalidad en los próximos meses... los detalles de una investigación HCP.

Son buenas noticias para los buscadores de empleo.

Las empresas reanudan la contratación. En el marco de su programa de seguimiento y evaluación del impacto socioeconómico de la crisis sanitaria en Marruecos, el HCP ha llevado a cabo la cuarta encuesta cualitativa a empresas, cuyo objetivo es establecer un inventario de efectos de la pandemia en la evolución de actividad empresarial durante el año 2021 y compararla con la anterior a la crisis.

Según los funcionarios, casi la mitad de las grandes empresas (LE) tienen la intención de aumentar su fuerza laboral en 2022.

Asimismo, “una de cada cinco empresas, tiene la intención de contratar durante el año 2022.

Esta proporción alcanza el 46% para las GE, el 25% para las pymes y el 18% para las VSE. Un tercio de las GE (29%) planea aumentar su fuerza laboral en un 5% o más en comparación con su fuerza laboral actual”, explica el HCP. Además especifica la misma fuente, “que la proporción de empresas que pretenden contratar en 2022, se sitúa en el 41% en las industrias textil y del cuero, el 38% en las industrias extractivas y el 34% en la construcción.

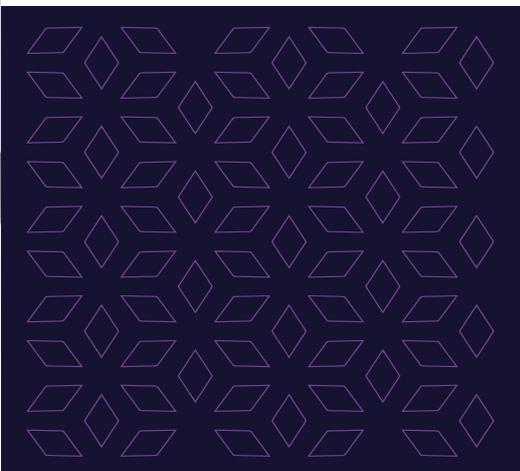
Las empresas de alojamiento y restauración (12%) siguen siendo las menos motivadas para contratar en 2022”.

Del mismo modo con lo que respecta al teletrabajo, según el HCP, el 12% de los empleados en 2021 estaban teletrabajando (17% de las empresas), el 3% en jornada reducida y el 83% en presencial. Esta distribución varía según las categorías de empresas. El teletrabajo es más común en las grandes empresas (16% de los empleados) que en las VSE (6% de los empleados). La proporción de empleados con jornada reducida en las VSE representa el 6% frente al 2% en las GE.

La proporción de empleados con jornada reducida es elevada en el sector del alojamiento (34%). Esta participación es mucho menor en la industria alimentaria (0,3%), energía (0,3%) y comercio (0,7%).

Finalmente, el teletrabajo es especialmente común en los sectores de la información y la comunicación (39% de los empleados) y las actividades inmobiliarias (23%). Es menos adoptado en el sector de las industrias metalmeccánicas (8%) y en el de las industrias textiles y del cuero (7%).

HABILIDADES DIGITALES: ERICSSON SE ASOCIA CON UNIVERSIDADES MARROQUÍES



Ericsson está lanzando un programa para brindar a los jóvenes talentos marroquíes oportunidades de aprendizaje y desarrollo profesional de clase mundial. Igualmente Ericsson ha firmado acuerdos con las principales universidades marroquíes, para fortalecer la asociación mutua en las áreas de desarrollo de habilidades TIC, tutoría profesional, capacitación, aprendizaje digital e innovación.

Por lo tanto el objetivo principal del programa, es proporcionar a los jóvenes talentos marroquíes oportunidades de aprendizaje y desarrollo profesional de clase mundial.

Asimismo como parte de estos acuerdos, Ericsson brindará a los estudiantes capacitación en el trabajo y tutoría de expertos experimentados de la industria. Además, Ericsson ofrecerá a los estudiantes acceso a Ericsson Educate, un portal de habilidades digitales desarrollado por Ericsson durante la pandemia, que tiene como objetivo fortalecer las habilidades TIC de los estudiantes universitarios y aumentar su preparación para trabajos en los sectores de telecomunicaciones y TIC.

Del mismo modo, el proyecto es parte de la campaña #AfricaInMotion de Ericsson, cuyo objetivo es acelerar la inclusión y adopción digital en todo el continente.

