

ParadaVisual®

Portal especializado en Customer Experience y Contact Center

ABRIL 2022

REALIDAD
VIRTUAL

5G ZTE

EL CATALIZADOR DE
LA ECONOMÍA DIGITAL

HUBSPOT

IMPULSA LA CARTERA
DE AIRCALL CON UNA
INVERSIÓN ESTRATÉGICA

ERICSON

JUNTO A VODAFONE
PRUEBAN SEGMENTACIÓN
DE RED 5G PARA LA
REALIDAD VIRTUAL

WWW.PARADAVISUAL.COM

TABLA DE CONTENIDO

04 NOTICIAS



5G: ZTE, CATALIZADOR DE LA ECONOMÍA DIGITAL - PAG. 4



ACCENTURE IMPLEMENTARÁ UN SISTEMA ERP - PAG. 6



BT GROUP PAG. 7



DYNAMIC PAG. 12



REDES 5G: LAS CONEXIONES 5G SUPERARÁN LOS 1.000M - PAG. 15

32 LATAM



BRASIL: AVANZAN LAS INVERSIONES EN 5G - PAG. 32

46 MAROC



LG ELECTRONICS MARRUECOS DESTACA PARA EL 2022 - PAG. 46



PERÚ: TRABAJO REMOTO Y EL MERCADO - PAG. 36

58 EVENTOS

59 REVIEWS

www.okdiga.com

+34 910 606 103



okdiga[®]
Contact Center
Customer Experience

SOLUCIONES
INTEGRALES

**DE CONTACT
CENTER**

5G: ZTE, catalizador de la economía digital

La crisis sanitaria ha cambiado la forma en que las personas viven y trabajan, al tiempo que acelera el ritmo de la transformación empresarial digital e inteligente. 5G se ha convertido así en el motor central de la transformación digital industrial.

Es comúnmente aceptado en la industria que la Arquitectura Autónoma (SA) es la arquitectura objetivo para 5G. Con la madurez de la cadena industrial y el uso comercial exitoso en los principales mercados, esta arquitectura se implementó ampliamente a partir de 2021, para maximizar el valor de 5G y su potencial de aplicación industrial. ZTE se dedica a convertirse en un facilitador de la economía digital. Partiendo de escenarios típicos de la industria, la compañía tiene como objetivo explorar el mecanismo de integración profunda de 5G en la industria, crear productos innovadores y soluciones de aplicaciones en ella, y permitir la transformación digital e inteligente para miles de operadores industriales.

De esta manera, los puntos débiles que enfrentan las diferentes industrias son diversos. De hecho, algunas industrias, incluidas la minería, los puertos y la metalurgia, se enfrentan a problemas como un entorno de trabajo difícil, alto riesgo y una gran carga de trabajo, lo que dificulta la contratación de nuevos trabajadores.

Por otro lado, algunas empresas enfrentan problemas como baja automatización, eficiencia de producción insuficiente, alta fluctuación en el nivel de habilidad de los empleados y altos costos laborales.

Por tanto, la transformación hacia la automatización y la inteligencia artificial es inminente. Las tecnologías de telecomunicaciones implementadas, no satisfacen las necesidades específicas de la industria. Además, algunos sectores, como la transmisión de video en vivo y las comunicaciones de emergencia, enfrentan los desafíos de la movilidad de las instalaciones y la implementación flexible.

De hecho, los servicios deben prestarse rápidamente, en cualquier momento y en cualquier lugar. Los equipos de red privada existentes han entrado en la última etapa de su ciclo de vida, y la cadena de la industria está a punto de romperse, ante las dificultades de evolución de PMR, DMR, P25, TETRA, GSM-R...

Por consiguiente, ¿Qué tipo de red 5G puede cumplir con los requisitos variados y fragmentados de diferentes industrias, escenarios múltiples y aplicaciones diferenciadas? Se debe saber que donde hay información, hay una red la cual debe brindar el desempeño requerido por la empresa y evolucionar con la información. Estos deben ser altamente deterministas y altamente confiables. Las empresas pueden planificar, configurar, predecir, monitorear, administrar y evaluar el rendimiento de la red por sí mismas. Los recursos de TI se pueden mover, configurar y ajustar de forma flexible. Los componentes de la red son modulares y pueden llamarse y combinarse libremente.

En fin, en respuesta a los problemas de la industria y los requisitos empresariales para las redes 5G, ZTE se enfoca en cuatro aspectos que involucran la red 5G definitiva, la red en la nube precisa, las soluciones especiales y la cooperación abierta. La empresa nunca ha dejado de innovar en el desarrollo de una red 5G definitiva que presenta la arquitectura de red más simple, la mayor eficiencia espectral, el mejor rendimiento, el menor consumo de energía y el OAM más inteligente.



Accenture implementará un sistema ERP para ABFRL para un mejor servicio al cliente

El sistema se diseñará para mejorar el servicio al cliente al combinar las funciones de fabricación y venta minorista de ABFRL en un núcleo digital para la moda y los negocios verticales, dijo.

Accenture impulsará la transformación digital en Aditya Birla Fashion

Aditya Birla Fashion and Retail Ltd (ABFRL) dijo el martes que ha colaborado con la firma de TI Accenture para implementar un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) que mejorará el servicio al cliente.

“El nuevo sistema ERP apoyará a ABFRL, que posee marcas como Louis Philippe, Van Heusen, Allen Solly y Peter England en tiendas en India para administrar de manera eficiente múltiples canales de cumplimiento y consolidar sistemas tecnológicos dispares”, dijo un comunicado conjunto.

El sistema se diseñará para mejorar el servicio al cliente al combinar las funciones de fabricación y venta minorista de ABFRL en un núcleo digital para la moda y los negocios verticales, dijo.

Sin embargo, la declaración conjunta no mencionó el costo del trabajo.

“La consolidación y digitalización de nuestro sistema ERP central nos ayudará a mejorar la agilidad y la capacidad de respuesta en un mundo donde prima lo digital, incluso a medida que expandimos nuestras operaciones e integramos nuevos negocios para hacer crecer nuestras marcas y cartera de productos, ingresar a nuevos segmentos de consumidores y expandirnos a nuevos mercados, dijo el director digital y de información de ABFRL, Praveen Shrikhande.

Manish Gupta, líder del grupo de la industria de productos de Accenture en India, dijo que la colaboración con ABFRL no solo les ayudará a construir un núcleo digital integrado en las funciones de fabricación, venta al por mayor y venta al por menor para impulsar la eficiencia operativa, sino que también desbloqueará un nuevo valor para futuras interrupciones y crecimiento.

BT Group anuncia una nueva oficina en Cardiff y un centro galés

BT Group ha anunciado planes para invertir en una nueva oficina en el centro de Cardiff que se convertirá en un centro para hasta 900 empleados en la ciudad y la región en general.

La medida representa una inversión de BT en la ciudad y asegura una nueva y significativa presencia de la empresa en la capital galesa.

La oficina estará en el nuevo desarrollo Capital Quarter en el centro de la ciudad, y los empleados de BT Group se mudarán antes de fines de 2022.

Cardiff fue nombrada ubicación clave para BT en 2019 como parte de su 'Programa Better Workplace'. El nuevo espacio de trabajo y centro de contacto, que se ubicará en No3 Capital Quarter, será una de las 30 nuevas ubicaciones modernas de BT en el Reino Unido, como parte del programa de transformación del lugar de trabajo de cinco años de la compañía.

BT cree que los entornos de oficina inspiradores, combinados con un enfoque flexible del trabajo desde casa, desempeñarán un papel fundamental en su futuro.

Brent Mathews, director de servicios de propiedades e instalaciones de BT, dijo: "Estamos muy contentos de haber acordado este nuevo y emocionante espacio de oficinas en el centro de Cardiff. A pesar de los desafíos económicos y los cambios en los patrones de trabajo causados por la pandemia, creemos que esto es una inversión importante y asegura nuestra presencia en la capital de Gales y la región en general.



"Esto reunirá a nuestra gente en un entorno impresionante y moderno en el Capital Quarter en desarrollo de Cardiff. Nuestras nuevas oficinas reflejan un cambio hacia formas de trabajo más híbridas y flexibles, con colegas capaces de reunirse, utilizando las últimas tecnologías, para colaborar en inspirar espacios de trabajo. Nos ayudará a atraer y retener a personas brillantes y esperamos dar la bienvenida a los colegas a este gran nuevo espacio de trabajo cuando esté listo a finales de este año".



Los equipos de BT con sede en Cardiff incluyen aquellos que brindan soporte de servicio al cliente y la nueva oficina también actuará como un centro regional para colegas que trabajan en otras partes del negocio.

El nuevo espacio de trabajo, cerca de la estación central de Cardiff, incluirá tecnología de construcción inteligente, espacios de trabajo flexibles y áreas de colaboración. También cuenta con una terraza en la azotea del sexto piso, estacionamiento subterráneo para bicicletas y duchas y vestuarios.

Huw Thomas, líder del Ayuntamiento de Cardiff, dijo: “El anuncio de hoy de BT es un gran voto de confianza en la ciudad y en nuestros planes para el futuro.

“Me complace que BT vea a Cardiff como un buen lugar para invertir y continuar contratando a su fuerza laboral presente y futura. Esto es bueno para los trabajos calificados, para la ciudad y la región en general. La Zona Empresarial Central de Cardiff se desarrolló por este motivo, para atraer nuevas inversiones, crear nuevos espacios de trabajo de alta calidad y atraer buenos empleos sostenibles”.



dialgoo®

CALL CENTER
SOFTWARE SOLUTIONS

APP@DIALGOO.COM

WWW.DIALGOO.COM

**CALL CENTER
SOFTWARE SOLUTIONS**

Datatel lanza CryptoIVR Plus - Nueva edición de pago de IVR

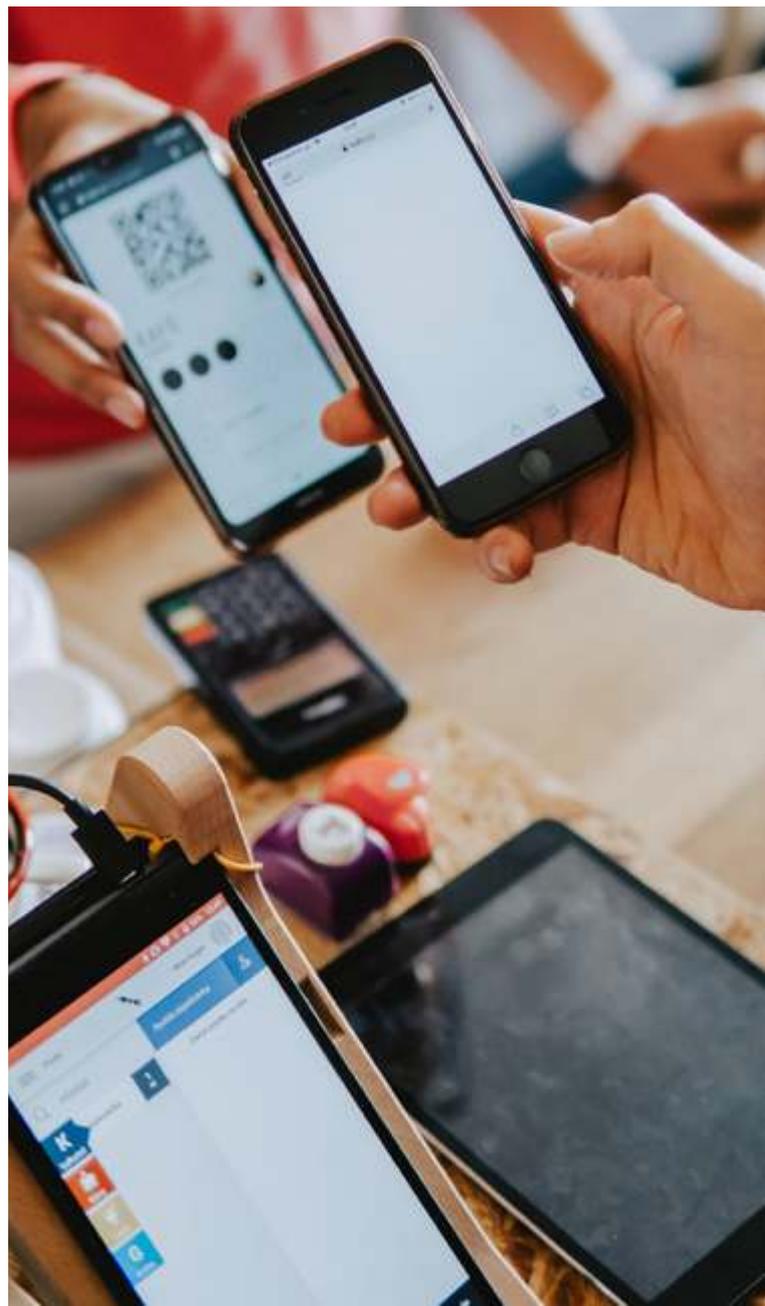
Datatel Communications Inc. y Datatel Inc. (en Canadá), un proveedor de pagos IVR y tecnología de pago, anunciaron una nueva incorporación a su suite de pagos IVR: CryptoIVR™ Plus.

La edición CryptoIVR™ Plus está diseñada para empresas de múltiples industrias que desean ofrecer a sus clientes pagos telefónicos las 24 horas del día, los 7 días de la semana y reducir su huella de PCI. CryptoIVR™ Plus ofrece más que la experiencia de pago IVR básica, lo que permite a los clientes buscar su saldo, presentarles un monto a pagar y, para las empresas, les brinda la capacidad de automatizar la conciliación de pagos y publicar en las cuentas de los clientes a través de un conector de datos

Autoservicio del cliente que permite a las personas que llaman acceder al proceso de pago las 24 horas del día, los 7 días de la semana sin tener que hablar con un miembro del personal.

