

JUNIO 2022

¡EXPLORANDO LA *EXPERIENCIA* DEL CLIENTE!

GOOGLE

CREÓ UNA INTELIGENCIA
ARTIFICIAL PARA ENTRE-
VISTAS DE TRABAJO

HUAWEI

LANZA UNA NUEVA
GENERACIÓN DE
PRODUCTO

INFLECTION

RECAUDA \$225 MILLONES
PARA HABLAR CON
COMPUTADORAS EN
LENGUAJE NATURAL

META

INCORPORA NUEVAS
HERRAMIENTAS PARA
NEGOCIOS EN
WHATSAPP

TABLA DE CONTENIDO

04 NOTICIAS



EXPLORANDO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE - PAG. 4



33 LATAM



VENEZUELA: TELETRABAJO, UNA ALTERNATIVA - PAG. 33



COSTA RICA: EMERGENCIA DE CYBERSEGURIDAD - PAG. 38



¿CUÁL ES EL MEJOR SOFTWARE ERP INMOBILIARIO? - PAG. 7



INFLECTION AI RECAUDA 225M - PAG. 14



EL MEGA ACUERDO BOEING - PAG. 19



LOS PLAZOS DE TRANSFORMACION DE ERP - PAG. 24



44 MAROC



ORANGE MARRUECOS: INVERSIONES DE 35.000 MILLO. - PAG. 45



58 EVENTOS

59 REVIEWS



dialgoo®

CALL CENTER
SOFTWARE SOLUTIONS

APP@DIALGOO.COM
WWW.DIALGOO.COM

**CALL CENTER
SOFTWARE SOLUTIONS**

Explorando la Experiencia del Cliente

Según la encuesta realizada por Emplifi, el 39% de los clientes aseguran tener que esperar generalmente más de dos horas para ser atendidos. Aunado a que el 10% de las personas espera que las marcas respondan a sus preguntas en cuestión de minutos, mientras que el 52% desea recibir la respuesta de una marca en menos de una hora, agrega el estudio "7 hechos destacados que todo equipo de Soporte al Cliente debe saber hoy"

La investigación revela la necesidad de ofrecer soporte al cliente a través de canales digitales, ya que los consumidores esperan cada vez más una respuesta inmediata en su comunicación con las marcas.

Entre los principales hallazgos del estudio sobresale que los consumidores valoran, por encima de otros factores, tanto la posibilidad de contactar en cualquier momento (24/7) a las marcas, como obtener tiempos de respuesta rápidos. Además, el 56% cree que la calidad del servicio al cliente es el factor que incide más en la percepción positiva de la marca, por encima de otros criterios.

Cuando se les preguntó acerca de sus experiencias con marcas en 11 categorías de productos diferentes, menos del 50% de los encuestados afirmaron recibir un alto nivel de empatía en su interacción con las marcas. En todas las categorías de productos, los consumidores de la Generación Z encuentran que los niveles de empatía de las marcas son notablemente más bajos, en comparación con la Generación X o los Millennials.

Regionalmente, los consumidores de Estados Unidos son los más propensos a elegir las redes sociales por encima de otros canales como el correo electrónico, el teléfono y el chat en el sitio web, especialmente entre los más jóvenes.

2 de cada 3 consumidores dijeron que acudirían al servicio de atención al cliente en las redes sociales para obtener respuestas antes de realizar una compra, para ayudarlos durante el proceso de compra en sí y para obtener asistencia posterior a la compra.

Por otro lado, la demanda por el autoservicio va en aumento: 75% de las personas afirma que es importante que una empresa les brinde una opción integral de autoservicio en términos de atención al cliente.



Alemania: Telefónica, Deutsche Telekom y Vodafone comparten infraestructura

Compartir infraestructura está en la agenda de las operadoras europeas. Telefónica Alemania, Deutsche Telekom y Vodafone acordaron compartir sus redes y que sus clientes tengan la misma cobertura 4G y 5G en más de 2.000 localidades a las que no llegaban hasta ahora.

El liderazgo del acuerdo parece ser de Telefónica que, además de impulsar los acuerdos para móvil, también lo hará para la banda ancha fija. Y más de 100.000 personas de O2 podrán usar esa red en donde vivan.

Esta iniciativa busca mejorar la conectividad en las zonas rurales y superar los llamados puntos grises (grey spots) que son aquellos lugares a los que llega solo una red. Así, el acuerdo consiste en que cada compañía selló un acuerdo con las otras dos para compartir la tecnología de red activa en ese punto en el que hay una sola infraestructura, es decir, el punto gris.

Existe un antecedente en 2021, con los llamados puntos blancos o white spots, es decir, lugares en donde no hay ningún tipo de cobertura. Como parte de los convenios del año pasado para dotar de "color de red" a estas zonas sin infraestructura se comprometieron a construir unos 6.000 nuevos sitios hasta 2024, tal como informó Cinco Días.

Telefónica Alemania ya llevó 5G a unas 10.000 antenas, lo que permite a un tercio de la población de este país a acceder a esta red. La compañía quiere alcanzar a la mitad de la población con esta tecnología a finales de este 2022, y cubrir al 100 por ciento en 2025.

La operadora está utilizando las frecuencias de 3,6 GHz y unas 5.000 antenas ya fueron adaptadas a esas frecuencias. También cerraron un acuerdo mayorista con Vodafone para la banda ancha fija de alta velocidad que permitirá incluir a servicios de hasta un gigabit, tres veces más que la velocidad máxima actual, limitada a 300 Mbps. Este convenio también tenía un antecedente en 2020 cuando Vodafone abrió su red de cable para que Telefónica pudiese vender sus servicios de banda ancha. Era el tiempo en que la operadora de origen español ya había encarado una nueva forma de hacer negocios en todo el mundo, donde la compartición de infraestructura se erigía como uno de los ejes de la nueva estrategia.

Telefónica está presente en 24 millones de hogares de Alemania, donde también mantiene acuerdos mayoristas de red fija con Deutsche Telekom, Tele Columbus y operadores regionales como EWE TEL, wilhelm.tel, Unsere Grüne Glasfaser y Westenergie Breitband.

¿Cuál es el mejor software ERP inmobiliario?

Planificación de recursos empresariales: es probable que haya oído hablar de ella, especialmente si está en la profesión de bienes raíces. ERP, como lo llaman los expertos, es una herramienta increíblemente poderosa que muchos tipos diferentes de empresas utilizan para aprovechar la productividad y dar nueva vida a los procesos de trabajo existentes.

Existen docenas de diferentes tipos de enfoques ERP y plataformas de software para elegir si desea incorporar la planificación de recursos empresariales en su propio negocio inmobiliario. Sin embargo, debido a que el campo es tan amplio, es necesario identificar qué tipos de suites de software ERP para bienes raíces serán las más adecuadas para las necesidades de la industria de bienes raíces. Es por eso que hemos recopilado información importante para que pueda elegir el que mejor se adapte a sus necesidades.

Lo que el software ERP trae a la mesa

El software ERP puede ser transformador cuando se usa para reestructurar sus prácticas comerciales. El software ERP inmobiliario es especialmente útil, ya que usted o sus empleados finalmente pueden descansar todo el tiempo y el esfuerzo dedicados a la entrada manual de datos o la generación de informes. En cambio, el software maneja la mayor parte del trabajo pesado. Al recopilar todos los datos relevantes en un sistema al que se puede acceder con cualquier persona, en cualquier lugar, con el acceso adecuado.

Otros beneficios que se derivan del uso del software ERP incluyen CRM y herramientas de automatización que pueden ayudarlo a optimizar las tareas repetitivas y que consumen mucho tiempo que tendría que hacer manualmente, como generar facturas y automatizar la programación de campañas de marketing por correo electrónico. De hecho, todas las características de una buena plataforma de software ERP están diseñadas para reducir la cantidad de tiempo que usted o sus empleados dedican a adminis-





trar las minucias del papeleo para que se pueda dedicar más esfuerzo a hacer el tipo de trabajo que puede marcar la diferencia. a su negocio inmobiliario.

Tipos de software ERP inmobiliario

Hay dos escuelas principales de pensamiento cuando se trata de encontrar el software ERP adecuado para la industria de bienes raíces. Puede optar por una solución disponible comercialmente lista para usar, o puede elegir una plataforma ERP personalizada. Cada enfoque tiene sus propias ventajas y desventajas:

Puede encontrar una plataforma de software ERP lista para usar muy rápida y fácilmente, ya que hay muchas empresas diferentes, tanto grandes como pequeñas, para elegir. Sin embargo, la cantidad de plataformas para elegir puede ser un inconveniente, ya que encontrar la plataforma que tenga la combinación correcta de funcionalidades puede ser impredecible. Además, deberá integrar una plataforma lista para usar en su infraestructura de datos existente antes de poder comenzar a usarla de manera efectiva.