De esta manera, el programa incluye diferentes rutas de aprendizaje, adaptadas a las necesidades educativas de los estudiantes objetivos, y ofrece cursos en línea en las siguientes áreas:

5G

INTERNET DE LAS COSAS (IOT)

AUTOMATIZACIÓN

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Y APRENDIZAJE AUTOMÁTICO

De esta forma, para Nora Wahby, vicepresidenta y directora de Marruecos y África Occidental de Ericsson, el lanzamiento de la campaña #AfricaInMotion ha ayudado a centrarse en promover la educación, la innovación y el espíritu empresarial en todo el continente.

Finalmente explicó Nora Wahby, "que a través de nuestras asociaciones con universidades en Marruecos, nuestro objetivo es demostrar el potencial de la tecnología, para permitir métodos de aprendizaje inteligentes y contribuir a la eficacia de la enseñanza. Como pioneros en tecnología celular y con un legado de más de un siglo en la industria, estamos comprometidos a proporcionar a las instituciones educativas de todo el continente nuestra experiencia"

RABAT BUSINESS SCHOOL SE CONSOLIDA LA OFERTA DE FORMACIÓN CONTINUA

Rabat Business School ahora ofrece una amplia gama de programas de formación ejecutiva, que cubren todas las áreas de la ciencia de la gestión.

Por lo tanto, Rabat Business School, acaba de dar la bienvenida a 150 participantes para su regreso a los programas de educación continua, incluido el Master Ejecutivo en Administración de Empresas: EMBA, el programa insignia de Educación Ejecutiva de Rabat Business School. Además, tras el estudio de sus necesidades y sus proyectos profesionales, los participantes pudieron incorporarse a uno de los otros seis Executive Masters y las dos licencias profesionales, que constituyen la oferta de formación continua para este inicio de curso:

Executive Master en Dirección de Proyectos y Programas

Executive Master en Gestión de la Transformación Digital

Executive Master Marketing y comunicación digital

Executive Master Finanzas, control y auditoría,

Máster Executive en Dirección Estratégica de Recursos Humanos

Maestría Ejecutiva en Dirección Estratégica
Licenciatura Profesional en Contabilidad

Control y Auditoría Licenciatura Profesional en Dirección de Empresas.

Del mismo modo, el principal objetivo de este regreso a la escuela fue crear cohesión dentro de los respectivos grupos, pero también presentarles a sus asesores de referencia y familiarizarlos con el marco y la infraestructura puesta a su disposición a lo largo de su carrera.

Por lo demás, como resultado, el día fue rico en intercambios, reuniones y diversas actividades de Team Building, todo en un ambiente cálido y amistoso.

De igual forma, Olivier Aptel, decano de la Rabat Business School dijo, "paralelamente a la formación inicial de nuestros 1.950 alumnos, la educación continua, es un servicio que le debemos a las empresas para apoyarlas en sus estrategias, para incrementar las competencias de sus ejecutivos y gerentes".

Finalmente, "en un contexto de turbulencia económica y de rápida evolución de las profesiones tradicionales, nuestra misión es dotar a las empresas de nuestro territorio de los recursos a nuestro alcance: un profesorado de alto nivel, infraestructuras adecuadas y capacidades de ingeniería de formación, para que puedan triunfar en los retos a los que se tienen que enfrentar", destacó Olivier Aptel, decano de la Rabat Business School.

TARIFICACIÓN POR SEGUNDOS, PRECIOS MUY COMPETITIVOS



**MAROC TELECOM
MÁS DE 5 MIL MILLONES
DE DIRHAMS
INVERTIDOS**

Como parte del anuncio de sus resultados consolidados para el año 2021, Maroc Telecom está mostrando un buen impulso inversor, a pesar de una ligera caída en sus ingresos consolidados. El operador de telecomunicaciones incumbente aseguró un buen momento en términos de inversiones. De hecho, a finales de 2021, las inversiones de Maroc Telecom, excluyendo frecuencias y licencias, registraron un fuerte aumento, superando los 5.000 millones de dirhams, lo que refleja el deseo del operador de fortalecer sus infraestructuras de red fija y móvil.

Anunció Maroc Telecom, en su comunicación financiera anual, "representan así el 15,3% de la facturación global, en línea con el objetivo anunciado para el año". Cabe señalar que el grupo demostró, durante 2021, resiliencia y adaptabilidad en todos sus mercados ante la continua crisis sanitaria. En cualquier caso, Maroc Telecom anuncia que ha cerrado 2021, "en línea con todos los objetivos operativos y financieros".