Agent Assist diseñado específicamente para entornos en los que se puede requerir que un agente participe en las interacciones con los clientes. Ambas versiones están diseñadas para fortalecer la seguridad y mejorar tanto la experiencia del cliente como la eficiencia.

“Estamos comprometidos a continuar desarrollando nuestra suite de pagos IVR para mejorar la capacidad de nuestros clientes de aceptar pagos de sus clientes por teléfono de una manera compatible con PCI, al mismo tiempo que brindamos las eficiencias logradas a partir de la automatización de pagos”, dijo Barnard Crespi, Datatel's Co. -CEO.



Docaposte (La Poste) lanza un centro de experiencia en inteligencia artificial

Docaposte reúne toda su experiencia en inteligencia artificial y gestión de datos en una nueva división formada por 400 personas.

Asimismo, el objetivo es ayudar a sus clientes a escalar mientras desarrollan algoritmos éticos.

Igualmente, Docaposte anunció la apertura de este centro que reúne los equipos de tres empresas adquiridas en los últimos años por la filial digital del grupo La Poste: Softeam, Openvalue y Probayes.

En este sentido, explicó Guillaume Leboucher, fundador y CEO de Openvalue “que el objetivo no es hacer POC [prueba de concepto] en IA sino escalar. Hay que saber industrializar”. Ahora es el encargado de coordinar este nuevo departamento y para la ocasión, también fue nombrado miembro del comité ejecutivo de Docaposte.

Además, expertos ofrecen sus servicios en diversos campos:

- aprendizaje automático,
- aprendizaje profundo,
- reconocimiento de lenguaje natural
- y visión artificial.

Docaposte cuenta ya con más de 40.000 empresas y administraciones clientes, como Carrefour, EDF, la Agencia de Salud Digital, la Agencia Nacional de Valores Seguros, etc.

Por lo tanto, “los datos y las habilidades están ahí. ¡Lo que falta hoy es audacia!”, explicó Guillaume Leboucher.

Del mismo modo, cree que la ética debe estar en el centro del desarrollo de proyectos de IA. “Por ejemplo, vamos a trabajar las etiquetas de explicabilidad”. Una estrategia que es parte de un panorama regulatorio que cambia rápidamente. De hecho, las instituciones europeas están trabajando actualmente en la legislación que rige la inteligencia artificial, presentada por la Comisión el pasado mes de abril.

La empresa también tiene la ambición de capacitar a nuevas personas interna y externamente para “duplicar la división en tres años”.

Finalmente, debería registrar así una facturación de 100 millones de euros dentro de cuatro años, proyecta.

Dynamic Systems anuncia la integración de SIMBA a NetYield ERP

SIMBA, el software de automatización en tiempo real para procesadores y distribuidores de alimentos frescos, anuncia una asociación con NetYield, una solución ERP diseñada específicamente para empresas de productos del mar.

NetYield ha brindado una solución para la contabilidad de productos del mar a empresas desde operaciones unipersonales hasta gigantes de productos del mar durante más de 20 años. El ERP basado en la nube ofrece funciones clave necesarias para una contabilidad precisa para los procesadores de productos del mar, incluidas varias unidades de medida, atributos personalizados a nivel de lote, gestión de ventas y pedidos, gestión de inventario y más.

SIMBA es el software de automatización utilizado por los procesadores de mariscos y carnes que realiza un seguimiento de la producción y el inventario al tiempo que proporciona una trazabilidad completa de extremo a extremo. SIMBA aumenta la productividad y la precisión de las empresas mediante el uso de códigos de barras y tecnología de escaneo.

La integración de SIMBA y NetYield da como resultado una solución de extremo a extremo completamente automatizada para las empresas de productos del mar, mejorando sus resultados mediante la capacidad de rastrear el producto a medida que se procesa, reconocer el inventario a medida que se empaqueta y controlar las ventas. y proceso de pedido a través del envío con una entrada de datos manual mínima.

EasyPost y ADS Solutions se asocian para proporcionar a los usuarios de Accolent ERP acceso a la solución de envío completa de EasyPost

EasyPost, proveedor líder de API de envío que resuelven problemas logísticos complejos para comerciantes en línea, anuncia su asociación con ADS Solutions, líder en ERP basado en la nube para distribución mayorista, manufactura ligera y servicios negocios. A través de esta asociación, los usuarios de Accolent ERP tendrán acceso a las mejores API de envío de su clase de EasyPost que brindan flexibilidad y control de extremo a extremo sobre los procesos de logística y envío de paquetes.

El software Accolent ERP® de ADS Solutions es una plataforma ERP totalmente integrada, de extremo a extremo, basada en la nube que sirve a empresas de distribución mayorista, manufactura ligera y servicios en una amplia gama de industrias verticales. En combinación con la API de envío multitransportista de EasyPost, los usuarios tendrán acceso a una solución elegante que es flexible, escalable y rentable.

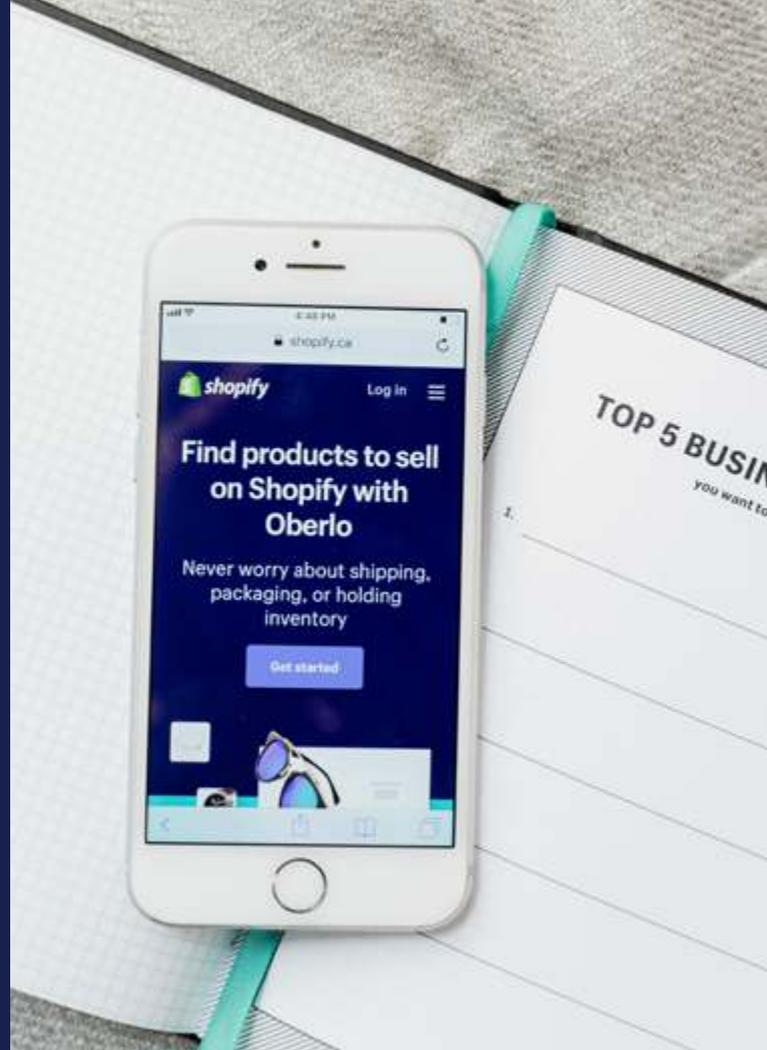
“Esta asociación permite a los clientes de Accolent ERP maximizar su eficiencia de envío a través de múltiples transportistas y redes regionales”, dijo Bill Jagla, Jefe de Atención al Cliente de ADS Solutions. “Con EasyPost y Accolent ERP, los clientes pueden mitigar algunos de los efectos de la crisis de la cadena de suministro para comparar las ofertas de múltiples transportistas, crear etiquetas de envío, verificar direcciones, rastrear paquetes y asegurar sus envíos ahorrando tiempo y dinero”.

“Al utilizar la API de EasyPost, los usuarios de Accolent ERP pueden acceder a los precios comerciales Plus de USPS y a las tarifas del mercado de UPS para envíos nacionales e internacionales”, dijo Sam Hancock, vicepresidente de éxito del cliente de EasyPost. mismos para el crecimiento continuo y el éxito del comercio electrónico”.



Acerca de EasyPost

EasyPost es un líder en tecnología que crea soluciones de envío para marcas de comercio electrónico, proveedores de cumplimiento y mercados en línea. La empresa ofrece la mejor API de envíos multitransportista de su clase que elimina las complejidades técnicas de la logística y hace que los envíos sean más confiables, eficientes y asequibles. Con sede en Lehi, Utah, EasyPost está disponible en más de 200 países en todo el mundo y ha realizado más de mil millones de envíos hasta la fecha. Para obtener más información, visite easypost.com.



Acerca de ADS Solutions®

ADS Solutions es líder en el suministro de software ERP en la nube potente, intuitivo y fácil de usar para distribuidores mayoristas, fabricantes ligeros y empresas de servicios. El software Accolent ERP de ADS Solutions ofrece una funcionalidad de extremo a extremo totalmente integrada para ventas, CRM, gestión de pedidos, control de inventario, gestión de almacenes, cumplimiento, compras, comercio electrónico y capacidades de informes financieros GAAP. Accolent ERP está optimizado para distribuidores mayoristas, fabricantes ligeros y empresas de servicios en una amplia gama de industrias verticales. ADS Solutions tiene su sede en el Área de la Bahía de San Francisco en Novato, CA.



ebroker integra conectividad basada en EIAC con Aura Seguros



ebroker y Aura Seguros han concluido la implementación de Siapol y movimientos de recibos para la compañía, procesos de conectividad para la gestión y tratamiento de las pólizas y recibos bajo el estándar EIAC.

Los corredores de seguros usuarios de la plataforma ahora pueden ejecutar, a través de Siapol, procesos como la carga de pólizas, consulta de datos, carga de suplementos y anulaciones de póliza de forma automática e integrada con los sistemas informáticos de la aseguradora, aportando conectividad en la gestión de pólizas bajo estándar EIAC y haciendo más eficiente la relación entre corredores y aseguradora para el intercambio de información de contratos de seguro.

De igual manera, los usuarios pueden procesar de forma global, genérica e integrada en el ERP, operaciones de emisiones, confirmación de anulación, cobros, devolución de cobro y cambios de canal a través del proceso de gestión Movimientos de Recibos bajo la normalización del estándar EIAC.

La conectividad de procesos comerciales y de gestión que ofrece ebroker en su sistema es «parte fundamental de las soluciones que la plataforma pone a disposición de los corredores de seguros usuarios, lo que les permite llevar a cabo diferentes operaciones con las compañías aseguradoras de forma automatizada e integrada en el ERP, aportando eficiencia y productividad», indica la entidad.

El servicio telefónico que finaliza los cargos de roaming con números locales virtuales

Ahorre dinero a sus amigos internacionales con un número local. Porque todo el mundo necesita un número local en Suecia.

Realmente debes ahorrar dinero a tus amigos internacionales con un número local, o al menos impresionar a la gente con un número en Suecia. Puedes hacerlo con VIR2SIM.

El servicio telefónico VIR2SIM es un poco como Google Voice, pero en lugar de un número de teléfono virtual, puede tener hasta 20 números de teléfono locales virtuales de toda Europa, Rusia, Canadá, Australia e Israel. Eso es útil cuando tienes amigos en Londres que no se molestan en pagar precios desorbitados para llamarte en los Estados Unidos. Pueden llamar a su número VIR2SIM Londres sin incurrir en estúpidas tarifas de larga distancia.

Cuando realiza una llamada con la aplicación, después de marcar el número, la aplicación le cuelga y luego le devuelve la llamada a su línea habitual. El destinatario ve tu número local VIR2SIM. Parece que estás llamando desde la misma región. Si viaja al extranjero y cambia su SIM, puede redirigir rápidamente todos sus números virtuales a su nueva SIM dentro de la aplicación.

Estos números locales pueden ser útiles para cualquier persona que haga negocios o tenga amigos en el extranjero o viaje pero no quiera incurrir en tarifas de roaming. Pero, todas estas llamadas telefónicas virtuales le costarán. Una llamada al Reino Unido desde los EE. UU. cuesta 7 centavos por minuto, mientras que una llamada a Australia cuesta 12 centavos por minuto. Todas las llamadas entrantes a los EE. UU. cuestan 4 centavos por minuto. Todos estos se suman a los minutos habituales de llamadas telefónicas, pero si su abuela vive en Francia y es demasiado barata para llamarlo, VIR2SIM es una excelente manera de brindarle acceso las 24 horas sin gastar su dinero de baguette.



VIR2SIM ya está disponible para iOS y Android.

Empresas más exitosas se enfocan en la Experiencia Total

Avaya, empresa dedicada a soluciones para mejorar y simplificar las comunicaciones y la colaboración, anunció los resultados de una encuesta de investigación de mercado en línea realizada por IDG Communications, que indica que las empresas más exitosas reconocen que el enfoque en el cliente implica una interconexión entre Cliente, Empleado, Usuario y Multiexperiencia. Aunque en general las empresas desarrollan las estrategias correctas, los mejores resultados para los clientes ocurren allí donde las herramientas y la estrategia se cruzan y se enfocan en esta interconexión para brindar una experiencia total superior.