Por el contrario, una plataforma ERP personalizada no tiene ninguno de los inconvenientes que tiene una lista para usar. Las plataformas personalizadas tienen las funciones que usted especifica y están diseñadas específicamente para que la integración sea rápida y sencilla. La otra cara de esto es que lleva tiempo y recursos desarrollar una plataforma personalizada. Dado que la mayoría de los agentes inmobiliarios no son expertos en el desarrollo de software, esto significa subcontratar el proyecto a un tercero con el que tendrá que trabajar de cerca, sin mencionar el pago de una prima por sus servicios.

¿Entonces cual es el mejor?

Todo es cuestión de cuáles son sus objetivos como agente inmobiliario. Si solo está trabajando de forma independiente por su cuenta, su mejor opción es optar por cualquier plataforma lista para usar que tenga la aproximación más cercana a las funciones que necesita. En el caso de empresas más grandes que estén interesadas en operar de la manera más eficiente posible a largo plazo, una solución personalizada puede ser más apropiada (especialmente si tiene el presupuesto para adaptarse).

www.okdiga.com

+34 910 606 103



okdiga[®]

Contact Center
Customer Experience



**SOLUCIONES
INTEGRALES**

**DE CONTACT
CENTER**

El centro de llamadas 911 de Minneapolis enfrenta escasez de personal de “emergencia”

La escasez de personal en el Centro de Comunicaciones de Emergencia de Minneapolis (MECC) ha alcanzado un nivel de “emergencia”, según funcionarios de la ciudad.

Jodi Hodne, subdirectora del centro de llamadas al 911 de la ciudad, dijo a 5 EYEWITNESS NEWS que MECC enfrenta una escasez de personal que alcanza un nivel de “emergencia” a medida que la agencia se dirige a los meses de verano con un alto volumen de llamadas.

Un empleado actual de MECC dijo que se considera que los niveles de personal están en un nivel de “crisis”.

El empleado del 911, cuya identidad KSTP acordó proteger, dijo que casi todos los despachadores de MECC y operadores del 911 trabajan seis o siete días a la semana, y eso ha provocado que muchos empleados dejen sus trabajos debido al agotamiento.

“Los niveles de personal son peligrosamente bajos en este momento”, dijo el empleado del 911. “Algunas llamadas están entrando en overring, y algunas llamadas se pierden hasta el punto en que tenemos que devolver la llamada a las personas”.

El miembro del personal de MECC también le dijo a KSTP que la carga de trabajo adicional está afectando a todo el personal del 911, tanto física como mentalmente.

“Es realmente malo en este momento. La gente está cansada. La gente llama para decir que está enferma, está agotada, la moral está baja”, dijo el empleado del 911. “Hay muchas quejas a la alta dirección. Desafortunadamente, tenemos muchos despachadores que están tan sobrecargados de trabajo que se quedan dormidos en el trabajo, lo cual es una amenaza para la seguridad pública”.

Según los registros de la ciudad, la cantidad de despachadores y operadores del 911 se redujo de 65 en 2019 a 51 en 2022. Eso es una caída del 20 % con respecto a los años previos a la pandemia de 2020 y 2021.

Hodne reconoció que el MECC no tiene suficiente personal en este momento, y ha sido un factor que ha contribuido a que muchos empleados decidan irse, pero cuestionó que el centro no tenga llamadas al 911.

“Retrocedimos y miramos esos números también, ya sabes, sacando el estándar NINA en este momento, respondiendo en 15 segundos.

Disrupción de ventas: ¡el CRM ya no es suficiente!

El CRM revolucionó las ventas, permitiendo a los equipos de ventas rastrear y registrar sus interacciones y resultados. Esto fue muy eficaz durante las últimas tres décadas, pero en la era de “Todo como servicio”, ahora se está quedando corto.

El modelo de suscripción a “Todo como servicio” significa que los equipos de ventas ya no cierran tratos puntuales y se llevan la comisión. Los vendedores necesitan mostrar a sus clientes, reales y potenciales, que su producto ofrece valor mes tras mes.

Además, el diseño actual de CRM no fomenta el flujo de información entre los departamentos, incluso de aquellos que interactúan con un cliente y cuya aportación es necesaria para obtener una imagen completa de cada cliente u oportunidad. Esto da como resultado experiencias de clientes contaminadas por la frustración y la mala comunicación y una pérdida considerable en el lado del negocio por la pérdida de oportunidades para aumentar las ventas y las ventas cruzadas.

Hay un límite a lo que el software CRM puede hacer por su organización. Las soluciones como éstas le ofrecen beneficios tácticos, cuando se trata de lidiar con las ventas, marketing y servicio al cliente. Pero para seguir siendo relevantes, las empresas tienen que ir más allá. La clave del éxito es convertirse en una empresa adaptable al cliente.



La tecnología por sí sola no es la solución, pero las organizaciones de ventas que ignoran las capacidades de la tecnología están perdiendo dinero y se están quedando atrás en comparación con sus competidores. Desbloquee la información única que los vendedores necesitan al interactuar con los compradores mediante la implementación de una solución que combine datos transaccionales y de relaciones relevantes en todo su CRM, redes sociales y sistemas de productividad, colaboración y correo electrónico.

VISMA adquiere al proveedor de software ERP, Contagram

VISMA, proveedor de software con sede en Noruega presente en nuestro país desde el 2018, anunció la adquisición de Contagram, desarrolladora de soluciones ERP para pequeñas empresas, micropymes que necesitan administrar su negocio de forma ágil y simple.

Contagram es un sistema de gestión en la nube que facilita la administración de pequeñas empresas con tecnología de punta y una solución simple, práctica, rápida e intuitiva. La empresa se inició en el 2015 a partir de la propia experiencia laboral de sus jóvenes fundadores: Tomás Spada, Patricio Bosch y Juan Cruz Albani. Luego de una década de trabajar en empresas pequeñas y en sus propios emprendimientos, se dieron cuenta de que no existía una solución que satisficiera las necesidades de este segmento particular de empresas; y así surgió la idea de crear una respuesta para los requerimientos específicos de esas organizaciones.

“Contagram es una sencilla, pero poderosa, herramienta diseñada para llevar la administración de pequeñas empresas de forma ágil. Actualmente, cuenta con más de 2.500 clientes y planea duplicar ese número aprovechando la sinergia con VISMA. El software permite a muchos emprendedores hacer realmente foco en su negocio y no preocuparse por los detalles de la administración (por la manera intuitiva de manejarla, la solución es la preferida de las micropymes)”, señaló Álvaro Capobianco, CEO de VISMA en Latinoamérica y principal promotor de esta compra estratégica.

“Con esta nueva adquisición seguimos creciendo, siendo fieles a nuestro propósito de cambiar el futuro de nuestra sociedad por medio de la tecnología; y ahora también podremos ayudar a miles de emprendedores a volver realidad su sueño, sin preocuparse de los temas administrativos”, agregó el ejecutivo.

Por su parte, Tomás Spada, CEO y cofundador de Contagram señaló: “Estamos encantados de sumarnos a VISMA, ya que tenemos mucho que aprender de ellos, por su extensa experiencia con este tipo de soluciones en diferentes mercados. Sin ir más lejos, seguramente nos vamos a nutrir mucho de Holded en España y aprovecharemos la gran trayectoria del equipo en Latinoamérica regionalizando soluciones de RRHH”.



Inflection AI recauda \$ 225 millones para hablar con computadoras en lenguaje natural

La nueva empresa de Reid Hoffman, cofundador de LinkedIn, y Mustafa Suleyman, cofundador de DeepMind, ha obtenido su primera financiación. Su objetivo es revolucionar las interfaces hombre-máquina.

Inflection AI, una start-up especializada en inteligencia artificial, lanzada recientemente por los cofundadores de LinkedIn, Reid Hoffman, y DeepMind, Mustafa Suleyman, acaba de recaudar 225 millones de dólares.

Por lo tanto esta información fue detectada por TechCrunch. La empresa californiana pretende crear nuevas interfaces hombre-máquina utilizando inteligencia artificial, con el objetivo de hacerlas más intuitivas.

El tercer cofundador de Inflection, que se desempeña como científico jefe, es Karén Simonyan, ex investigadora de DeepMind, una empresa especializada en aprendizaje profundo adquirida por Google en 2014. La empresa también ha contratado a un ex colaborador de Meta AI.

Reid Hoffman no había estado involucrado en una nueva empresa desde que lanzó LinkedIn, que vendió a Microsoft en 2016 por 26.200 millones de dólares.