Además de añadir que "los continuos esfuerzos por controlar los costes permiten al grupo mantener sus márgenes, y los proyectos de innovación y transformación digital siguen siendo una prioridad para apoyar la expansión de la base de clientes y el crecimiento de Data, en particular en las filiales".

Sin embargo, para el año 2022, Maroc Telecom prevé, con alcance y tipos de cambio constantes, una disminución de los ingresos y del resultado operativo antes de depreciación y amortización (EBITDA) y espera un CAPEX de aproximadamente el 20% de los ingresos del negocio, excluyendo frecuencias y licencias. Ello "sobre la base de la evolución reciente del mercado y en la medida en que ningún nuevo evento excepcional importante perturbe la actividad del grupo", especifica Maroc Telecom en este sentido.

En cualquier caso, el jugador de telecomunicaciones logró una facturación de casi 36 mil millones de dirhams en 2021, mostrando una caída anual del 2,7%. Este descenso se ve mitigado por el buen comportamiento de la facturación de las filiales de Moov África y Banda Ancha Fija en Marruecos.

El grupo señala que "estos últimos compensan parcialmente la ralentización de la actividad móvil en Marruecos, todavía impactada por el contexto competitivo y regulatorio".

Sin embargo, la participación del grupo de ingresos netos registró un fuerte aumento del 11,1% a tipos de cambio constantes, hasta situarse en 6.000 millones de dirhams.

Finalmente, la participación del grupo de ingresos netos ajustados aumentó un 0,5%, gracias al fuerte crecimiento en los ingresos netos de las actividades de las subsidiarias de Moov Africa.



***EL HCP
APUNTA
AL ATRASO DIGITAL
DE LAS EMPRESAS***



La integración de las nuevas tecnologías de la información, no está en su nivel más alto dentro de las empresas. Según una nota reciente del HCP, se consideró alto en la gestión de actividades para el 36% de las empresas en 2019, pero aún modesto en sus intercambios. Paradójicamente, las empresas tienen buena conectividad a Internet. Así lo evidencian las tasas de acceso que alcanzaron 81%, en promedio, para las VSE, 97,9% para las Pymes y 99,5% para las GE en 2019. En su análisis, el HCP se basa en dos encuestas realizadas respectivamente en 2019 y 2020.

Asimismo, el primero se centró en 2.101 empresas que operan en la industria, la construcción, el comercio y los servicios de mercado no financieros. Apunta a las actividades de las empresas, en su diversidad, y al contexto económico y social en el que operan, al tiempo que recoge sus percepciones sobre el uso de las nuevas tecnologías.

En cuanto a la segunda encuesta, se realizó entre 3.600 empresas y se centró en evaluar el impacto de la crisis sanitaria en sus actividades. Esta encuesta también informa sobre las valoraciones de estas empresas sobre las perspectivas de actividad, empleo e inversión en 2021.

Al mismo tiempo, si bien las administraciones públicas utilizan cada vez más las TIC, las motivaciones para la inversión en TIC de las empresas privadas en el período posterior a la crisis y las estrategias de transformación digital siguen siendo muy variables según la rama de actividad. Para la industria, las empresas prevén mantener sus políticas de inversión enfocadas en maquinarias y equipos en 2021. "Su principal motivo de inversión fue mantener o mejorar sus capacidades productivas, a través de la adquisición de equipos y otros bienes de capital previstos, para absorber el 47% de su presupuesto de inversión en 2021", argumenta la referida nota.

En la misma línea, las expectativas de las empresas industriales para las inversiones destinadas a la modernización de los equipos informáticos y la digitalización de los servicios internos o externos, no superaron el 3% y el 4% sucesivamente, en promedio, de la inversión total prevista para 2021. "Solo las industrias eléctrica y electrónica, más involucradas en el proceso de integración de las TIC, antes del inicio de la crisis del Covid-19, tenían previsto reforzar su desarrollo digital previendo dedicarle un 21% de media en 2021", indica el HCP y añade que los fabricantes tampoco preveía un cambio importante en la organización del trabajo dentro de sus empresas. Así, la participación prevista de la transición a nuevos métodos de trabajo, a distancia o trabajo-estudio, en la inversión total prevista para 2021.