De acuerdo con la encuesta, la mayoría de las empresas considera que la experiencia del cliente es una parte intrínseca de su marca y es responsabilidad de todos apoyarla dentro de la organización. También coinciden que una buena experiencia de cliente incluye empleados empoderados (Employee Experience) 82%; interacciones memorables y personalizadas en momentos que importan (Multiexperiencia) 83%; y la interacción de humanos, datos y tecnología (Experiencia de usuario) 83%. Además, el 59% de los encuestados indica que su empresa se está desempeñando adecuadamente en cada uno de estos aspectos de la Experiencia Total.

Por su parte, el 60% afirma que tiene una estrategia coherente de interacción con el cliente. La mayoría de las empresas emplean las herramientas y plataformas estándar de atención al cliente como el correo electrónico, el teléfono y las redes sociales.

Los que obtuvieron una puntuación más alta en Experiencia Total capacitan a los empleados con herramientas y plataformas más nuevas (plataformas de mensajería, chat de video, chatbots y asistentes virtuales) que simplifican el soporte y transforman las experiencias de los clientes. De igual manera, utilizan herramientas analíticas más completas.

Por último, el 71% de las empresas con buenas puntuaciones en Experiencia Total y el 74% con buenas estrategias de interacción tienen más probabilidades de tener la tecnología adecuada para el conocimiento del cliente.

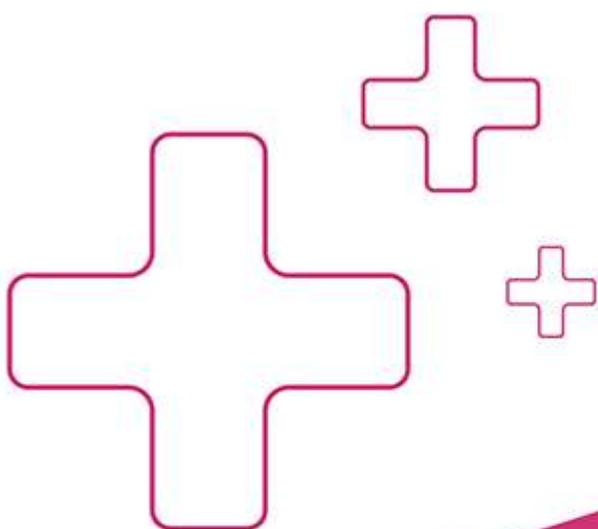
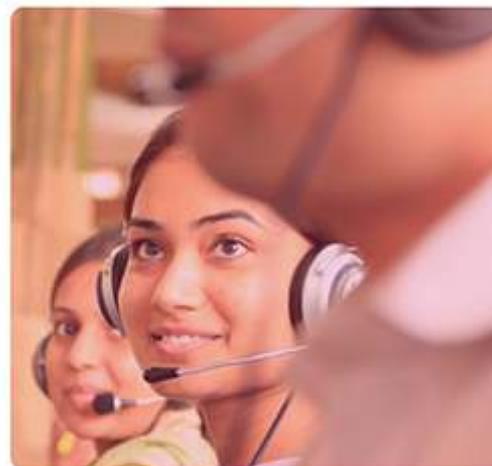
Así las cosas, el 97% de las compañías afirma que los empleados empoderados con la tecnología adecuada pueden transformar las experiencias de los clientes. Las herramientas de comunicación y colaboración adecuadas empoderan a todos. Ofrecer a los clientes y empleados una solución de comunicaciones más amplia permite que todos se comuniquen de una manera que satisfaga sus necesidades.

Metodología de la encuesta/Calificaciones de la muestra: Del 12 de agosto de 2021 al 15 de septiembre de 2021, IDG Communications realizó una encuesta en línea entre organizaciones globales de nivel empresarial de 500 o más empleados que tienen un nivel de gerente o superior que trabajan en TI, experiencia del cliente u operaciones y deben comprender la experiencia del cliente. Un total de 469 encuestados calificados participaron en la encuesta global. Los datos se han ponderado según el censo de los Estados Unidos para reflejar la representación nacional en medidas demográficas clave.

descuelgo[®]
Portal de empleo para Call Center

**LOS MEJORES
EMPLEOS DE
CALL CENTER
EN UN SOLO
LUGAR**

www.descuelgo.com



Ericsson y Vodafone prueban segmentación de red 5G para la Realidad Virtual

Ericsson y Vodafone pusieron a prueba la segmentación de red (network slicing) de 5G para un caso de uso de Realidad Virtual, lo cual permitió conseguir una menor latencia y un alto ancho de banda, las pruebas se realizaron en un laboratorio en el Reino Unido.

Se trata del primer segmento de red 5G bajo demanda que se ha implementado para un operador móvil británico, usando la arquitectura de núcleo de contenedores de 5G independiente y la solución orquestada de extremo a extremo de Ericsson.

En palabras de Andrea Dona, directora de Redes de Vodafone en el Reino Unido: “la segmentación de redes es un paso adelante increíblemente valioso. Al segmentar nuestra red y personalizar diferentes segmentos para diferentes requisitos, podemos dar vida a nuevas ideas que de otra manera serían imposibles (...) Cuando configuramos nuestra red para potenciar nuevos servicios, industrias como los juegos, el entretenimiento y la atención médica pueden entrar en una nueva era. Lo que podría parecer ciencia ficción está un paso más cerca gracias a network slicing”.

Durante la demostración, las compañías observaron que el proceso tomó 30 minutos, desde la realización de un pedido hasta la creación del segmento de red 5G para transportar el tráfico en tiempo real.

Esto demuestra la capacidad de los proveedores de servicios de comunicaciones “para ofrecer nuevos servicios con un tiempo de comercialización más rápido para una conectividad automatizada y personalizada”.

En tanto, la Vicepresidenta de Servicios Digitales de Ericsson en el Reino Unido e Irlanda, Andrea Spaccapietra, dijo que network slicing será clave para crear nuevos servicios 5G dirigidos a consumidores y empresas, y aprovechar modelos de negocio innovadores que desbloquearán diferentes ingresos para los operadores móviles.

La segmentación de red es una forma de arquitectura que permite segmentar redes lógicas como operaciones comerciales virtualmente independientes en una única infraestructura común. Cada parte de la red se aísla para ofrecer un rendimiento dedicado y eliminar el riesgo de congestión de la red, adaptando las características del segmento a cada caso de uso.



Vodafone y Ericsson resaltaron que los consumidores y empresas podrán disfrutar de una amplia gama de servicios y aplicaciones innovadoras relacionadas con la Industria 4.0, Realidad Aumentada, Realidad Virtual y ciudades inteligentes, gracias a network slicing en las redes 5G.



Francia lanza nuevo programa para impulsar 5G industrial

“Misión Industrial 5G” (Mission 5G Industrielle) es el nombre del nuevo programa del gobierno francés, mediante el cual pretende acelerar el despliegue de casos de uso 5G en las industrias del país, a partir de la emisión de recomendaciones tempranas que permitan el uso de la nueva red cuando alcance su madurez.

El objetivo es desarrollar los usos de 5G en la industria y acelerar su apropiación por parte de los profesionales; identificar cualquier obstáculo para su despliegue y proponer acciones concretas para apoyar a la industria francesa en el diseño y adopción de servicios 5G innovadores, de acuerdo a un comunicado de prensa.

La misión se formó como parte de la Estrategia de Aceleración para 5G, en la cual participaron jugadores clave de la industria de Francia y Europa. Philippe Herbert ejercerá como presidente de Mission 5G Industrielle.

El gobierno ha asignado tres objetivos a la misión: establecer un diálogo continuo entre los actores industriales y de telecomunicaciones, identificar los obstáculos para el despliegue de usos 5G en la industria, y formular recomendaciones capaces de acelerar este despliegue.

El primer documento emitido por esta oficina señala que se debe atender de manera temprana el establecimiento de casos de uso 5G ya que, si bien la madurez del mercado llegará hasta 2024, “las bases sobre las que se asienta la distribución de los usos del 5G en la industria deben construirse mucho antes”.

Se buscará que las recomendaciones sean “concretas, operativas y accionables”, con la posibilidad de iniciarse o implementarse tan pronto como se presente el informe y, a más tardar, dentro de los próximos 12 meses.

Entre las primeras medidas adoptadas por la misión se encuentran el acceso a frecuencias de 2.6 GHz para estimular los proyectos industriales de 5G, además de explorar el acceso potencial a las bandas de 3.8 GHz y 4 GHz.

Otras medidas incluyen el lanzamiento por parte de Francia y Alemania de una convocatoria conjunta para proyectos de redes privadas 5G, donde los actores industriales que han identificado casos de uso están invitados a expresar su interés antes del 8 de abril. Posteriormente, se organizará un evento para empatar a usuarios y proveedores de soluciones.



Francia pronto convocará expresiones de interés en zonas industriales especializadas en 5G denominadas Campus Fablab 5G industrielle, cuyo objetivo es reunir a todos los actores relevantes para proyectos industriales, incluidos operadores, fabricantes de equipos, integradores, proveedores y más.

Hubspot Ventures impulsa la cartera de Aircall con una nueva inversión estratégica

El desarrollador de soluciones telefónicas basadas en la nube, Aircall, anunció una nueva inversión estratégica de Hubspot Ventures para mejorar las experiencias de comunicación de los clientes.



Aircall y Hubspot se asociaron por primera vez en 2016, con Hubspot actuando como la plataforma de CRM preferida para los servicios telefónicos de Aircall. La última inversión estratégica de HubSpot es una demostración de fe en la cartera de Aircall, así como en la filosofía comercial, y se utilizará para ampliar las capacidades de telefonía para clientes de pequeñas y medianas empresas en todo el mundo.

“Nuestro objetivo es apoyar a las empresas que ayudan a los negocios a crecer mejor, y Aircall cumple con esa descripción”, comentó Andrew Lindsay, vicepresidente sénior de Desarrollo Corporativo y Comercial de HubSpot.

“Su innovadora plataforma de comunicaciones de voz es ahora la aplicación de teléfono más instalada en nuestra plataforma, un poderoso indicador de que nuestros clientes ven el valor de integrar su canal de voz con su CRM. Estamos entusiasmados de continuar profundizando nuestra colaboración con Aircall mientras ambos trabajamos para crear experiencias notables de extremo a extremo para nuestros clientes”.

Con la actividad remota ahora solidificada en la cultura laboral moderna y la infraestructura de telefonía heredada que se vuelve obsoleta, la demanda de los servicios de Aircall solo crecerá en los próximos meses y años. Gracias al apoyo financiero de Hubspot, Aircall puede satisfacer esas demandas en cada paso del camino.

“En Aircall, hemos estado trabajando para construir una cultura obsesionada con el cliente. Esperamos continuar una relación sólida con HubSpot, ya que ambos creamos herramientas y servicios que miles de clientes usan y aprecian todos los días. La integración de nuestros productos a través de un ecosistema sólido y abierto allana el camino para el futuro de la voz”. agregó Olivier Pailhes, cofundador y director ejecutivo de Aircall.

Infosys colabora con Telenor para transformar sus operaciones financieras y de la cadena de suministro a través de la solución Oracle Cloud ERP estandarizada

Infosys, líder mundial en consultoría y servicios digitales de próxima generación, anunció hoy su colaboración con Telenor Norway, el operador de telecomunicaciones noruego de propiedad total de Telenor, para transformar con éxito sus operaciones financieras y de cadena de suministro.



Infosys fue elegido para ayudar a Telenor Norway en este programa de transformación de ERP por sus soluciones innovadoras y estandarizadas, activos reutilizables, grupo de talentos calificados y capacidad para acelerar la implementación de soluciones. En colaboración con los equipos de negocios y TI de Telenor Norway, Infosys ha implementado una solución Oracle Cloud ERP estandarizada y preparada para el futuro para ayudar a migrar de un sistema ERP heredado para mejorar la agilidad comercial y la eficiencia operativa. La solución se implementó en 10 entidades de Telenor en un tiempo récord de 9 meses, incluidos módulos como R2R (Registro para informar), A2R (Adquirir para retirar), P2P (Procure to Pay), O2C (Order to Cash), etc.

Al comentar sobre la implementación exitosa de ERP, Terje Borge, director financiero de Telenor Norway, dijo: "Telenor Norway necesita elevar continuamente el nivel en su desempeño operativo para servir como el socio digital confiable para sus clientes comerciales y de consumo. TI como un habilitador de negocios juega un papel fundamental en este objetivo. El programa de transformación de ERP es uno de los pasos para hacer que Telenor sea ágil y eficiente".

Richard Stigaard, CIO, Telenor Norway, dijo: "Los elementos críticos de nuestro éxito han sido la colaboración, el seguimiento de procesos estándar y el funcionamiento con una sólida cultura de equipo único durante todo el proyecto. Infosys aportó experiencia en el dominio, las habilidades adecuadas y recursos competentes para ayudar a entregar esta transformación".

Richard Stigaard, CIO, Telenor Norway, dijo: "Los elementos críticos de nuestro éxito han sido la colaboración, el seguimiento de procesos estándar y el funcionamiento con una sólida cultura de equipo único durante todo el proyecto. Infosys aportó experiencia en el dominio, las habilidades adecuadas y recursos competentes para ayudar a entregar esta transformación".

Anand Swaminathan, vicepresidente ejecutivo de Comunicaciones, Medios y Tecnología de Infosys, dijo: “En la era posterior a la COVID, las empresas de telecomunicaciones están emergiendo como los proveedores de servicios digitales preferidos por los suscriptores. La plataforma ERP desarrollada conjuntamente por Telenor e Infosys permite a Telenor Noruega impulsar las operaciones”. excelencia, que en última instancia se traduce en una experiencia superior para el cliente”.