Por otro lado, ocupa el cargo de socio desde 2009 en Greylock Partners, fondo que ha invertido en Facebook, Airbnb, Coinbase y Roblox, entre otros.

Asimismo, Mustafa Suleyman, CEO de Inflection, se había unido a él, allí el pasado mes de enero tras dejar su puesto como vicepresidente a cargo de productos de inteligencia artificial en Google. Greylock también financió Inflection AI y lo incubará.

Del mismo modo, “la historia de la informática está plagada de intentos de reducir la complejidad de nuestras ideas, para poder comunicarlas a una máquina. Incluso cuando escribimos una consulta, simplificamos, reducimos o hacemos atajos para que el motor de búsqueda entienda lo que buscamos”, dijo Mustafa Suleyman a CNBC cuando se lanzó Inflection AI.

Finalmente, lo que busca la start-up es habilitar la comunicación con las computadoras en lenguaje natural. Según él, esto será posible dentro de cinco años.



La estrategia comercial con la que debería contar el equipo ventas

¿Tus estrategias comerciales llegan a todos los prospectos que esperas alcanzar? ¿Abarcan todos los medios o canales de los clientes potenciales? ¿Cuentas con una estrategia omnicanal?

Actualmente el marketing digital se ha convertido en parte imprescindible en las organizaciones, y parte de las estrategias para atraer clientes potenciales es contar con una estrategia omnicanal para penetrar y fidelizar a muchas más personas y mercados.

Con una estrategia como esta, las empresas se esfuerzan por brindar a los clientes una experiencia personalizada en puntos de contacto tanto digitales como físicos.

¿Qué es la estrategia omnicanal?

Este tipo de estrategia es un conjunto de herramientas que una organización emplea para llegar a sus prospectos y clientes, con el fin de obtener comunicación e interacción. El cliente es el centro de la estrategia, teniendo en cuenta que éste puede llegar a ella por diferentes medios. Es deber de los expertos entender a sus usuarios y crear los canales necesarios para que estos tengan una comunicación óptima y efectiva con la empresa.

El sitio web, redes sociales, llamadas telefónicas, email, el encuentro en local físico... Hoy en día existen múltiples modos de encuentro entre clientes y empresa y es común que se combinen. La atención omnicanal supone una empresa proactiva en estos puntos de reunión, capaz de proporcionar una comunicación inmediata, coordinada y adaptada a cada tipo de canal.

La integración de canales implica a su vez ser capaces de generar una experiencia coherente a través de diversos canales, a la par que coordinar a todos los agentes de la cadena de suministro e inventarios.

Herramientas para una estrategia omnicanal

Diferencie a su marca con soluciones que Reinvente la forma de interactuar con los clientes. La inteligencia integrada permite ofrecer un servicio más personalizado y agrega valor a cada interacción, esté donde esté.

Ofrezca servicio omnicanal

Genere confianza con los clientes brindando experiencias fluidas en todos los canales, incluidas soluciones de IA conversacional, interacción en vivo y autoservicio.

Resuelva los problemas de los clientes más rápido

Mejore la resolución en la primera llamada a través de un enrutamiento inteligente y unificado que utiliza IA y reglas para clasificar, priorizar y asignar consultas de soporte al cliente al agente más adecuado.

Mejore la gestión de casos

Aumente la eficacia de los empleados y la colaboración entre equipos mientras brinda experiencias personalizadas que impulsan la lealtad del cliente.

La industria móvil, un acelerador de conectividad en la era Covid

De hecho, la pandemia ha puesto de relieve el poder de la conectividad y las tecnologías digitales para ayudar a las personas, los gobiernos y las empresas. Ha elevado el perfil y la conciencia política de los beneficios de la digitalización.

El mundo celebra el Día Mundial de las Telecomunicaciones cada 17 de mayo. Una celebración que se remonta a 1969 marcando la creación de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, así como la firma del primer Convenio Telegráfico Internacional.

El enfoque de este evento se amplió en 2006 para extenderse también a la sociedad de la información y, por lo tanto, se convirtió en el Día Mundial de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información.


La oportunidad es sensibilizar al público en general cada año sobre las perspectivas del uso de Internet y otras tecnologías de la información y la comunicación en los ámbitos económico y social, así como sobre los medios para reducir la brecha digital. Las celebraciones de este año tienen lugar en el contexto de la salida de la crisis pandémica.

La industria móvil ha sido fundamental para extender la conectividad a personas de todo el mundo. De hecho, la pandemia ha puesto

de relieve el poder de la conectividad y las tecnologías digitales, para ayudar a las personas, los gobiernos y las empresas. Ha elevado el perfil y la conciencia política de los beneficios de la digitalización. Según un informe reciente de la Asociación GSM (GSMA), el número de suscriptores de Internet móvil en todo el mundo alcanzó los 4200 millones en 2021.

Asimismo la perspectiva para 2025 es de un total de 5700 millones de suscriptores, es decir, el 70% de la población mundial. De hecho, habrá que sumar 400 millones de nuevos suscriptores móviles en todo el mundo, principalmente de Asia Pacífico y África subsahariana. Tenga en cuenta que en 2021, las tecnologías y los servicios móviles han generado \$4,5 billones en valor económico agregado, o el 5% del PIB mundial. Se espera que esta cifra aumente en más de \$400 mil millones para 2025 a casi \$5 billones.

Este objetivo se verá respaldado por el despliegue generalizado de 5G. Se espera que esta tecnología beneficie a todos los sectores económicos de la economía mundial. Los operadores móviles se enfrentan a una necesidad de inversión de más de 600.000 millones de dólares en todo el mundo entre 2022 y 2025, de los cuales alrededor del 85% se-



rán redes 5G.

Sin embargo, una transformación digital exitosa requiere que todos los gobiernos apoyen activamente políticas que conduzcan a estrategias digitales a largo plazo y fomenten la inversión privada necesaria para implementarlas. Resulta que la tecnología móvil es clave para el éxito de las estrategias de recuperación del gobierno.

Ofrece, de hecho, una oportunidad importante para promover un crecimiento inclusivo y resiliente. Esto requiere el establecimiento de políticas regulatorias apropiadas para los servicios móviles.

mejora tu
experiencia

EL ÉXITO
DE TU
EMPRESA
EMPIEZA AQUÍ...

WWW.MEJORATUEXPERIENCIA.COM

in /MEJORA-TU-EXPERIENCIA

mejora tu
experiencia

El mega acuerdo de nube de Boeing toma vuelo

Boeing ha reforzado sus asociaciones estratégicas con AWS, Google Cloud y Microsoft en un megaacuerdo en la nube que reducirá la dependencia de la empresa de los sistemas locales y proporcionará a los empleados soluciones digitales conectadas.

Los términos financieros de los acuerdos plurianuales no se revelaron, aunque el año pasado se informó que los tres gigantes tecnológicos estaban compitiendo por un contrato con Boeing por valor de más de mil millones de dólares durante varios años. Pero en lugar de elegir solo un servicio de computación en la nube, el fabricante de aviones se ha convertido en el último de una serie de empresas que están cosechando los beneficios de adoptar una estrategia de múltiples nubes.

La mayoría de las aplicaciones de Boeing actualmente se alojan y mantienen a través de servidores en el sitio, administrados por Boeing o socios externos. La expansión de las soluciones en la nube elimina las restricciones de infraestructura, simplifica los procesos, crea un acceso más fácil y seguro a la información y permite a los desarrolladores de Boeing crear aplicaciones con agilidad, liberando oportunidades adicionales en todas las unidades comerciales.

Con una inversión significativa en el futuro digital de la empresa, Boeing ampliará sus relaciones existentes con cada proveedor y creará una base única para su enfoque de la computación en la nube en los próximos años.

Susan Doniz, CIO y vicepresidenta sénior de tecnología de la información y análisis de datos de Boeing, dijo: “Estas asociaciones fortalecerán nuestra capacidad para probar un sistema, o una aeronave, cientos de veces utilizando la tecnología de gemelos digitales antes de implementarla. Nuestros socios ayudarán a Boeing a aprovechar lo mejor que la industria tiene para ofrecer, al mismo tiempo que permitirán que los empleados aprovechen las herramientas, la capacitación y los expertos líderes para mejorar sus habilidades y aprender otras nuevas”.

Las asociaciones en la nube también fortalecen el compromiso de Boeing con las operaciones sostenibles, brindando un acceso ampliado a sistemas y tecnologías más eficientes desde el punto de vista energético, centros de datos optimizados y herramientas y pruebas digitales que ayudarán a reducir la huella de carbono de Boeing.