Finalmente, en cuanto a las empresas que operan en servicios que excluyen el transporte y el almacenamiento, tienen previsto aumentar las cuotas de inversión destinadas a la innovación (desarrollo de nuevos productos) y la transformación digital (digitalización de servicios internos y externos), hasta alcanzar el 40%, de media, en 2021. La cuota prevista para el cambio en la organización del trabajo ha sido significativa, ascendiendo al 28% para las empresas que prestan servicios inmobiliarios.



PARTNER TOUR 2022



El NFON Partner Tour 2022 está orientado a integradores de sistemas, operadores locales y distribuidores de soluciones IT. Es un recorrido por diversas ciudades españolas que suma en total 6 eventos, el primero se desarrolló el 15 de febrero en Málaga, Sevilla el 16 de febrero; Valencia el 22 de febrero.

En Marzo continúa en Santiago de Compostela el 01 de Marzo, Valladolid el 2 de marzo; y Madrid el 10 de marzo. El objetivo de aumentar la red de partners. En los encuentros, se presentan las soluciones de comunicaciones empresariales y las novedades de su renovado programa para partners NGAGE, el cual proporciona una nueva

línea de negocio a las empresas del canal de distribución IT.

El programa permite a los partners beneficiarse de nuevos descuentos y comisiones, que van en aumento en función de las ventas realizadas.

NFON proporciona apoyo comercial, técnico y de marketing durante todo el ciclo de vida del cliente. En total, cuentan actualmente con más de 3.000 partners a nivel europeo, y su objetivo es ser reconocida como una empresa 100% orientada al canal. Para ello, la estrategia de crecimiento de NFON seguirá vinculada al canal y el objetivo continúa siendo la creación de una gran red de partners consolidada.



“Seguiremos aunando fuerzas con partners para crecer y hacer llegar las soluciones de NFON a nuevos clientes de una manera más cercana y dinámica. El programa de partners NGAGE ofrece ventajas importantes para nuestros socios, facilitando su acceso a nuestro portfolio de soluciones de UCaaS, a la vez que se benefician de nuestra experiencia consolidada y líder en el mercado de las comunicaciones en toda Europa. El 2022 será un año de consolidación para NFON.”

Seguiremos aunando fuerzas con partners para crecer y hacer llegar las soluciones de NFON a nuevos clientes de una manera más cercana y dinámica. Nuestras soluciones son una apuesta segura: ofrecen la mejor relación calidad precio del mercado, el servicio más estable y el mayor margen de mejora en el desarrollo tecnológico”.

DAVID TAJUELO
DIRECTOR GENERAL DE NFON IBERIA

MINI DESTRUCTORA DE DOCUMENTOS FELLOWES



- DIMENSIONES**
25.7 x 34.3 x 56.5 cm
- COLOR**
WHITE
- PESO**
8.98 Kg
- CAPACIDAD**
23 Litros
- TIPO DE CORTE**
Cruzado

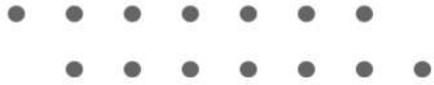
Fellowes Powershred 12MS - Mini destructora de documentos, 12 hojas, para pequeñas empresas y oficinas domésticas

La destructora mini cortador de 12Ms de alta seguridad para pequeñas empresas o oficinas domésticas destruye cada hoja de papel A4 con más de 1000 partículas, hasta 4 veces más que una destructora de corte cruzado estándar. El sistema antiatascos que dispone de 12Ms le permite destruir 12 hojas de papel A4 (70 g/m²) por paso en micropartículas de 4 x 12 mm y destruir continuamente durante 30 minutos como máximo antes de necesitar un tiempo de refrigeración de 10 minutos.

Perfecto para entornos de oficina.

Diseñado pensando en la seguridad, su destructor mini cortador se desactiva automáticamente cuando las manos entren en contacto con la apertura, lo que detendrá inmediatamente la destrucción.

Los potentes cilindros de corte del destructor no solo destruyen sus documentos, sino también grapas, clips y tarjetas de crédito. Con este poderoso destructor de documento ahorrará tiempo además de economizar espacio.



DIALGOO

**CALL CENTER
SOFTWARE
SOLUTIONS**

APP@DIALGOO.COM
WWW.DIALGOO.COM