Acerca de Infosys

Infosys es un líder mundial en consultoría y servicios digitales de próxima generación. Permitimos a los clientes en más de 50 países navegar su transformación digital. Con más de cuatro décadas de experiencia en la gestión de los sistemas y el funcionamiento de empresas globales, guiamos de manera experta a nuestros clientes a través de su viaje digital. Lo hacemos habilitando a la empresa con un núcleo impulsado por IA que ayuda a priorizar la ejecución del cambio. También potenciamos el negocio con digital ágil a escala para ofrecer niveles sin precedentes de rendimiento y satisfacción del cliente. Nuestra agenda de aprendizaje permanente impulsa su mejora continua a través del desarrollo y la transferencia de habilidades digitales, experiencia e ideas de nuestro ecosistema de innovación.

The Infosys logo is displayed in a blue, sans-serif font.

La empresa de comunicaciones en la nube NWN Carousel nombra nuevo director financiero

El impacto de Covid en el centro de contacto ha obligado a las organizaciones a ajustar la forma en que operan. Tradicionalmente, los centros de contacto han sufrido altas tasas de rotación de personal, y el software de telefonía complejo y las herramientas de colaboración difíciles de usar son una causa importante de la insatisfacción de los trabajadores. Además, los contact centers están bajo más presión que nunca debido a que las expectativas de los consumidores han evolucionado durante la pandemia.

Ahora estamos en un mundo digital primero y los clientes esperan soporte cuando y donde sea más conveniente para ellos. Si bien la telefonía ahora solo es seleccionada por el 43% de los consumidores para consultas generales, sigue siendo el método de comunicación preferido para resolver problemas complejos como escalamiento, retención o disputas, y el 71% prefiere hablar por teléfono para resolver problemas como estos.

Con los centros de contacto alejándose de las situaciones locales tradicionales, un ecosistema de software en evolución ahora satisface las necesidades de migración a la nube. Los centros de contacto empresariales están separando la telefonía de las plataformas CCaaS para crear la mejor experiencia para sus clientes y empleados. El nuevo centro de contacto depende de la nube con aplicaciones e integraciones de software como servicio (SaaS) que no están disponibles en las instalaciones.



Luchando contra la complejidad con BYOC

Las llamadas siguen siendo importantes, pero es esencial abstraer las limitaciones de los operadores tradicionales del centro de contacto basado en la nube. Al adoptar un enfoque BYO-Carrier para la telefonía eléctrica, los centros de contacto empresariales pueden obtener más control sobre las migraciones, las integraciones y la resolución de problemas. Además, transferir números de su CCaaS a otra plataforma de centro de contacto puede interrumpir el rendimiento y los ingresos del tiempo de actividad, especialmente para sus números gratuitos de alto volumen.

Por lo tanto, para construir el mejor centro de contacto de su clase, las empresas deben desacoplar su operador y su solución CCaaS para el control directo al operador, la flexibilidad y el ahorro de costos. La selección de un operador nativo de la nube proporciona un socio que puede ayudarlo a navegar a través de sus migraciones a la nube y unir el software y las herramientas inconexas necesarias.

Al hacerlo, aumenta la flexibilidad al permitir que se utilice VoIP y brinda opciones de trabajo remoto para los empleados, lo que mejora la experiencia del agente y ayuda a reducir la rotación. Sin embargo, las aplicaciones de terceros deben integrarse con su operador más allá de la plataforma UCaaS y CCaaS, como la contención de llamadas con IVR impulsado por IA, la detección de fraudes, las herramientas de opinión del cliente, el cumplimiento de PCI, la entrada segura de tarjetas de crédito y las herramientas de encuestas al final de la llamada. Inconexos, lo que dificulta la gestión del acceso a la información de las llamadas. Las empresas deben invertir en CX y en la experiencia de los empleados para crecer y retener el negocio a lo largo del tiempo.

Se están introduciendo nuevas herramientas, canales e innovaciones pero los que hay que priorizar están en la nube. Para mejorar la experiencia de los agentes y los clientes, acudir directamente a un operador nativo de la nube como Bandwidth puede ayudar a su centro de contacto a satisfacer las necesidades de esta nueva era de expectativas de los clientes.



Metaverso: Havas Group abre su primer Havas Village Virtual

Havas Group está presente físicamente en más de 100 países con 68 «Villages», ahora ya es propietario de un terreno virtual en The Sandbox, el videojuego que permite a los usuarios crear sus propios mundos en la virtualidad. Aquí el Grupo planea inaugurar su primer Havas Village virtual. Se estima que abra al público en The Sandbox a finales de este mes de abril de 2022.

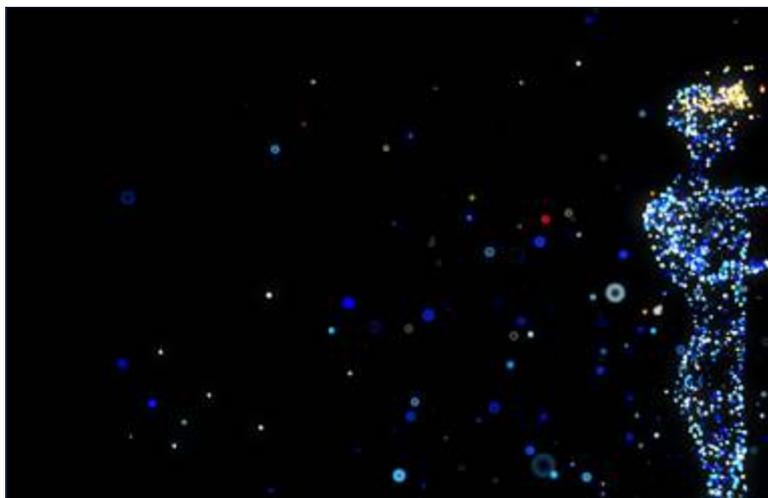
Havas Village es un modelo de agencia que reúne en una sola sede todas las especialidades del marketing y la comunicación. La intención es reunir todo: creatividad, medios y data bajo un mismo techo para obtener mejores resultados; brindando un servicio excelente y de calidad. En Sudamérica se encuentran en Perú, Chile, Argentina y Brasil.



Así las cosas, el mundo real y el virtual se unirán en el metaverso para ofrecer una experiencia inmersiva y aumentada de Havas Village. Mediante el uso de una programación enriquecida, contenido exclusivo, animación conectada y gamificación; se podrán organizar conferencias, eventos, conciertos, presentaciones de clientes, lanzamientos de productos y más.

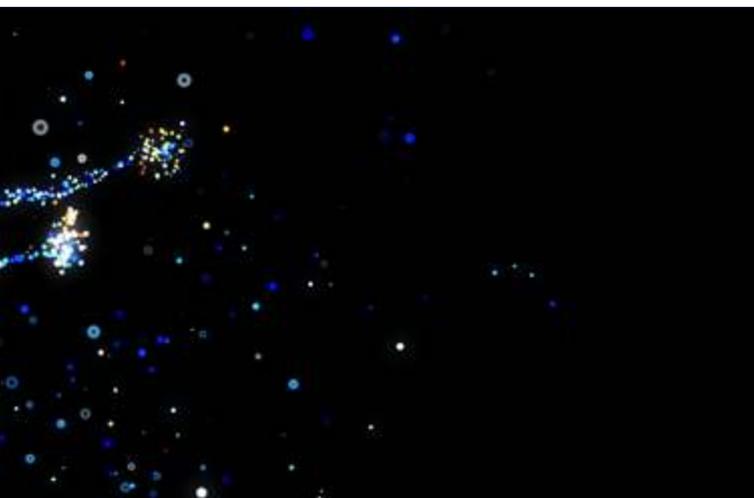


Havas Group apoya a las marcas en el desarrollo de sus estrategias de comunicación. Havas Village en el metaverso ayudará a las empresas a lanzarse con éxito a esta nueva aventura virtual, y a unir fuerzas para construir una imagen positiva, una reputación significativa y una conexión poderosa con los jugadores-consumidores.



Anteriormente Havas Group lanzó Metaverse by Havas, una nueva oferta de consultoría, creatividad y medios, dedicada a las marcas que, en el metaverso, ven oportunidades para reinventar la marca, el storytelling, la experiencia, la creación de audiencias y la generación de ingresos.

En palabras de Yannick Bolloré, presidente y director ejecutivo de Havas Group: “El metaverso proporciona una gran cantidad de nuevos medios y nuevas oportunidades para el sector de las comunicaciones y para las marcas. Ya sea que el objetivo sea crear experiencias originales y significativas, llegar a nuevos públicos objetivo o simplemente reforzar un vínculo existente, las posibilidades son prácticamente infinitas. Havas Group cuenta con un equipo de vanguardia de expertos en metaverso para liderar esta nueva empresa y guiar de manera experta a las marcas dentro y alrededor de estos mundos virtuales (...) Nuestro nuevo Havas Village será un ‘meta-buque insignia’ para el Grupo, que reunirá a todas nuestras comunidades comprometidas en una extensión enriquecida de nuestras oficinas tradicionales”.



La versión virtual de Havas Village también incluirá un servicio de selección de personal, una novedad en el campo de los recursos humanos. A mediano plazo, esta dimensión virtual e inmersiva enriquecerá significativamente la experiencia de los empleados, incluido el proceso de incorporación.



Redes 5G: Las conexiones 5G superarán los 1.000 millones en 2022

Las conexiones 5G superarán los 1.000 millones en 2022 luego de lograr un despliegue récord.



Se estima que ese es el número de conexiones 5G globales, superarán los 1.000 millones este mismo año, y éstas conexiones representarán a finales de 2025 más de una quinta parte del total de conexiones móviles, de acuerdo con el informe The Mobile Economy Report de la GSMA, organizadora del Mobile World Congress (MWC).

También se revela en el informe que más de 2 de cada 5 personas en el mundo vivirán al alcance de una red 5G a finales de 2025.

Los números evidencian la velocidad de despliegue de esta tecnología, el más rápido de la industria móvil en comparación con el 3G y el 4G.

Para ejemplificar esta rapidez, el informe señala que 5G representaba ya más del 5.5% de las conexiones móviles sólo 18 meses después de su lanzamiento, una penetración que no se registró con las otras tecnologías.

En palabras del director de tecnología de la GSMA, Alex Sinclair: “Además, el lanzamiento de servicios 5G en América Latina y el África subsahariana durante el último año significa que la tecnología ya se encuentra disponible en todas las regiones del mundo, por lo que estamos preparados para ver un mayor crecimiento y una mayor transformación para los servicios”.



El ejecutivo además atribuyó esta velocidad a factores como el aumento de las ventas de teléfonos 5G y la ampliación de las cobertura de móviles, entre otros.

Actualmente, existen casi 200 redes 5G activas en siete países, incluidos 68 operadores de servicios de acceso inalámbrico fijo y 23 que ofrecen servicios 5G autónomos.

Niantic adquiere 8th Wall, una plataforma de desarrollo de realidad aumentada.

Esta sería la adquisición más grande jamás realizada por Niantic.

8th Wall ofrece una plataforma de desarrollo webAR, que le permite crear aplicaciones AR para la web móvil.

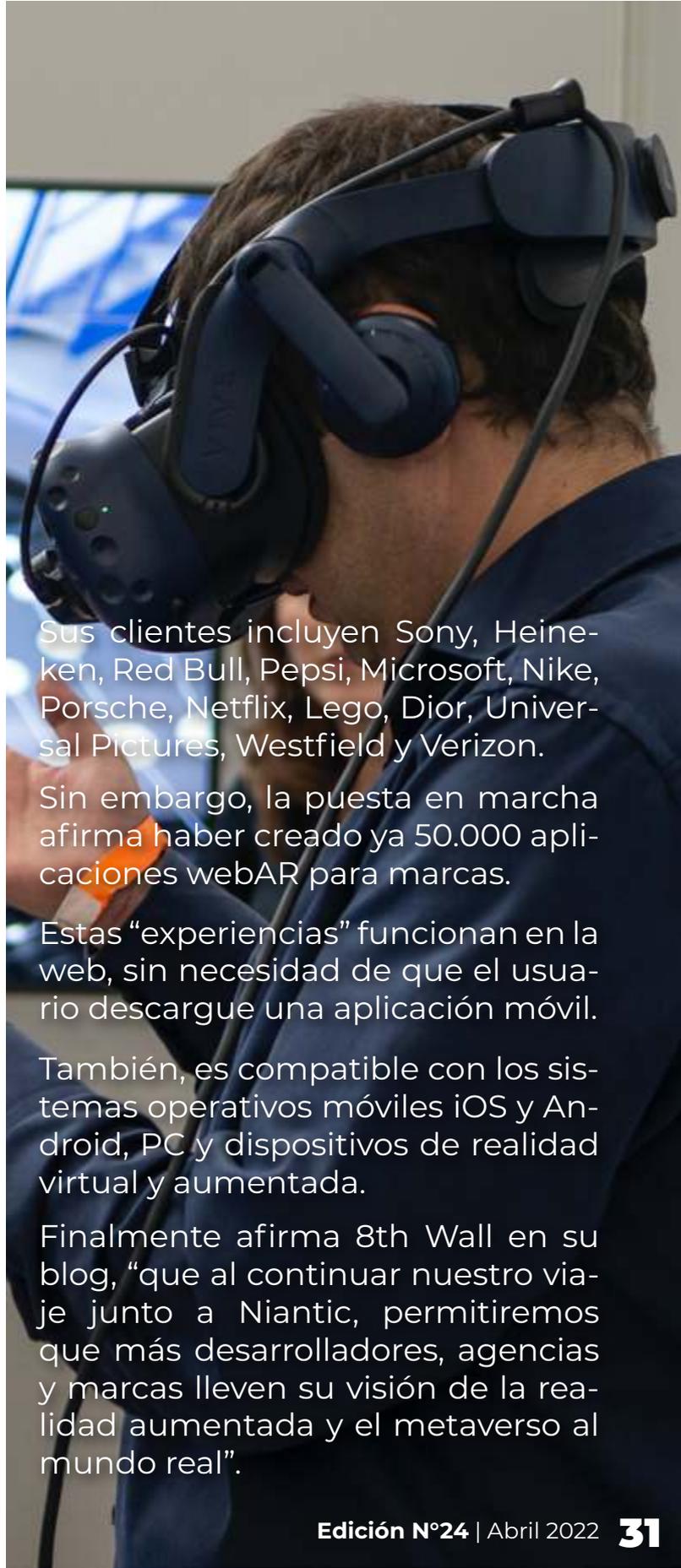
Niantic, el creador de Pokémon Go, no oculta sus ambiciones en la creación de metaversos de realidad aumentada.