Chris Raymond, director de sostenibilidad de Boeing, agregó: “Ninguna empresa o industria puede

garantizar un futuro sustentable por sí sola. Estamos agradecidos de asociarnos con líderes tecnológicos como AWS, Google y Microsoft,

quienes comparten nuestro compromiso de reducir las emisiones de carbono”.



Huawei lanza una nueva generación de producto

Huawei Consumer Business Group (BG) ha presentado una serie de nuevos productos de vanguardia al margen del evento “Huawei Flagship Product Launch 2022”.

Los nuevos productos lanzados por Huawei, incluyen HUAWEI WATCH GT 3 Pro, HUAWEI Mate Xs 2, HUAWEI P50, HUAWEI WATCH D, HUAWEI Band 7 y HUAWEI WATCH FIT 2, entre otros.

Huawei también está innovando al actualizar su famosa aplicación de salud, que ha ayudado a muchos consumidores de todo el mundo a adoptar un estilo de vida mucho más saludable.

Huawei Consumer Business Group siempre pone a los consumidores en el centro de sus actividades y decisiones. Durante el evento de lanzamiento de estos nuevos productos, Richard Yu, CEO de Consumer Business Group, no dejó de recordar la continua dedicación de Huawei para optimizar al máximo la experiencia del usuario.

HUAWEI WATCH GT 3 Pro, es una verdadera obra maestra tecnológica y estética en tu muñeca.

Disponible en acabado titanio o cerámica, el HUAWEI WATCH GT3 Pro está equipado con una interfaz de “fase lunar”, además de estar adornado con materiales de alta gama, una gran pantalla de alta resolución

y una amplia gama de diales. Este buque insignia de Huawei Smartwatch, ayuda en un estilo de vida mucho más saludable gracias a su sistema de medición de ECG, además de la tecnología de monitoreo de datos HUAWEI TruSeen™ 5.0+, que permite medir con precisión la frecuencia cardíaca y los niveles de oxígeno en la sangre.

El HUAWEI WATCH GT 3 Pro, utiliza una lente de cristal de zafiro y una caja de cerámica. Estos materiales son extremadamente respetuosos con la piel y permiten la detección automática incluso de los cambios de temperatura más sutiles.

El HUAWEI WATCH GT 3 Pro Titanium Edition, también luce un diseño elegante, sobrio y minimalista. Dotado de una cosmética de líneas uniformes y delicadas, el reloj adopta un pulido de calidad, así como un acabado premium. También incorpora una esfera exclusiva en forma de flor con efectos visuales especialmente dinámicos; los cinco efectos cromáticos de la esfera hacen que aparezcan varias formas de flores, lo que añade un toque divertido a la estética general del reloj.

El HUAWEI WATCH GT 3 Pro Titanium Edition ofrece hasta 14 días de duración de la batería en uso normal, o 7 días en escenarios de uso intensivo, mientras que el HUAWEI WATCH GT 3 Pro Ceramic Edition, ofrece hasta 7 días de duración de la batería (uso típico) y 4 días de duración de la batería en escenarios de uso intensivo. Tenga en cuenta que gracias al sistema de carga ina-

lámbrica rápida, podrá recargar el reloj para un día completo de uso en solo 10 minutos.

Los usuarios de HUAWEI WATCH GT 3 Pro, tienen acceso a más de 100 modos de entrenamiento diferentes impulsados por IA que se adaptan al físico, el historial de entrenamiento y los objetivos per-

sonales de cada usuario. Una herramienta muy práctica para realizar electrocardiogramas (ECG), el HUAWEI WATCH GT3 Pro, permite a los usuarios obtener datos de ECG con precisión y, por lo tanto, preservar mejor su salud vascular y prevenir activamente cualquier riesgo de enfermedad cardíaca.



ed States
America

Google ha creado una inteligencia artificial para practicar para entrevistas de trabajo

Google pone a disposición del público su herramienta “Interview Warmup”, que permite practicar para entrevistas de trabajo. Con esta solución, el candidato puede ver las palabras que más usa y los temas que ha tratado después de responder 5 preguntas.

Google proporciona una solución para entrenar para una entrevista de trabajo con inteligencia artificial. Llamada Interview Warmup, la solución solo está disponible en inglés y Google la presenta como una herramienta para que cualquier persona practique las respuestas a las preguntas de la entrevista para sentirse más seguro y cómodo.

Entrevista Warmup es fácil de usar, simplemente elija el tipo de trabajo (comercio electrónico, análisis de datos, soporte de TI, diseño de UX, gestión de proyectos o general). Luego, debe seleccionar un entrenamiento que consta de 5 preguntas elegidas al azar o revisar todas las preguntas que ofrece la herramienta. Las respuestas dadas oralmente son transcritas en tiempo real por escrito por parte de Interview Warmup. Dado que la tecnología de transcripción de Google no es perfecta, es posible editar manualmente la respuesta. Google asegura que el audio y la transcripción escrita nunca se guardan ni se comparten.

Interview Warmup, incluye tres tipos de preguntas: sobre la experiencia personal del solicitante (formación, trabajos anteriores, etc.), sobre la forma en que se manejan ciertas situaciones, sobre aspectos técnicos. Por ejemplo, Interview Warmup puede simplemente pedirle al candidato que hable sobre sí mismo y explique sus antecedentes.

Google explica que Interview Warmup ayuda a descubrir tendencias y patrones en las respuestas. Estos no se puntúan y la herramienta no dice qué parte es buena o mala. La información destacada son los términos utilizados relacionados con el trabajo, las palabras más utilizadas y los puntos de conversación cubiertos por el solicitante. Para identificar estos puntos de conversación (ya sea a nivel de habilidades, experiencia, etc.), Google utiliza algoritmos de aprendizaje automático.

Un nuevo campo de reclutamiento se abre a la inteligencia artificial. Por el momento, esta tecnología se utiliza principalmente para ordenar los CV. Una solución criticada debido a los efectos perversos del software de reclutamiento que ahora están documentados: el software de clasificación de CV conduce a ignorar a los buenos candidatos por razones equivocadas.

Los plazos de transformación de ERP se redujeron de años a semanas

Las empresas ya no cuestionan el valor de la digitalización, dicen los ejecutivos de SAP, pero la suite c todavía está frenando las cosas.

El plazo para las transformaciones de planificación de recursos empresariales (ERP) a gran escala se ha reducido de meses y, en algunos casos, años, a solo unas semanas.

Dichos programas de cambio pueden tener varias etapas y tradicionalmente requieren una intensa planificación y ejecución que se lleva a cabo durante hasta una década. Sin embargo, una combinación de condiciones, incluidas las secuelas de COVID-19, ha llevado a las empresas a moverse rápidamente.

Tenemos ejemplos de seis semanas; de pasar de tal cual a allí en seis semanas”, dijo el líder de éxito de clientes de SAP y miembro del ejecutivo de SE de SAP, Scott Russell. “Eso es increíblemente rápido”.

Hablando en SAP Sapphire, La Haya, Russell destacó cómo el mercado ha cambiado considerablemente en los últimos 18 meses, y agregó que este movimiento está siendo impulsado por las pequeñas y medianas empresas (PYMES).

Muchos clientes de la plataforma RISE recientemente lanzada por SAP, por ejemplo, son empresas

medianas que buscan implementar transformaciones rápidas de ERP para mantenerse al día con la competencia.

“[Las empresas] ahora están dispuestas a mudarse”, continuó Russell. “De hecho, he visto programas en los que no han definido todo perfectamente, pero se están moviendo y serán lo suficientemente ágiles para adaptarse a medida que avanzan porque saben que esperar es darle a sus competidores una ventaja que están ya no estoy preparado para hacerlo”.

“Simplemente ya no vemos implementaciones de ERP a largo plazo. El mercado no quiere implementar de esa manera. Ciertamente no queremos hacerlo; queremos ayudarlos a obtener el tiempo de valor, incluso si se trata de un viaje de varios pasos”.