Del mismo modo, la empresa estadounidense recaudó 300 millones de dólares para este noviembre pasado y recientemente anunció la adquisición de 8th Wall.

Por lo tanto, será una plataforma de desarrollo de aplicaciones de realidad aumentada, por un monto no revelado. Pero la compañía dice que esta es su mayor adquisición hasta la fecha.

Igualmente, 8th Wall seguirá siendo una plataforma independiente dentro de Lightship, la plataforma de desarrollo de realidad aumentada de Niantic lanzada en noviembre pasado, basada en mapeo 3D del mundo real.

Cabe destacar que 8th Wall es una start-up californiana fundada en 2016 por antiguos ingenieros de Google y Facebook, que ha desarrollado una plataforma para crear y alojar experiencias de realidad aumentada para la web (webAR).



Sus clientes incluyen Sony, Heineken, Red Bull, Pepsi, Microsoft, Nike, Porsche, Netflix, Lego, Dior, Universal Pictures, Westfield y Verizon.

Sin embargo, la puesta en marcha afirma haber creado ya 50.000 aplicaciones webAR para marcas.

Estas “experiencias” funcionan en la web, sin necesidad de que el usuario descargue una aplicación móvil.

También, es compatible con los sistemas operativos móviles iOS y Android, PC y dispositivos de realidad virtual y aumentada.

Finalmente afirma 8th Wall en su blog, “que al continuar nuestro viaje junto a Niantic, permitiremos que más desarrolladores, agencias y marcas lleven su visión de la realidad aumentada y el metaverso al mundo real”.



 **SINUX**

**SOLUCIONES
INFORMÁTICAS**

**PÁGINAS
WEB**

**CALL
CENTER**

**TIENDAS
ONLINE**

**Y MUCHO
MÁS...**

info@sinux.es | www.sinux.es

**+34 919 158 215
+34 744 638 917**

A photograph of a city street in São Paulo, Brazil, featuring a prominent tower in the background and a road leading into a tunnel. The scene is captured during the day, with clear blue skies and modern buildings lining the street. The tower, known as the Torre de Transmissão de São Paulo, is a tall, slender structure with a red and white striped pattern. The road in the foreground is a multi-lane highway that curves into a tunnel. The overall atmosphere is one of a modern, urban environment.

Brasil: Avanzan las inversiones en 5G

Recientemente fueron anunciados los resultados de una encuesta de KPMG en Brasil, entre los datos relevantes se encuentra que 71% de las empresas cuyos ejecutivos fueron entrevistados planea invertir en 5G dentro de cinco años. Otro 20% ya está invirtiendo, el 8% no pudo informar y sólo 1% declaró que no invertirá en la nueva tecnología.

Los números fueron presentados en el estudio Tecnología 5G: la hiperconectividad que cambiará el mundo. Se entrevistaron 110 personas, de las cuales 32% eran CFOs (directores financieros), 18% eran CEOs (presidentes) y el resto se dividió entre otros cargos como directores de tecnología de información.

No obstante los planes para implementar la quinta generación de la red móvil en las empresas, 46% de los ejecutivos no pudo responder cuánto se invertirá en 5G. Entre los que tienen presupuesto definido, el 25% pretende invertir hasta un millón de reales, el 14% invertirá entre un millón y 10 millones, y otro 15% dijo que el desembolso será de 11 a 50 millones de reales.

Respecto al plazo para la adquisición de infraestructura y otros recursos, el 27% aseguró no tener una fecha definida. Cerca del 26% pretende realizar las inversiones en más de 24 meses; el 19% dijo que será de uno a dos años; 10%, entre 7 y 12 meses; y el 3%, dentro de los seis meses. El 15% restante no informó.

De acuerdo con KPMG, esta incertidumbre indica que aún falta certeza sobre las inversiones en Brasil, al menos en el corto plazo. Los encuestados esperan a que se materialice el marco 5G y los casos de uso demuestren ser relevantes para los negocios.

Cabe recordar que la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel) fijó el límite de 2029 para que se active el 5G en todo el territorio nacional y, hasta julio de este año, la tecnología deberá funcionar en todas las capitales. Esto significa que, en menos de cinco meses, la quinta generación de la red móvil estará disponible en las ciudades más importantes del país, pero aún faltan equipos con el costo más accesible, legislaciones adecuadas y más casos de uso.



Entre los ejecutivos que ya tienen un plan más claro, el 20% dijo que los recursos serán dirigidos al área de Tecnologías de la Información (TI) e infraestructura en la Nube, con el objetivo de capturar nuevas oportunidades.

Otro 14% tiene la intención de mejorar la experiencia del cliente con experiencias más inmersivas, por ejemplo.

Chile: Movistar líder en servicios de internet fijo

La subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) de Chile, en un nuevo reporte de las telecomunicaciones a nivel nacional, indica cuál es el avance de las conexiones de internet fijo.

Entre otros datos, las series estadísticas indican que la empresa Movistar lidera la lista de compañías con un 29,5% de los clientes, es decir, cerca de 1 millón 266 mil hogares y compañías que hoy cuentan con sus servicios.

Por otra parte, cabe destacar que el 90% de los clientes de Internet Movistar, en 120 ciudades, cuentan con fibra óptica de alta velocidad en línea a los objetivos de cambio de cobre a fibra que ha ejecutado la empresa, mientras que según las cifras de Subtel, a nivel nacional sólo el 56,7% de las conexiones fijas son de este tipo.

En palabras de Cristián Schalcha, Director Mercado Personas y Hogar, Movistar Chile:

“Desde hace muchos años apostamos fuertemente por esta tecnología (FO), esto nos permitió convertirnos en la red de fibra más veloz y robusta, como lo reconoció Ookla hace pocos días, cuando premió a Movistar Fibra como el mejor Internet Hogar de Chile y América Latina”.

Y agrega el ejecutivo de Movistar en el país austral:

“Queremos continuar desarrollando esta red que transforma y beneficia la vida de las personas, y permite reducir la brecha digital del país. Ya aumentamos por seis nuestro despliegue de Home Pass (HP) los últimos cuatro años, y este año llegaremos a cuatro millones de hogares con factibilidad de fibra óptica. Ejemplo de ello son algunas zonas que no tenían fibra el año pasado, y que conectamos desde Movistar, como Quintero, Melipilla, El Bosque y Papudo”.



Perú: Trabajo Remoto y el mercado de contrataciones Internacionales

El trabajo remoto y la transformación digital dan lugar a una oportunidad de crecimiento para los negocios: la contratación internacional. Deel -la solución global de compliance el potencial deee y gestión de pagos internacionales que hace posible que las empresas puedan contratar a cualquier persona en cualquier lugar- reveló en su Reporte Global sobre la Contratación de Talento Internacional 2021 que Latinoamérica es la región donde esta tendencia obtuvo el mayor crecimiento (286%) entre julio y diciembre de 2021..

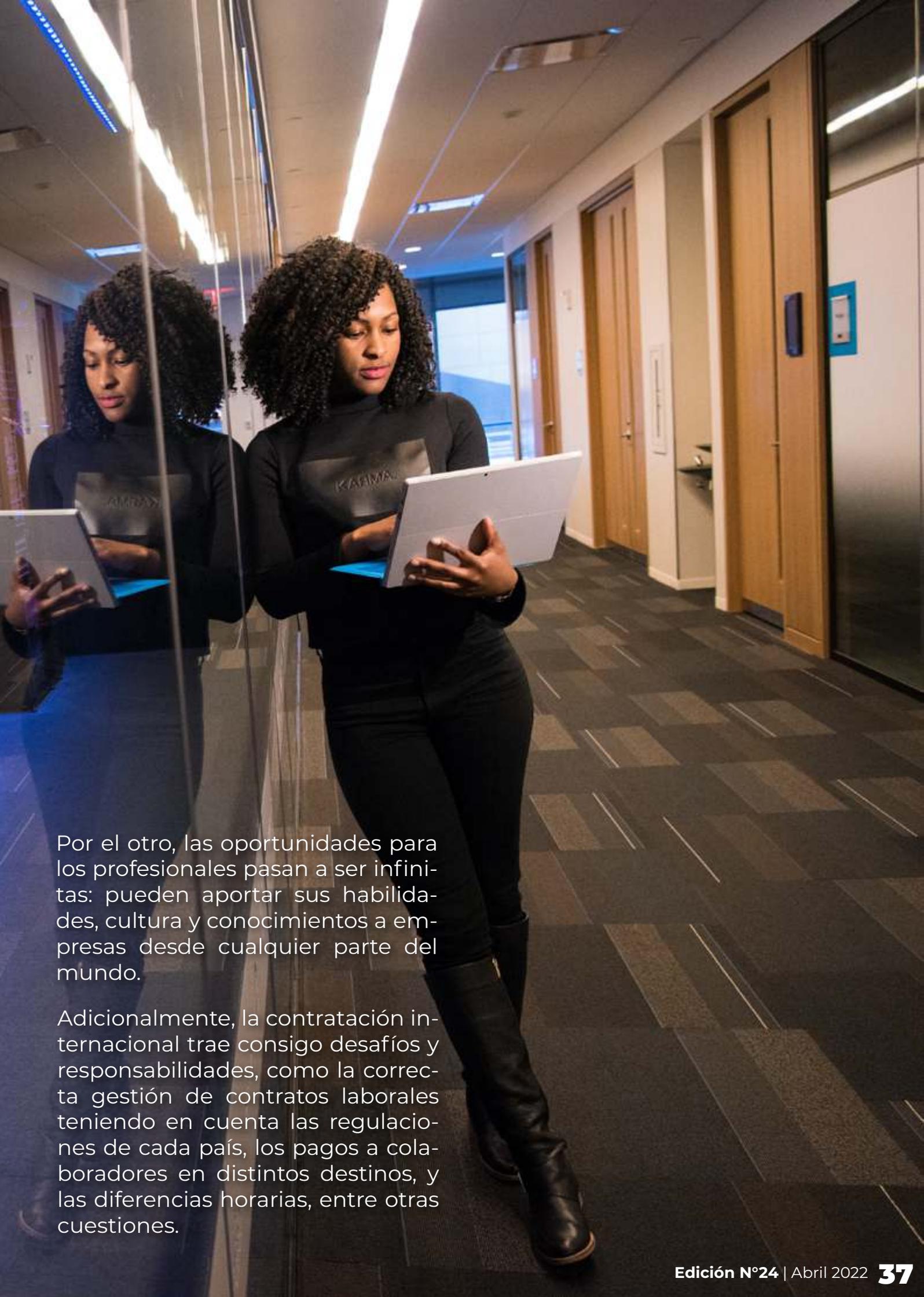
Perú es uno de los más buscados de Latinoamérica, se encuentra en el top cinco de países – a nivel regional – donde se contrató más talento desde el exterior.

Estados Unidos, Chile y México son los países que más contratan talento peruano. Además, Perú forma parte del grupo de países de donde más se contrató talento de manera intrarregional. Deel informa que Argentina, Colombia, México y Perú representan el 70% de las contrataciones internacionales dentro de la región.

En palabras de Natalia Jiménez, Head de Deel para Sudamérica: “Desde Deel observamos que todo tipo de compañías latinoamericanas tienen la necesidad de incorporar talento que no siempre está disponible en sus mercados y, gracias a la contratación internacional, están ampliando sus equipos y fortaleciendo sus operaciones (...) La contratación internacional por parte de empresas en Latinoamérica es la de mayor crecimiento, por encima de compañías de EMEA (Europa, Oriente Medio y África), lo que demuestra que esta tendencia es muy fuerte en la región; y Perú cuenta con todas las competencias para subir a esta ola”.

Este tipo de contratación viene a borrar los límites geográficos y a potenciar las oportunidades tanto para los trabajadores como para las empresas.

Por un lado, las organizaciones pueden ampliar su búsqueda a todo el mundo, y el lugar de origen o de residencia del talento deja de ser un excluyente.



Por el otro, las oportunidades para los profesionales pasan a ser infinitas: pueden aportar sus habilidades, cultura y conocimientos a empresas desde cualquier parte del mundo.

Adicionalmente, la contratación internacional trae consigo desafíos y responsabilidades, como la correcta gestión de contratos laborales teniendo en cuenta las regulaciones de cada país, los pagos a colaboradores en distintos destinos, y las diferencias horarias, entre otras cuestiones.

Zoom considera a México como un país clave para crecer en Latinoamérica

La afirmación se desprende del director de Zoom México, quien considera al país azteca una puerta de entrada para el resto de la región de Latinoamérica. Zoom trabaja en diversas estrategias para posicionarse como principal herramienta de comunicación de las empresas mexicanas en expansión. Trabaja en diversas tecnologías innovadoras que van desde mayores facilidades de comunicación y traducción simultánea, hasta hardware inclusivo y ofertas para el metaverso.