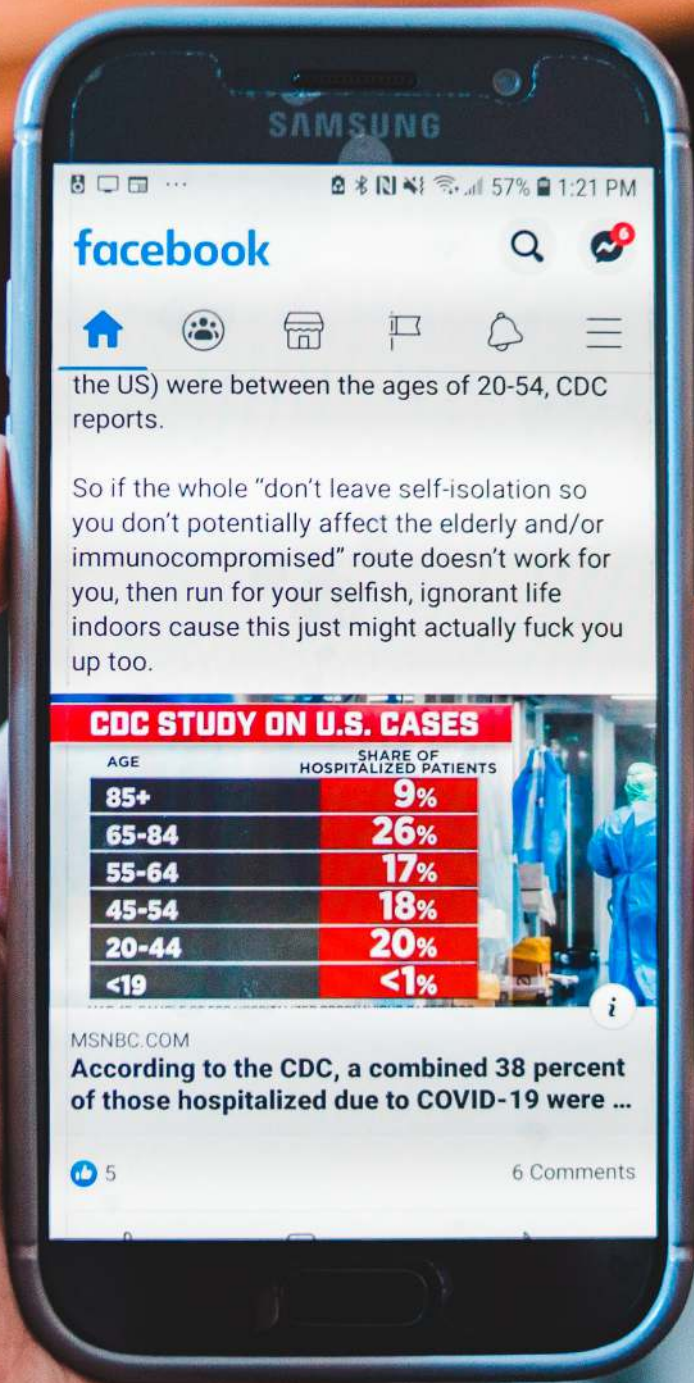
Hizo eco de los comentarios entregados por el presidente de SAP EMEA Norte, Rohit Nagarajan, quien enfatizó en su discurso de apertura que ya nadie cuestionaba si la transformación era necesaria o no.

Scott reforzó esto al sugerir que el factor más importante que impulsa las decisiones en este momento es el miedo a quedarse quieto. En el nivel C, especialmente, los ejecu-

tivos tienen miedo de no cambiar, aunque se ven frenados por las barreras de la cultura y las convenciones, particularmente los procesos establecidos que ya existen dentro de sus negocios.



Meta cancelará algunos proyectos en su división Reality Labs tras sus resultados financieros



La división Reality Labs de Meta tendrá que apretarse el cinturón. Tras los decepcionantes resultados económicos de la empresa, esta actividad, muy costosa por estar orientada hacia el futuro, sufrirá recortes presupuestarios. Se cancelarán varios proyectos y se congelarán otros. También se reducirá el reclutamiento.

Ducha fría para plataformas Meta. Se acabó el gasto desmedido para acelerar la maduración de las tecnologías de realidad virtual y aumentada. Además la compañía está dispuesta a detener algunos proyectos y posponer otros dentro de su división Reality Labs, que está en el centro de su nueva misión que gira en torno al metaverso.

Este vuelco es consecuencia directa de los deslucidos resultados financieros de la empresa, cuyos ingresos provienen principalmente de sus actividades publicitarias, vinculadas a las redes sociales Facebook e Instagram. Sorprendido por la explosiva popularidad de TikTok y desafiado por la nueva política publicitaria de Apple en iOS, Meta debe apretarse el cinturón para limitar los daños... y el descontento de sus accionistas.

Como recordatorio, las actividades de Meta en torno a la realidad virtual y aumentada (que incluyen

mucha investigación y desarrollo, pero también contratación e inversión a gran escala en contenido) representaron una pérdida de más de 10 mil millones de dólares en 2021, y superando los tres mil millones de dólares en el primer trimestre de 2022. Sin embargo, esta actividad no será una fuente importante de ingresos antes de 2030, según Mark Zuckerberg.

Por lo tanto, fue necesario reducir la vela, los detalles de los proyectos cancelados o archivados se comunicarán a los equipos de Meta en un plazo de siete días. No se esperan despidos, pero Meta también reducirá sus ambiciones de contratación. Su división Reality Labs ahora emplea a aproximadamente 18,000 personas, el año pasado se anunciaron 10.000 contrataciones en cinco años en Europa. Meta había anunciado durante sus resultados trimestrales, que recortaría el gasto anual en 3.000 millones de dólares.

Sin embargo, no se equivoquen, Meta sigue firmemente comprometida con el camino del “meta-verso”, o al menos con lo que ve como la próxima gran arquitectura de computación personal, después del teléfono inteligente. El objetivo de Meta es dejar de estar a merced de Apple y Google (quienes reinan sin oposición sobre sus respectivos ecosistemas de iOS y Android), y por ahora está liderando el camino en este campo aún joven. Toda la pregunta ahora es si llegará hasta el final.



El visor de realidad mixta de Apple

Meta anunció una serie de nuevos servicios de nube en WhatsApp y un servicio de pago en WhatsApp Business, el objetivo es que más empresas utilicen los canales digitales para amplificar sus ventas.

El anuncio formó parte de “Conversations”, el evento de la tecnológica dirigido al sector empresarial, fue anunciado WhatsApp Cloud API, una herramienta dirigida a los equipos de tecnología de las organizaciones para ofrecer una experiencia personalizada y acortar tiempos de respuesta con clientes.

En palabras de Mark Zuckerberg: “Cualquier empresa o desarrollador puede acceder fácilmente a nuestro servicio, construir directamente sobre WhatsApp para personalizar su experiencia y acelerar su tiempo de respuesta a los clientes utilizando nuestra segura API de WhatsApp Cloud alojada en Meta”.

Y agregó el presidente de Meta: “Este es un paso importante para ayudar a más empresas a conectarse con la gente y ayudar a más personas a enviar mensajes a los negocios que desean apoyar, ya sean pequeños o grandes”.

De acuerdo con la firma de ciberseguridad Red Hat, una API pública aporta un valor comercial porque

simplifican y amplían las conexiones con otros socios tecnológicos, un ejemplo conocido es la API de Google Maps que puede estar integrada en cualquier sitio.

En un comunicado, Meta detalló que la API contará con servicios de alojamiento en la nube, seguros y gratuitos, provistos por su propia infraestructura.

Este nuevo servicio eliminará los gastos del servidor y les brindará acceso instantáneo a nuevas funciones. Y para las personas, esto significa que podrán chatear con más de sus negocios favoritos en WhatsApp.

La firma invitó a las pequeñas y medianas empresas a utilizar las nuevas herramientas basadas en la nube, aunque si así lo prefieren, podrán continuar con la aplicación WhatsApp Business. Meta trabaja en funciones avanzadas para ayudar a las pymes a ejecutar sus operaciones más allá de unas pocas personas y ampliar su marca en línea, como la capacidad de administrar chats en hasta 10 dispositivos y así, optimizar la afluencia de chats.

También llegarán nuevos links personalizables para chatear en WhatsApp y ayudar a las empresas a atraer clientes a través de su pre-

sencia en línea.

La capacidad para administrar más chats y los enlaces personalizados formarán parte de un nuevo servicio de premium de WhatsApp Business, del cual no mencionaron esquemas de pago y disponibilidad en Latinoamérica.



Meta anunció WhatsApp Cloud API

Meta anunció una serie de nuevos servicios de nube en WhatsApp y un servicio de pago en WhatsApp Business, el objetivo es que más empresas utilicen los canales digitales para amplificar sus ventas.

El anuncio formó parte de “Conversations”, el evento de la tecnológica dirigido al sector empresarial, fue anunciado WhatsApp Cloud API, una herramienta dirigida a los equipos de tecnología de las organizaciones para ofrecer una experiencia personalizada y acortar tiempos de respuesta con clientes.

En palabras de Mark Zuckerberg: “Cualquier empresa o desarrollador puede acceder fácilmente a nuestro servicio, construir directamente sobre WhatsApp para personalizar su experiencia y acelerar su tiempo de respuesta a los clientes utilizando nuestra segura API de WhatsApp Cloud alojada en Meta”.

Y agregó el presidente de Meta: “Este es un paso importante para ayudar a más empresas a conectarse con la gente y ayudar a más personas a enviar mensajes a los negocios que desean apoyar, ya sean pequeños o grandes”.

De acuerdo con la firma de ciberseguridad Red Hat, una API pública aporta un valor comercial porque

simplifican y amplían las conexiones con otros socios tecnológicos, un ejemplo conocido es la API de Google Maps que puede estar integrada en cualquier sitio.

En un comunicado, Meta detalló que la API contará con servicios de alojamiento en la nube, seguros y gratuitos, provistos por su propia infraestructura.



Este nuevo servicio eliminará los gastos del servidor y les brindará acceso instantáneo a nuevas funciones. Y para las personas, esto significa que podrán chatear con más de sus negocios favoritos en WhatsApp.

La firma invitó a las pequeñas y medianas empresas a utilizar las nuevas herramientas basadas en

la nube, aunque si así lo prefieren, podrán continuar con la aplicación WhatsApp Business. Meta trabaja en funciones avanzadas para ayudar a las pymes a ejecutar sus operaciones más allá de unas pocas personas y ampliar su marca en línea, como la capacidad de administrar chats en hasta 10 dispositivos y así, optimizar la afluencia de chats.

También llegarán nuevos links personalizables para chatear en WhatsApp y ayudar a las empresas a atraer clientes a través de su presencia en línea.

La capacidad para administrar más chats y los enlaces personalizados formarán parte de un nuevo servicio de premium de WhatsApp Business, del cual no mencionaron esquemas de pago y disponibilidad en latinoamérica.





 **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**

Venezuela: Teletrabajo, una alternativa que se mantiene y requiere de organización



La pandemia conllevó a que el trabajo se trasladara a casa, sin embargo, no todos estaban preparados para ello y, aún hoy, muchos desconocen cómo sobrellevar esta dinámica que lo cambió todo.

Yeisa Rodríguez, profesora, investigadora y especialista en teletrabajo, expuso en el programa Conatel al Aire, sobre cómo una persona debe organizarse para combinar en casa: trabajo, maternidad, paternidad y estudios, de ser el caso.

Para Rodríguez, una de las cosas prioritarias es delimitar horarios, lo que va a permitir que las tareas, las labores y procesos logren converger sin chocar y sin desgastar el cuerpo o la mente en exceso, para ello sugiere crear alarmas que recuerden actividades que deben realizarse, que bien puede ser preparar la comida, comer, descansar, iniciar el horario laboral y terminar el mismo.

Explica que el teletrabajo solo es posible si se tienen las condiciones mínimas, que desde luego incluyen a la tecnología y una computadora como puntos primordiales, sin los cuales se dificulta un poco trabajar a distancia.

Conocer o aprender el uso de herramientas digitales que permitan desarrollar el teletrabajo, también es parte fundamental del proceso.

Si bien el software libre ofrece paquetes gratuitos, también hay herramientas gratuitas de los softwares privativos que ayudan a agilizar el trabajo y cumplir con las deman-

das y asignaciones en la distancia.

Recomendó el uso de la herramienta Telegram como una posibilidad para realizar múltiples trabajos con ella.

Además, Rodríguez asegura que muchas veces el teletrabajo nos permite ser más eficientes de lo que somos en las jornadas de trabajo presenciales.

Para la especialista se debe crear un sistema de apoyo en el que todos los integrantes del hogar se conviertan en parte activa de las tareas diarias, incluso, asegura que los niños de 3 años pueden realizar actividades sencillas como poner los cubiertos en la mesa, que los hará sentirse parte de la familia y que aligeran las cargas de los adultos.



El Salvador: Chatbots y Bitcoin

Durante el evento Colombia 4.0, organizado por el Ministerio de Tecnologías de la Información (Min-TIC), Fredy Gámez, socio Director Latam de Chatbot Chocolate, una compañía dedicada al desarrollo de chatbots en El Salvador, compartió su experiencia en la creación del chatbot para Chivo, la plataforma de Bitcoin de ese país.

En palabras textuales de Gámez: “Los chatbots son una especie de árbol de respuestas, pero también son un compilado de algoritmos que ayudan al funcionamiento óptimo de la empresa o un servicio”.

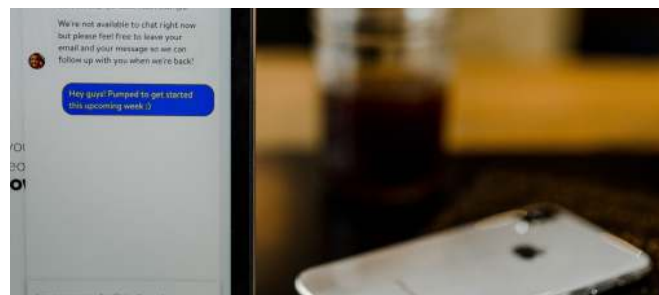
El Salvador es el único país de Centroamérica con una plataforma de regulación, que incluye apps y cajeros, para el Bitcoin. Gámez recuerda que la primera comunidad en adoptar este sistema de pagos fue El Zonte, una ciudad ubicada en la costa de El Salvador.

Gracias a su popularidad entre locales y turistas en junio de 2021, el presidente del país, Nayib Bukele, programó 90 días, a partir de ese día, para instaurar un sistema de regulación y uso de Bitcoin en todo el territorio nacional.

En septiembre de 2021 empezó a funcionar Chivo, que incorpora wallet y 200 cajeros. Ahora, Bukele habla de crear una Bitcoin City. Si bien

el proyecto del chatbot consiste en responder preguntas y brindar soporte automático y rápido a los usuarios de Chivo, la solución también combina la experiencia del usuario, por esta razón se realiza en WhatsApp y Telegram.

Además de un ChatCenter que cuenta con funcionamiento permanente las 24 horas del día los siete días de la semana, lo que facilita la atención de solicitudes urgentes que necesitan atención diferente al chatbot.



Por eso se creó una estrategia híbrida que toma las mejores habilidades entre las personas y el chatbot, más del 40% de las atenciones las asume un bot, asegura Gámez.

El ejecutivo agrega las oportunidades que estrategias híbridas como estas pueden crear:

- Oportunidades laborales para todas las personas en América Latina.
- Madurar habilidades digitales.
- Trabajo en equipos regionales.
- Crear nuevos proyectos soportados en Inteligencia Artificial o tecnologías Blockchain.
- Nuevas economías automatizadas y de valor agregado digital.
- Modelos elásticos (tecnologías y personas) según el tamaño de los proyectos.

México: Comercio Conversacional mejora la Experiencia del Cliente

La Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) y Auronix, realizaron un estudio para conocer la importancia que está cobrando en el comercio conversacional. El principal hallazgo refiere que 7 de cada 10 de los usuarios que usan chatbots en mensajería, o comercio conversacional, lo hacen por la proactividad, rapidez y obtienen una experiencia positiva.

El comercio conversacional refiere el uso de canales de mensajería en las tiendas, estos canales son previamente conocidos por los consumidores como podría ser WhatsApp o Facebook Messenger, entre otros; también incluye un bot para ayudar al usuario a ubicar productos, conocer precios, proporcionar un catálogo completo, resolver dudas, dar seguimiento a un pedido y entregar servicio posventa.

Las empresas apuestan cada vez más por el comercio conversacional en sus sitios de comercio electrónico, de manera que hoy, el 34% de los compradores en línea ha utilizado estas plataformas de mensajería, aunque sea una vez, 8 de cada 10 compradores usan los canales de mensajería dentro del proceso de compra online, porque es fácil, les resulta familiar y se sienten cómodos.

De acuerdo con Adriana Orozco, especialista en Investigación de Mer-

cados de la AMVO, WhatsApp y Facebook Messenger son las mejores evaluadas en el funnel de salud de marca.

No obstante, también hay buenas oportunidades de colocar un chatbot dentro de la página del comercio, en el correo electrónico y para responder mediante mensajes SMS, así, las empresas pueden utilizar diferentes canales de contacto para los distintos perfiles de consumidores.

Las plataformas de mensajería son preferidas por el 57% de los usuarios para dar seguimiento a sus compras, y un 6% lo usan para servicios de posventa.

Para que el comercio conversacional de una buena experiencia a cliente, además de identificar la plataforma en la que debe operar, debe estar bien diseñado e integrado a los sistemas de los clientes.

Disponibilidad 24x7, inmediatez en la atención y ahorros en costos se conseguirán de la implementación de un chatbot en canales conversacionales siempre que se haga luego de una labor de consultoría que el partner debe llevar a cabo.





Costa Rica: Emergencia de ciberseguridad

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ofreció al Gobierno costarricense apoyo económico y técnico para enfrentar la emergencia de ciberseguridad a raíz del hackeo perpetrado por el grupo delictivo Conti a sistemas informáticos estatales, desde el mes de abril, en especial, en el Ministerio de Hacienda.