En México durante 2021 la cantidad de usuarios gratuitos de la plataforma creció 49 veces y se duplicaron el número de empresas que sí pagan sus servicios —la plataforma de comunicación cuenta actualmente con unas 512.000 empresas a nivel mundial. Este crecimiento posiciona México como uno de los más importantes para la compañía. Además, hace de la región un punto clave para expandirse al sur.

Zoom busca ofrecer al sector empresarial de México más que simples videoconferencias, ahora ofrece telefonía empresarial de nube, servicios de mensajería unificada instantánea, así como un amplio espectro de maneras para llevar a cabo reuniones con grandes cantidades de usuarios.



Zoom planea 'democratizar la comunicación' con tecnología de traducción simultánea y hardware para personas con discapacidades. También buscará llevar la comunicación a todo tipo de personas a través de tecnologías innovadoras.

Actualmente trabaja con otras compañías para diseñar hardware (o sensores) que permita a personas impedidas del habla, el oído o la vista a conectarse a la plataforma y comunicarse. La compañía ya está trabajando en tecnología de traducción simultánea de voz. “Esto nos va a ayudar a romper la barrera del idioma. Si tú te tienes que conectar a una videoconferencia que está en alemán o Davos —dónde todo mundo se reúne y se hablan diferentes idiomas— tú podrás participar en ella hablando en español y allá te escucharán en el idioma que corresponda en tiempo real, y viceversa”, señala el ejecutivo. Esta innovación se deriva de la compra de Zoom en junio del año pasado de Karlsruhe Information Technology Solutions (o «Kites»), una empresa alemana dedicada al desarrollo de soluciones de traducción automática en tiempo real.

Si bien la plataforma ya trabaja con un pizarrón virtual (o whiteboard) que permite guardar las anotaciones virtuales de los miembros de la junta, Rocha comentó que Zoom ya tiene planes para expandirse en el mundo virtual del metaverso: “Nosotros no queremos convertir a nadie en avatar; no es la idea. Nuestra intención es que las experiencias que tú tengas en una comunicación sean suficientemente inmersivas, y para eso estamos trabajando para que nuestras salas de conferencias se tenga la capacidad de que los usuarios puedan estar realmente mucho más presentes que en una normal”. Y agrega que están integrando a la plataforma de Zoom tecnologías de realidad virtual y aumentada para que cada vez la experiencia del usuario final sea una más vívida.



Latam: Cloud crecerá un 30.4% para el 2023

De acuerdo con proyecciones de IDC, para el 2023 se estima que la nube en Latinoamérica crecerá un 30,4%.

El escenario no ha sido igual para todas las empresas. Muchas que desconocían el mundo Cloud, fueron las que tuvieron mayor dificultad para adoptar esta tecnología, ya que debieron contratar servicios de colaboración durante la mayor parte del segundo y tercer trimestre del 2020, implementando la tecnología virtual con ayuda de especialistas.

En el caso de las empresas que venían incorporando la tecnología de nube con anterioridad, el impacto de la pandemia fue mínimo y más bien, tuvieron una adaptación más acelerada a los entornos virtuales, aprovechando la información recopilada para tomar decisiones basadas en los nuevos perfiles del consumidor.

En relación con los servicios que van en crecimiento, nos encontramos con las aplicaciones empresariales que tienen directa relación con las comunicaciones unificadas.

Hay otros mercados y/o soluciones que van a tomar una mayor aceleración, como las plataformas de Inteligencia Artificial, que, si bien, son mercados pequeños, tienen un potencial de crecimiento enorme en toda América Latina, en donde han contribuido de manera significativa en la automatización de tareas básicas.

En palabras de Enrique Phun, analista senior de Software de IDC América Latina: “América Latina es una región en donde todavía hay muchos desafíos por resolver en problemas de aplicaciones, donde muchas veces, los sistemas no conversan entre sí. La tendencia de habilitar el trabajo a un esquema híbrido va a continuar. En diversos casos se ha visto la posibilidad de trabajar en modelos virtuales y en otros, el regreso a la oficina es más necesario. Pero la inversión e implementación que se haya realizado en este tipo de tecnologías no impide tener un ambiente mixto para diferentes áreas, y esto permite incluso que el rol que se necesita se pueda ubicar en otro país o en otro continente, por falta de talento local”.

Las empresas deberán ver el tipo de estrategias que se van a definir para agregar valor al utilizar los servicios en la nube. Debido a un déficit en torno a los talentos de expertos para estas nuevas tecnologías que se actualizan de manera rápida y continua, es que las empresas que están en proceso de adopción de nube o de llevar cargas nuevas más acorde al negocio, deberán también invertir en capacitaciones o contratar servicios de proveedores, para así entrenar al equipo TI de la empresa, y lograr ser autosuficientes con el tiempo.



Honduras: Call Center con un “enfoque humano”

La industria de los call center es uno de los sectores que más empleos oferta, laborar en servicio al cliente es uno de los trabajos en los que existe mayor demanda actualmente. Las empresas necesitan de teleoperadores para atender a sus consumidores.

Los empleados de los call center también tienen una gran responsabilidad, y no solo pasa por satisfacer la productividad de las empresas que los contratan, deben resolver problemas o consultas de quienes los llaman. La dimensión de su actuación es fundamental para una buena relación con los clientes y así generar una retención y fidelidad de consumidores.

Interactive Contact Center (ICC), una empresa de call center hondureña con poco recorrido, pero se está consolidando el mercado de “forma diferente”. En palabras de su director ejecutivo, Pablo Paz Hernández, Interactive Contact Center, nació en 2020, como una empresa con un enfoque más “humano”.

La empresa inició durante pandemia y el objetivo era “abrir una empresa donde a la persona se le tratara bien”, porque “es una industria que ocupa un cambio”, contó.

“Primero nos dicen que es mala idea porque es pandemia, pero al mismo tiempo la gente está atrapada en sus casas, tiene que trabajar, se tiene que cuidar, entonces creo que ese era el mejor momento para hacerlo”, refirió. El ejecutivo indicó que, luego de un año, Interactive Contact Center ya tenía 12 clientes y más de 500 empleados.

Paz Hernández relató que en el inicio todo empezó con la búsqueda de oportunidades, pero no fue tan difícil como lo imaginaron en sus mentes antes de comenzar, porque gracias a la buena aceptación, y “el hacer las cosas diferentes, nos abrió las puertas con el mercado”.



Cuentan con programas para la salud mental de sus empleados, “en una industria tan difícil”, donde están expuestos a agresiones verbales. Al mismo tiempo el programa abarca consejos legales, financieros y de educación continua a los empleados. “Son pocas de las muchas cosas que hacemos diferentes, pero al final creo que lo que nos hace diferentes, es eso, el trato, nosotros tratamos a la gente como gente, no como número”, resaltó.

La empresa destaca que, a parte de un sueldo arriba de mercado y el programa social del empleado, les dan libre el día de cumpleaños del empleado e igual se le paga, los días de vacaciones son respetados, tienen bonos de productividad, más los beneficios de contratación de la Ley de Empleo por Hora.

ICC tiene talento humano en Tegucigalpa, San Pedro Sula, Tela, La Ceiba, y en países como El Salvador, Nicaragua, Costa Rica Panamá, Argentina y Perú.



AQUÍ TE
CONSEGUIMOS
LEADS DE
FORMA
OPTIMIZADA
AL MEJOR
PRECIO

agencia**LEADS**[®]

Lead management 360

MAROC | ParadaVisual

LG Electronics Marruecos destaca sus novedades para 2022





LG Electronics Marruecos presenta su visión 2022 de una experiencia de usuario más inclusiva y un estilo de vida mejorado.

Presidido por el Sr. Jungho Kim, Gerente General de LG Electronics Marruecos, este evento organizado en asociación con Yasmine Immobilier fue una oportunidad para conocer a la nueva gerencia de LG Electronics Marruecos y presentar las últimas tecnologías de la marca en 2022.

Celebrado en la galería de arte Les Tours Végétales, este evento estuvo marcado por la presencia de los representantes del grupo en el reino, en particular, la Sra. Aicha Berrada, Oficial de Relaciones de Comunicación y Agencias de LG Electronics Marruecos, el Sr. Jaekyu Lee, Director de Producto TV LG Electronics Marruecos así como el Sr. Aymane Zriga, Gerente de Marketing de TV. Alternando ponentes, presentaron las diversas novedades de la compañía para el nuevo año y destacaron su continuo esfuerzo por crear una experiencia de usuario única.

LG Electronics Marruecos, cree que la pandemia de COVID-19 ha cambiado significativamente la forma en que las personas interactúan con el mundo, incluida la forma en que los marroquíes pasan su tiempo. El distanciamiento social y el confinamiento resultantes tuvieron un impacto considerable en los hábitos diarios y el bienestar de las personas. En tal contexto, la tecnología digital es una fuente popular de formas alternativas de entretenimiento. De hecho, el consumo de televisión en Marruecos ha aumentado considerablemente, durante la pandemia del coronavirus.

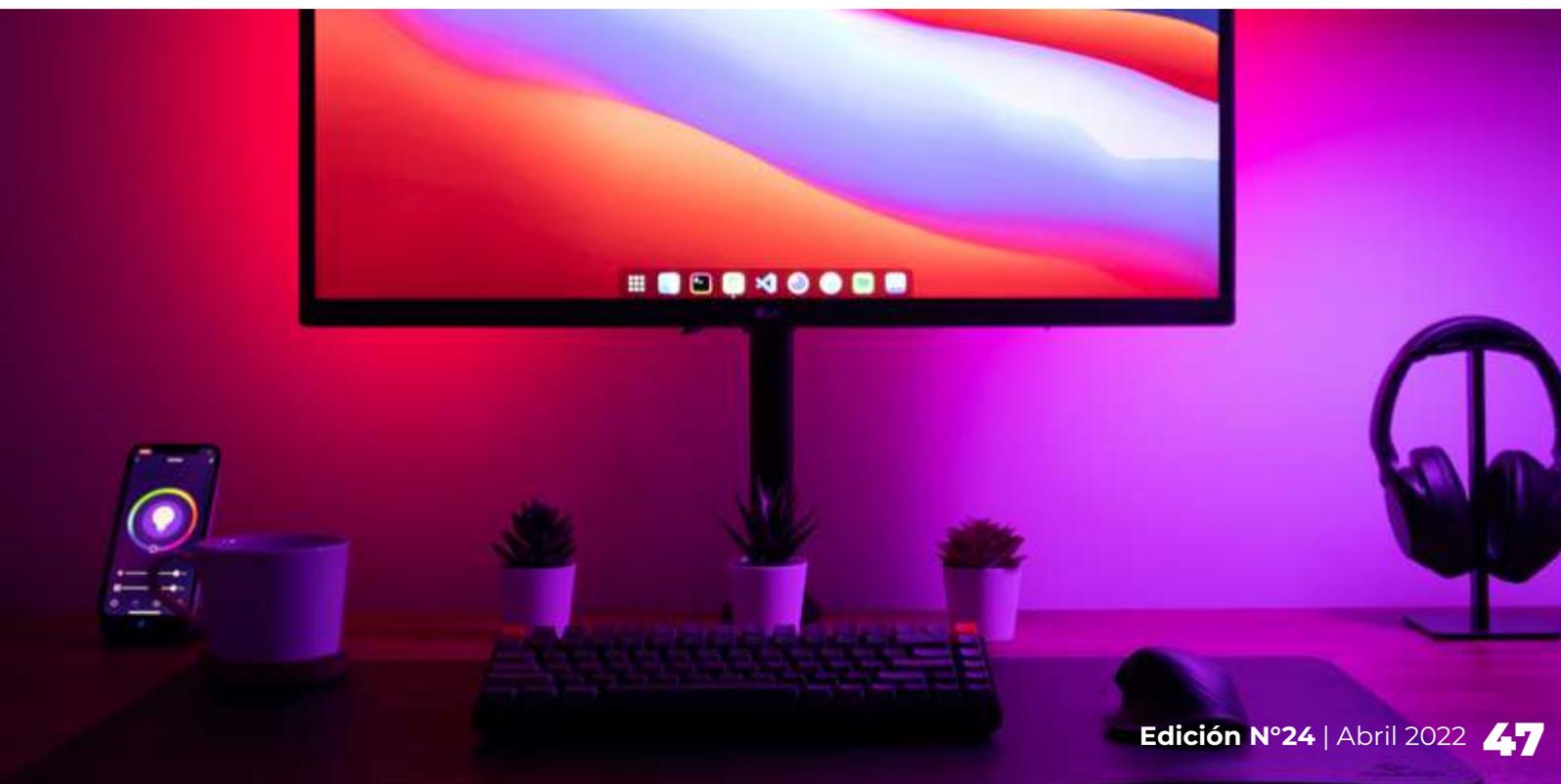
Además, LG informa que anteriormente más sensibles a la conectividad u otros criterios, los marroquíes ahora están tan interesados en las tecnologías de visualización a color en la elección de los televisores. El Sr. Jungho Kim, Gerente General de LG Electronics Marruecos, dijo al respecto: “Esperamos un aumento significativo en las ventas en el mercado de TV.

Además, esperamos que aumente la demanda de televisores de alta calidad como 'OLED' y televisores grandes”.

Impulsado por la ambición de satisfacer las necesidades de los consumidores, LG QNED Mini LED, es una ilustración perfecta del progreso del grupo en la creación de soluciones de entretenimiento en línea con las condiciones económicas actuales.

Estos pretenden proporcionar una experiencia interactiva y personalizada para los espectadores que disfrutan de contenido en pantallas más grandes pero sobre todo de mejor calidad en casa. LG QNED Mini LED combina mini LED, con tecnologías Quantum Dot y Nano-Cell, en una pantalla innovadora líder en la industria. Esta fusión de tecnologías da como resultado una calidad de imagen superior, con negros más profundos y colores más vibrantes, para brindar la mejor experiencia de visualización.