Mauricio Claver-Carone, presidente del organismo multilateral, confirmó que el Banco colaborará con la administración del presidente Rodrigo Chaves, para lo cual contará con la asesoría del gobierno de Israel que es uno de los países miembros del BID.

Esto dijo en palabras textuales el presidente del BID: “Con Israel creamos una plataforma para poder darle apoyo a los países (parte del organismo) para reforzar, en estos tiempos de digitalización, las protecciones de ciberseguridad. Una de nuestra prioridades es la di-

gitalización y el apoyo a los gobiernos para que sean más eficientes y efectivos en su protección”.

El BID e Israel crearon un fondo conjunto, inicialmente de \$2 millones, para fortalecer las capacidades de seguridad cibernética en América Latina y el Caribe. El plan busca brindar a la región acceso a las prácticas de vanguardia, el conocimiento y la experiencia a líderes en el mundo.

Claver-Carone subrayó que el objetivo es mitigar la situación actual y proteger al país ante futuros incidentes de ciberseguridad.

El pasado mes de abril, Hacienda sufrió un ataque cibernético por parte del ransomware (programa extorsivo) de Conti a las plataformas Administración Tributaria Virtual (ATV) y TICA (Tecnología de Información para el Control Aduanero). Ambos sistemas continúan

apagados porque aún no se sabe el grado de afectación, lo cual ha generado atrasos en los procesos de comercio internacional y pago de impuestos.

El pasado 16 de mayo, el Gobierno decidió declarar el ataque emergencia nacional para solventar los problemas provocados por el hackeo del grupo delictivo. El mandatario Rodrigo Chaves aseguró, en ese momento, que la situación era muy grave.

El Poder Ejecutivo conformó un equipo técnico que reúne al Minis-

terio de Innovación, Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (Micitt), Hacienda, la Comisión Nacional de Emergencias (CNE) y el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE).

Parte de las dificultades que enfrenta Hacienda es que debe revisar, una por una, las 7.000 computadoras de la institución para determinar si hay programas maliciosos que impliquen riesgos para los contribuyentes. La entidad sostuvo que los archivos sustraídos por Conti están desactualizados y no comprometen información sensible.

Uruguay: Call Center para dar aviso sobre personas en situación de calle

Comenzó a funcionar el Plan Invierno en Uruguay, para dar atención a personas en situación de calle que se extenderá hasta el 31 de octubre.

Habrán 4.215 plazas en todo el país, que podrán incrementarse de acuerdo a la demanda. El Ministerio de Desarrollo Social (Mides) dio a conocer los números telefónicos para dar aviso sobre personas en situación de calle y que funcionarán las 24 horas:

Mides 0800 8798 y 092 910 000 (Whatsapp)
SAME 105
Línea Azul INAU 0800 5050

Los equipos móviles de calle en Montevideo y call center del Mides trabajarán las 24 horas, los siete días de la semana. A través del Instituto Nacional de Alimentación (INDA) se proveerá alimento por cada persona en situación de calle que se encuentre haciendo uso de cualquiera de los servicios prestados en el plan.

El servicio de paradores nocturnos funcionará durante los meses más fríos (junio, julio y agosto) para aquellos que no desean utilizar las modalidades de atención tradicionales puestas a disposición por el Mides.

Los paradores nocturnos ofrecerán cobertura de 21 a 9 horas, con un promedio de 50 cupos diarios y espacios para cenar, desayunar y asearse, si así lo desean.

Dos ambulancias con personal médico, chofer y enfermería estarán disponibles las 24 horas en Montevideo, «para brindar atención a personas en situación de calle que requieran asistencia médica».

Además, personal médico del Hospital Británico ofrecerá atención todos los días de la semana, en el horario de 18 a 00 horas y Médica Uruguaya complementará el servicio móvil con asistencia psiquiátrica.

En cuanto al operativo frío polar, se activará únicamente ante la alerta especial emitida por el Instituto Nacional de meteorología (Inumet).

Se ofrecerán lugares para pasar la noche y, en conjunto con el Ministerio del Interior, se realizarán recorridas para acercar personas a los centros. En el interior del país, se coordinarán acciones con los centros coordinadores de emergencias departamentales (Cecoed).



República Dominicana: Licitación para el apagón analógico

El Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (Indotel), hizo público el llamado a licitación para adquirir 550.000 dispositivos convertidores de señales análogas a digital.

El apagón analógico en República Dominicana es una ya vieja iniciativa, que acredita 12 años y que, poco a poco, se va haciendo realidad.

Julissa Cruz Abreu, directora ejecutiva del regulador afirma en la red social Twitter: “Estos dispositivos serán entregados a los 450.000 hogares dominicanos más pobres que no cuentan con servicios de TV paga, para que puedan acceder a televisión digital abierta y gratuita. Con imagen y sonido de calidad...”

Y agregó: “Este proyecto busca generar eficiencia en la prestación de servicio de radiodifusión televisiva y permite a los hogares de escasos recursos recibir este servicio público de calidad”.

El documento señala en su ítem octavo que este llamado se realiza “en el marco de ejecución del Programa para mejorar la conectividad para la Transformación Digital” en

el país, por el que se prevén adquirir 550.000 cajas convertidoras de señal de televisión digital, con el objetivo de “distribuir las a las familias de escasos recursos que no cuenten con los mecanismos o servicios que les permitan captar la señal digital y que hayan sido identificadas por el Indotel”.

Cabe recordar que el país trabajó junto a radiodifusores que operaban en UHF para despejar la banda de 700 MHz para TV digital abierta y, aunque ese proceso no concluyó, el Estado viene anunciando la entrega de equipos de forma gratuita para facilitar el acceso entre las poblaciones de bajos recursos.

Inclusive, fue hace un año que Luis Abinader, presidente de República Dominicana, anunció que el Estado invertirá 30 millones de dólares para impulsar y concluir el proceso de transición a la TV digital.