Para satisfacer mejor las necesidades y estilos de vida de los diferentes usuarios, es posible integrar la plataforma ThinQ AI de LG en televisores compatibles. El proceso insignia de la marca, que combina el poder de la IA y el análisis de datos, promete equiparlos con aún más funciones y comodidades adicionales en este nuevo año. Estos revolucionarios dispositivos confirman una vez más la voluntad de la marca de desarrollar todos los aspectos de la vida cotidiana a través de la innovación tecnológica.



¿Cómo el sector minorista puede ganar su transformación digital?

Según la Dra. Lamiae Benhayoun Sadafiyine, docente e investigadora en gestión de sistemas de información en Rabat Business School de la UIR, “en muchos sectores afectados por la pandemia de Covid-19, la actividad de los minoristas se ha visto muy afectada. La crisis sanitaria provocó el cierre de comercios y cambió los hábitos de los hogares, cuyas compras cayeron un 17,9% con tendencia al comercio electrónico. Como resultado, las relaciones con los clientes han sufrido una verdadera metamorfosis y ahora se centran en lo digital”.

Por lo tanto efectivamente, la pandemia ha demostrado la necesidad del sector Retail de llevar a cabo su transformación digital, para promover el compromiso del consumidor e incluso lograr modificar las reglas de la productividad. Así, y gracias en particular a la automatización de los procesos, los minoristas tienen acceso a más datos operativos para realizar análisis sofisticados.

Asimismo, explicó Lamiae Benhayoun, “que la transformación digital en el sector minorista requiere la modernización de los sistemas de información (SI) basados en particular en los IS heredados. Estos sistemas heredados están contruidos con tecnologías y metodologías que se han vuelto obsoletas en la era digital.

Por lo tanto, tendrán que evolucionar para estar al día con el desarrollo de Internet y el comercio electrónico. Ahora se necesitan infraestructuras nuevas y más flexibles. Estos incluyen “Tecnología de información rápida (TI)”. Este sistema se basa en la capacidad de explotar nuevas tecnologías como Data, IoT o la Nube para satisfacer mejor las necesidades de la empresa. Su integración requiere métodos ágiles para acelerar la producción y reducir el tiempo de comercialización”.



Del mismo modo, al día de hoy cada vez más empresas de sectores como la automoción o la banca-seguros están migrando de forma masiva a Fast IT, esto está lejos de ser el caso de los players del retail. Este sector tiene varias especificidades que impiden que sus organizaciones apliquen enfoques estándar para integrar esta tecnología. De hecho, el comercio minorista tiene una diversidad de jugadores y productos, diferentes formatos de tienda con canales de distribución heterogéneos.

Finalmente, se debe tener en cuenta que, desde un punto de vista tecnológico, la industria minorista ha estado insuficientemente equipada y mal informatizado durante mucho tiempo.

La llegada de nuevos jugadores digitales (Amazon, Alibaba) no ha ayudado mucho al impulsar el comercio electrónico y cambiar las expectativas de los consumidores. Otra observación importante es que la mano de obra en el sector minorista está poco calificada, con una alta rotación y tiene una baja cultura tecnológica.



WhatsApp, Facebook, e-mail... ¿cuáles son los canales más populares para los marroquíes?

Lanzado por Voted servicio al cliente del año Marruecos, el Observatorio de Servicio al Cliente ofrece las percepciones de los consumidores sobre el uso de los canales digitales en 2021. Su estudio también detalla las expectativas de los usuarios en términos de servicio al cliente.

Iniciado por Elegido servicio al cliente del año Marruecos, en asociación con Inspire Research, el Observatorio de Servicio al Cliente 2021 cuestiona a los consumidores sobre su percepción, usos y expectativas en términos de servicio al cliente. Siendo el único estudio independiente de este tipo realizado en Marruecos, el Observatorio de Atención al Cliente 2021 se realizó online, durante los meses de noviembre y diciembre de 2021, con una muestra representativa de la población, compuesta por 1.000 consumidores a partir de 15 años.

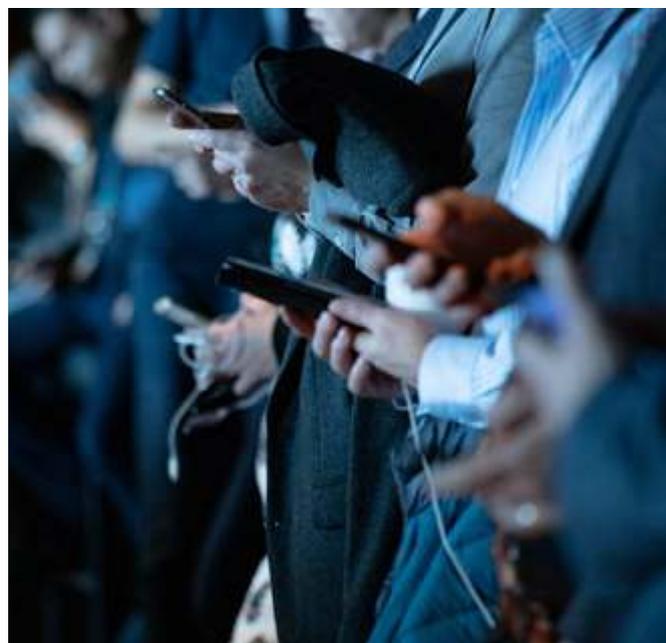
El contacto online cobra impulso, en el detalle de su estudio, el Observatorio señala que, justo por detrás del teléfono, como canal de contacto con el cliente más utilizado en Marruecos, llega el presencial, en un 56%. Sin embargo, la mensajería instantánea de WhatsApp también se posiciona en el campo de los canales de contacto que utilizan los marroquíes. Según cifras del estudio, fue utilizado por el 41% de los encuestados, seguido de cerca por el correo electrónico y el formulario de contacto, con una participación del 39%. En cuanto a la web y Facebook, acaparan, respectivamente, el 38% y el 23%.



Al mismo tiempo, las telecomunicaciones más demandadas por los clientes son en los últimos 12 meses, los servicios de atención al cliente en el sector de las telecomunicaciones han sido solicitados por el 73% de los encuestados, seguidos por los de banca (69%) y restaurantes (56%). Por otro lado, los servicios de atención al cliente en los sectores de electrodomésticos solo fueron solicitados por el 33% de los encuestados, seguido de automoción (31%) e inmobiliario (27%).

El impacto de la calidad de la relación con el cliente en las percepciones y decisiones del marroquí, según los resultados del Observatorio de Servicios al Cliente de Marruecos, para el año 2021, muestran un porcentaje del 92% de los encuestados que afirman que la calidad de la relación con el cliente influye directamente en su decisión de comprar o comprar. Mientras que el 83% de ellos tienen una mejor imagen de las empresas que ofrecen nuevos canales de contacto, sobre todo en los digitales, como WhatsApp o Messenger.

Además, el estudio también abordó las profesiones que más contribuyeron a mejorar el día a día de los marroquíes durante la crisis sanitaria. En este sentido, se destaca que la profesión de repartidor ha contribuido, según el 70% de los encuestados, a mejorar o simplificar su día a día durante el período de la pandemia. Además, el 30% de los marroquíes declara que los artesanos en los oficios alimentarios (carniceros, pescaderos, panaderos, etc.) tuvieron un impacto significativo en su bienestar durante este período.



Escasez de semiconductores: la guerra en Ucrania empeora la situación.

Se espera que las consecuencias de la guerra en Ucrania sean múltiples, particularmente para la industria automotriz y electrónica, incluso en Marruecos. Ucrania produce, de hecho, el 50% del volumen mundial de neón y el 40% de criptón, dos gases esenciales para la fabricación de semiconductores.

Es muy poco conocido, pero muchas empresas dependen indirectamente de él para la continuidad de su actividad. El neón purificado, un gas esencial para el corte por láser de semiconductores, ha visto cesar la producción de dos de sus productores. Por ejemplo, dos empresas ucranianas, Ingas y Cryoin, por sí solas producen alrededor del 45-54% del neón mundial para semiconductores, según cálculos de Reuters basados en datos de las empresas y la firma de investigación Techcet.

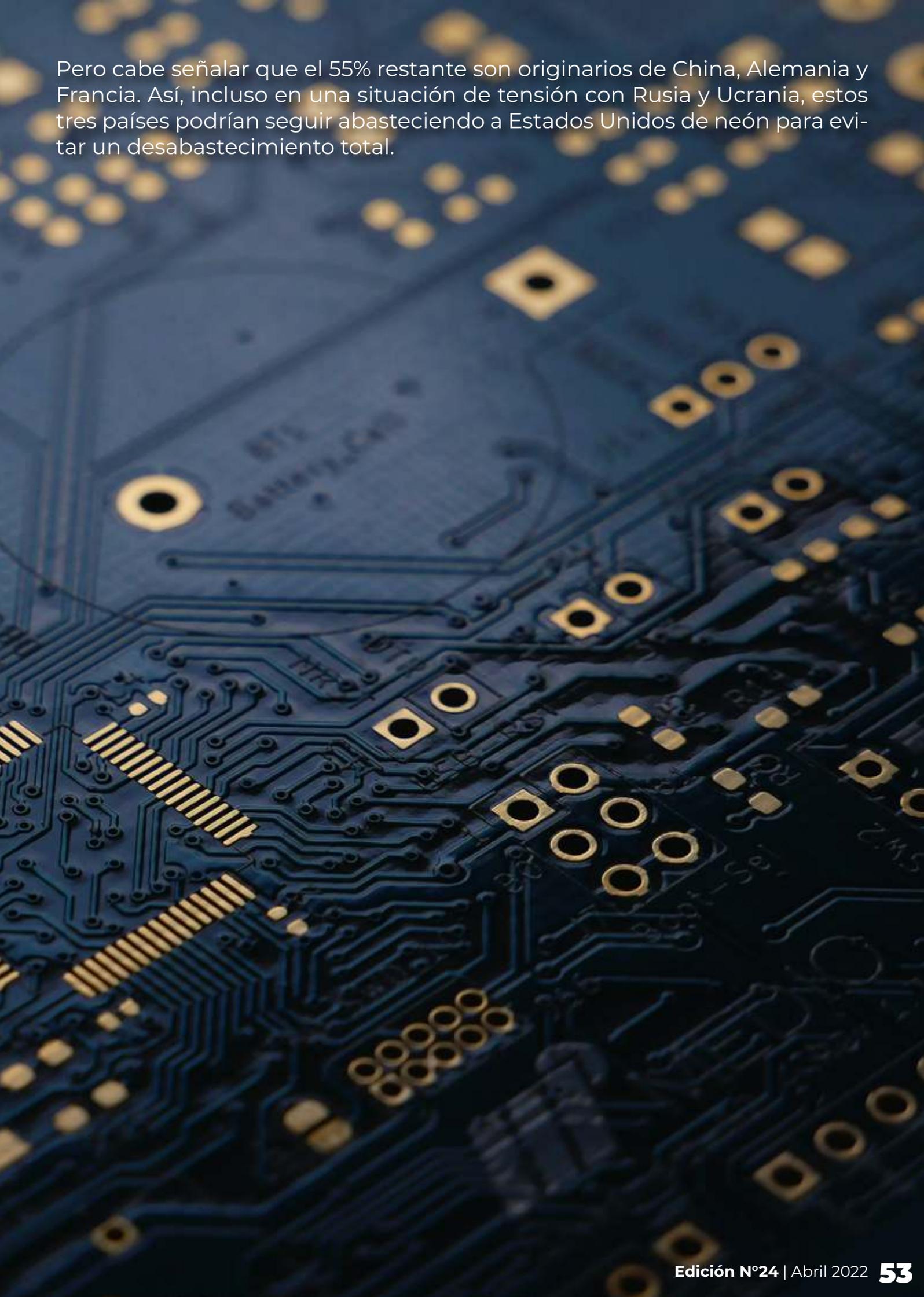
Según fuentes, “será un impacto que llegará directamente a los fabricantes de automóviles y computadoras en 3 a 4 meses y Marruecos no se librará de esta nueva serie de escasez y aumento de precios”. Además hay que decir que el neón purificado se transporta en forma comprimida en barco, por lo que los barcos ya están en camino, pero hay que entender que ya no se van a ir.

Asimismo el tiempo de viaje de los barcos es de unos 45 días, por lo que la escasez será real en unos 3 meses para los productores que suelen tener 45 días de stock. “Una vez que se establezca la escasez de semiconductores, los fabricantes de placas base (para automóviles, televisores, teléfonos) aún tardarán un tiempo en encontrarse también en escasez. Tienen existencias reguladoras... pero se han debilitado con el tiempo. Para los consumidores, el desabastecimiento llegará entre 10 (para electrónica) y 45 días (para automóviles), porque ahí también hay tiempo de transporte y stock de reserva en los mayoristas nacionales”, agrega el interlocutor.

Sin embargo, estos dos gases se utilizan en el proceso de litografía, que consiste en grabar el diagrama de un chip en una oblea de silicio, o incluso en el proceso de ionización de la superficie... Y muchos de los principales fabricantes de semiconductores, incluido el gigante taiwanés TSMC, suelen obtenerse de ¡Ucrania!

Además, la industria estadounidense de microchips depende en gran medida del neón de origen ucraniano y ruso. De hecho, el año pasado, alrededor del 45% del suministro de gas raro del país, incluido el neón, provino de Rusia y Ucrania.

Pero cabe señalar que el 55% restante son originarios de China, Alemania y Francia. Así, incluso en una situación de tensión con Rusia y Ucrania, estos tres países podrían seguir abasteciendo a Estados Unidos de neón para evitar un desabastecimiento total.



Involys: previsiones de crecimiento bastante tímidas para 2022.

Previsiones de crecimiento relativamente tímidas este año para Involys. Una proyección que la cotizada atribuye a la incertidumbre ligada a los distintos eventos disruptivos que vive el mundo.

No obstante, añade, la aceleración de la dinámica de digitalización iniciada desde 2020 a todos los niveles, (administraciones, empresas y particulares) seguirá sin duda.

Un movimiento que la compañía pretende aprovechar poniendo en marcha todos los medios necesarios (I+D, RRHH y Marketing) y posicionándose en nuevos mercados, especialmente a nivel internacional.

Mientras tanto, su facturación en 2021 asciende a 36,5 millones de dirhams, un 9% más en un año.

Al mismo tiempo, indica Involys “que este incremento se explica por una dinámica anual positiva, sustentada en la aceleración de proyectos de integración y la firma de nuevos contratos”. Los productos totales, por su parte, muestran un crecimiento del 7% en un año para llegar a 51,7 millones de DH.

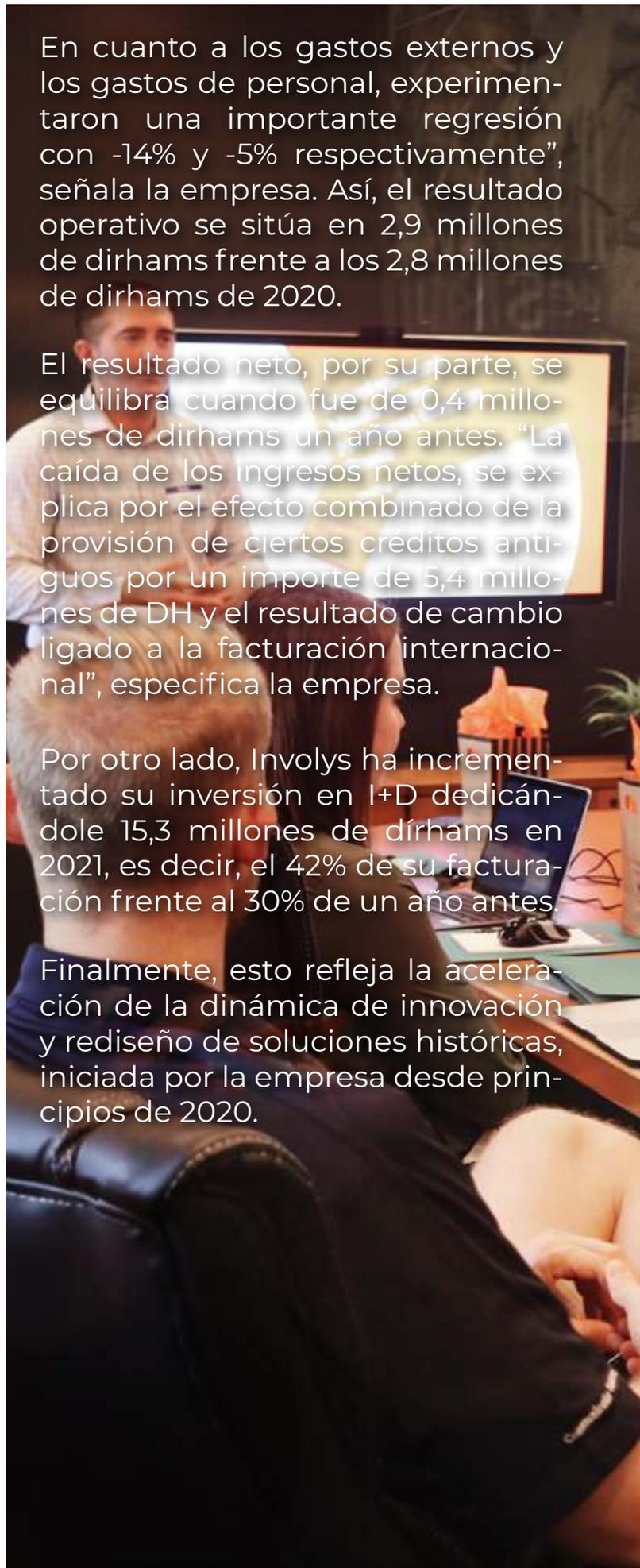
Por su parte, los gastos de explotación aumentaron un 9% en un año, con 48,6 millones de DH. “Este aumento se debe al aumento de las dotaciones operativas a provisiones (15,5 millones de DH en 2021, frente a los 9,4 millones de DH del ejercicio anterior)”.

En cuanto a los gastos externos y los gastos de personal, experimentaron una importante regresión con -14% y -5% respectivamente”, señala la empresa. Así, el resultado operativo se sitúa en 2,9 millones de dirhams frente a los 2,8 millones de dirhams de 2020.

El resultado neto, por su parte, se equilibra cuando fue de 0,4 millones de dirhams un año antes. “La caída de los ingresos netos, se explica por el efecto combinado de la provisión de ciertos créditos antiguos por un importe de 5,4 millones de DH y el resultado de cambio ligado a la facturación internacional”, especifica la empresa.

Por otro lado, Involys ha incrementado su inversión en I+D dedicándole 15,3 millones de dirhams en 2021, es decir, el 42% de su facturación frente al 30% de un año antes.

Finalmente, esto refleja la aceleración de la dinámica de innovación y rediseño de soluciones históricas, iniciada por la empresa desde principios de 2020.



Injaz Al-Maghrib: 40.000 jóvenes se han beneficiado del programa “Global Skills Initiative”.

Unos 40.000 jóvenes marroquíes se han beneficiado del programa “Global Skills Initiative” desarrollado como parte de la asociación Injaz Al-Maghrib y Microsoft en colaboración con ANAPEC.

El desafío a través de esta asociación fue doble. Conseguir integrar, de forma rápida y duradera, a jóvenes a veces en gran precariedad, a veces muy cualificados pero alejados del empleo, a menudo desmotivados tras numerosos fracasos y ello, en un mercado laboral que cambia a gran velocidad.

Por lo tanto, para Injaz Al-Maghrib, Microsoft y ANAPEC, esto implicó adaptar métodos de formación innovadores tanto a las necesidades y expectativas de una amplia variedad de públicos como a profesiones en plena mutación, ante las nuevas tecnologías y la multidisciplinaria. Una apuesta sostenida con creces por los tres actores.

Asimismo la “Iniciativa de Habilidades Globales”, es uno de los 16 programas implementados como parte del primer pilar de Injaz Al-Maghrib, Injaz Academy y está destinado a alumnos y estudiantes de escuelas y universidades.

Del mismo modo, los métodos de integración aplicados a través de este programa, tienen como objetivo devolver la confianza en sí mismos a nuestros jóvenes, empoderando y valorando los logros de todos, ampliar sus habilidades y traducirlas en puestos de trabajo, aumentar el contacto directo con las empresas mediante la organización de encuentros al estilo de Job Forum by Microsoft en 2021, así como talleres semanales de sensibilización y formación eficaz sobre los procedimientos de búsqueda de empleo.

La evaluación de la capacitación de Global Skills Initiative, realizada con los beneficiarios al final de su despliegue reveló indicadores de desempeño relevantes que nos informaron, por un lado, sobre el nivel general de eficiencia del proceso y, por otro lado, sobre la identificación de nuestras comunidades objetivo, así como en los módulos que han tenido el mayor impacto. Algunos indicadores clave a destacar son:

- El 8,6% declara haber encontrado trabajo después de la formación (3364 jóvenes) y el 5% una pasantía (1957 jóvenes).

- El estudio de evaluación también mostró una fuerte participación de mujeres +56% contra 41% de hombres.

- La formación encontró el favor de la mayoría de los jóvenes que buscaban una oportunidad de carrera (70% y 40% estudiantes de pregrado, maestría e ingeniería).

Finalmente, “la digitalización en África está ocurriendo a un ritmo fenomenal, acelerando la innovación e impulsando la demanda de miles de nuevos empleos habilitados por la tecnología. Microsoft cree que el desarrollo de jóvenes talentos africanos ayudará a posicionar al continente, para convertirse en un líder mundial en la economía digital”, dijo Salima Amira, Gerente de País, Microsoft Marruecos.

Desafío exitoso para Inwi y 2M

El programa “¿Quién invertirá en mi proyecto?” Startup especial ha ganado su apuesta. Organizada por 2M y el operador de telecomunicaciones Inwi, su segunda temporada permitió a 14 start-ups recaudar 13,2 millones de dirhams en fondos entre Business Angels y préstamos honorarios de Tamwilcom.

Asimismo durante esta temporada, fueron 24 startups, representando varias regiones de Marruecos y del extranjero para defender sus proyectos y convencer a inversores de conseguir fondos para financiar el crecimiento de sus startups.

Del mismo modo, este programa genera un impacto real en los jóvenes líderes de proyectos, que operan en campos de actividad como las nuevas tecnologías, las soluciones digitales para empresas o incluso en la artesanía marroquí destinada a los mercados internacionales.

Al mismo tiempo, les permite tener financiación, visibilidad gracias a la fuerte cobertura mediática y, finalmente, la presencia de inversores y asesores experimentados en su mesa redonda. Así, 12 Business Angels marroquíes brindaron apoyo a jóvenes emprendedores a lo largo de esta 2ª temporada.

El apoyo a las 24 startups en todas las fases del programa estuvo a cargo de LaStartupFactory, como actor panafricano líder en el ecosistema de innovación, digital y startups, coproductor del programa.

Las startups apoyadas durante la 2ª temporada son:

- Cuime (1,3 MDH),
- Meqnes (1,3 MDH),
- Klinoto (900.000 MDH),
- Entomonutris (1,5 MDH),
- L'œil du caméléon (1 MDH),
- Carreau Sable (500.000 DH),
- Sociedad de energía (700 000 DH),
- Alikar (600 000 DH),
- Saide VTC (1 MDH),
- Hsabati (1 MDH),
- Jib Jib (500 000 DH),
- Babelmadian.ma (400 000 DH),
- Aza Petroleum (1,5 MDH) y
- Timing (1 MDH).



Evento: 8.8 Computer Security Conference ya tiene fecha y lugar para su versión 2022

El primer y más grande encuentro técnico de ciberseguridad en Chile celebrará una nueva edición este 2022 y, a diferencia del año pasado, donde debido a la pandemia las conferencias fueron 100% virtuales, esta edición será en formato presencial y contará además con más de 20 speakers de lujo que prontamente serán revelados.

Dado el éxito de convocatoria que permitió el formato online, la versión 2022 mantendrá la transmisión vía streaming de las conferencias realizadas en 2020 y 2021 para todos aquellos que no puedan asistir de manera presencial o bien sean de regiones o estén en el extranjero y no puedan viajar a Santiago en la fecha del evento.

En palabras de Gabriel Bergel, cofundador y CEO de 8.8: "Para celebrar el regreso de los asistentes presenciales elegimos un nuevo lugar y concepto que representa lo vivido en el último tiempo. Por esto, el título oficial de la Computer Security Conference será 8.8 Real y será una invitación a analizar el nuevo mundo post pandemia y las percepciones sobre este".

La fecha oficial de la decimosegunda versión de la 8.8 será el 20 y 21 de octubre, para celebrar el mes de la ciberseguridad, compartiendo con expertos para educar sobre seguridad informática a todos los asistentes.

Además, el encuentro técnico de ciberseguridad ya tiene lugar confirmado. 8.8 Real se realizará en el Centro Extensión Instituto Nacional CEINA, un enclave cultural y educativo ubicado en pleno centro de la ciudad, a pasos del Metro Universidad de Chile.

Uno de los objetivos es traer conocimiento a través de este tipo de eventos de manera transversal, con prioridad en la educación y adquisición de herramientas para un escenario en que la tecnología y el ciberespacio han tomado gran protagonismo y relevancia.

8.8 Real será la oportunidad para vivir una experiencia nunca antes vista en las otras ediciones de la 8.8, donde además de los speakers invitados, se incorporarán escenarios simultáneos con diversas conferencias y talleres, zona de netmeeting y stands de las distintas marcas que buscarán que vivas la mejor experiencia de la 8.8.



Sistema de alimentación ininterrumpida (UPS) Marca PC de Schneider Electric



APC BX950U-FR Línea interactiva 950VA 4AC Outlet(s) Negro Sistema de alimentación ininterrumpida (UPS) - Fuente de alimentación Continua (UPS) (950 VA, 480 W, 150 V, 280 V, 47/63, 273 J)

Un robusto sistema de protección ante eventuales fluctuaciones eléctricas, más que útil es imprescindible en su centro de contactos, call center o centro de datos. No arriesgue su inversión usando sistemas de poca capacidad, lo que realmente necesita es asegurar de verdad su equipamiento electrónico e informático, para ello cuenta con este UPS de la casa Schneider Electric.

Detalles técnicos:

- Marca APC by Schneider Electric
- Nivel de ruido: 45 dB
- Eficiencia: 96,6%
- Certificación: CE, IEC 62040-1-1 REACH
- Potencia de salida: 480 W
- Marca: APC by Schneider Electric
- Fabricante: APC by Schneider Electric
- Series: BX950U-FR
- Dimensiones del producto: 33.6 x 13 x 21.5 cm; 8 kilogramos
- Número de modelo del producto: BX950U-FR
- Color: No aplica
- Número de puertos: USB 2.0
- Voltaje: 12 Voltios
- Potencia eléctrica: 480 vatios
- Pilas incluidas: No
- Peso del producto: 8 kg



**¡ANUNCIA CON
NOSOTROS!**



A UN CLICK *DE DISTANCIA!*

WWW.PARADAVISUAL.COM

ParadaVisual®

Portal especializado en Customer Experience y Contact Center