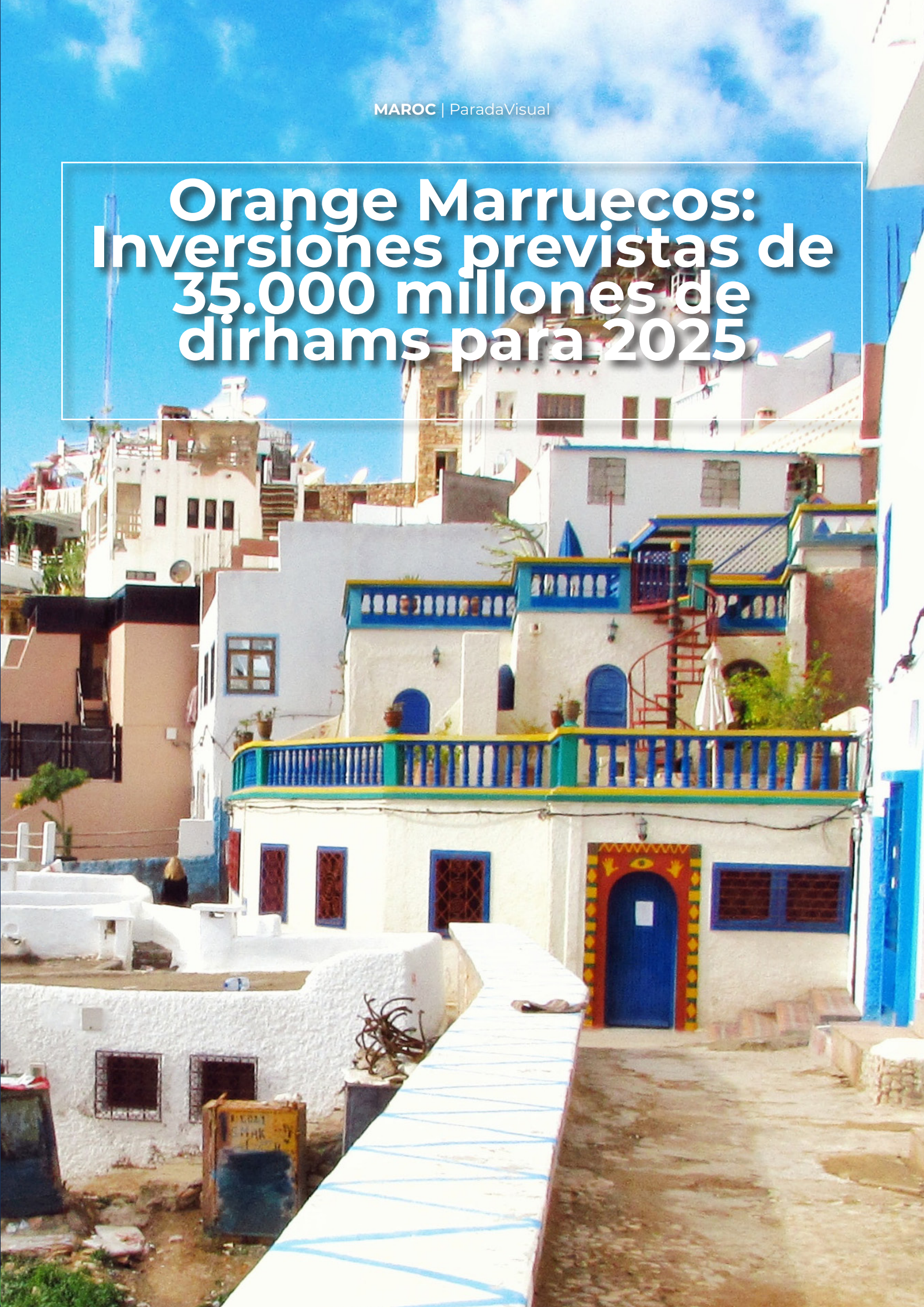




AQUÍ TE
CONSEGUIMOS
LEADS DE
FORMA
OPTIMIZADA
AL MEJOR
PRECIO

agencia**LEADS**[®]
Lead management 360

Orange Marruecos: Inversiones previstas de 35.000 millones de dirhams para 2025





Desarrollo de banda ancha fija de muy alta velocidad, extensión de FTTH, lanzamiento de 5G.

Apoyar la digitalización de la sociedad marroquí, contribuir al desarrollo del mercado de banda ancha fija y muy alta velocidad, así como democratizar su acceso a todos los segmentos de la población... estos son los principales objetivos que se ha marcado Orange Marruecos para este nuevo rumbo. El operador también tiene como objetivo permitir que las empresas y las administraciones públicas tengan acceso a ofertas diversificadas de productos y servicios de conectividad, alojamiento, seguridad de los sistemas de información, Internet de las Cosas y apoyar el desarrollo de las VSE/PYMES.

Para ello, se ha identificado una inversión prevista de 35.000 millones de dirhams para el período 2021-2025. Se suma a los 105.000 millones de dirhams, concedidos por la

operadora desde el inicio de su actividad en Marruecos en 1999, bajo el nombre de Medi Telecom, que se ha convertido en Orange Marruecos desde 2016. "Orange Marruecos se enmarca en la estrategia de desarrollo de muy alta velocidad en Marruecos, al alinearse con la nota orientativa del gobierno destinada a acelerar el despliegue del Plan Nacional de Banda Ancha, con el fin de lograr una cobertura de la fibra, hasta el abonado (FTTH) de 50% de hogares en 2025", aprendemos del operador.

La estrategia de desarrollo de muy alta velocidad de Orange Marruecos, gira en torno a dos ejes principales. El primero es el desarrollo de 4G y cobertura móvil para soportar el crecimiento de datos móviles y continuar ofreciendo servicios de acuerdo a los mejores estándares internacionales.

El segundo eje, se refiere a la extensión de la cobertura FTTH, comple-

mentada con una red Fija Inalámbrica, para dar soporte a la creciente necesidad de servicios de muy alta velocidad de la población marroquí y las empresas y administraciones públicas.

Asimismo “Orange Marruecos ya ha invertido cerca de mil millones de dirhams en la construcción de su propia fibra (FTTH). Además, en 2021 y 2022 recibimos el premio a la red de internet fija más rápida del Reino, otorgado por la empresa estadounidense Ookla”, explicó la operadora sobre este tema.

La gerencia de Orange, también está trabajando arduamente para estar allí para el lanzamiento de 5G a nivel nacional. “La evolución natural de 4G es 5G. La red 5G promete un mayor rendimiento en términos de rendimiento, nuevas oportunidades y será adecuada para usos críticos. Nos estamos preparando para el lanzamiento de 5G según el cronograma que decidirá la ANRT”,

señalaron desde Orange.

Para el operador, las claves del éxito del 5G en el Reino serán principalmente los costes de licencia, el uso de la banda de frecuencia [3,4 – 3,8] GHz, para garantizar la mejor experiencia de cliente, la mejora de las condiciones de ocupación del ámbito municipal, así como la evolución del ecosistema de equipos y terminales permitiendo que economías como la nuestra cuenten con las mejores condiciones de equipamiento.

Finalmente, cabe señalar que la tecnología 5G debería permitir alcanzar velocidades máximas teóricas de 2Gbit/s. La gestión de la calidad del servicio, el segmentado de la red y la latencia que debería rondar entre 1 y 10 milisegundos abrirán nuevos campos de aplicación, especialmente para el mundo industrial, automoción, multimedia o revistas.



Taquillas electrónicas: el grupo Mohammed Talal está revolucionando el mercado de la mensajería

El jefe de Expressway, Mohammed Talal, tiene la intención de operar un mini big bang en el sector de la mensajería en Marruecos. A través de su nueva caja, CEOS Technology, la empresa de transporte y logística pone sobre raíles un servicio especial: Express Relais. Una red de taquillas destinadas a la entrega de paquetes de forma “confiable”, “cómoda” y “segura”.

El principio: “gracias a un sofisticado sistema de información y casilleros conectados, el servicio Express Relais facilita la reserva en línea (www.expressrelais.ma, aplicación móvil: expressrelais), el envío o la recepción de un paquete intra-urbano o interurbano.

A continuación, el remitente recibe su código para depositar el paquete en un casillero de salida, y el destinatario recibe su código para recoger el paquete en un casillero de llegada o en la dirección elegida (domicilio, oficina, etc.)”, explicó Talal durante la presentación del proyecto, recientemente en Casablanca. Según él, el parque mundial de casilleros automáticos, está cobrando impulso con un crecimiento esperado del 158% en los próximos cuatro años.

De ahí la importancia para Marruecos de posicionarse también en este mercado “muy prometedor”.

Del mismo modo, la ambición de Talal no es solo desplegar este servicio en Marruecos, sino buscar oportunidades de crecimiento a nivel internacional, a través de la comercialización de las taquillas automáticas que la propia CEOS Technology fabrica localmente, mediante la movilización de ingeniería 100% marroquí.

En el back office, la empresa cuenta con un centro de I+D en Casablanca, una unidad de fabricación de componentes metálicos y una planta de montaje de taquillas. CEOS Technology comienza con un equipo de 25 empleados, la mitad de los cuales son ingenieros. Asimismo dentro de 5 años, su modelo de negocio prevé llegar a 138 empleados. Cuestión de acelerar para poder atender mercados en el exterior.

Asimismo, África, Europa y Oriente Medio ocupan un lugar destacado en el plan de expansión internacional de la compañía. Según Talal, los casilleros electrónicos producidos por CEOS Technology no tienen nada que envidiar a los desarrollados en otros países. De hecho, subraya el jefe de Expressway, las instrucciones del CEOS han sido objeto de patentes técnicas presentadas internacionalmente. Esto permitirá a la empresa cavar fácilmente su surco para la exportación. “Solo el desarrollo del compo-

nente informático de estos dispositivos nos llevó 4 años”, argumenta el operador.

Finalmente en cinco años, CEOS Technology pretende obtener el 60% de su facturación de las exportaciones. El bebé de Talal movilizará una inversión total de 82 millones de dirhams en 5 años, de los cuales el 20% está comprometido hasta la fecha. Para este año de puesta en marcha, CEOS Technology cuenta con la instalación de 147 taquillas a nivel local para dar cobertura a más de una veintena de ciudades del Reino, entre las que se encuentran Casablanca, Tánger, Agadir y Marrakech.



Más de 640 parques tecnológicos e incubadoras en África (ADD)

Las nuevas empresas africanas están aprovechando la transformación digital, para implementar modelos comerciales de alto crecimiento que pueden satisfacer las necesidades del continente. Este es uno de los hallazgos clave que surgieron de la 2ª edición de las reuniones Digital by PortNet. El evento fue organizado recientemente por la ventanilla única PORTNET, en alianza con la Agencia Nacional de Puertos y la Agencia de Desarrollo Digital.

El papel de la transformación digital en el desarrollo del continente africano fue destacado durante la 2ª edición de los encuentros Digital by PortNet, celebrada bajo el lema: “Digitalización para un África conectada e integrada”. El evento fue organizado recientemente por la ventanilla única PORTNET SA, en alianza con la Agencia Nacional de Puertos (ANP) y la Agencia de Desarrollo Digital (ADD), a pocas semanas del primer aniversario de la entrada en vigor de la African Free Zona de Comercio (Zlecaf).

En esta ocasión, Youssef Ahouzi, CEO de PortNet, destacó que “gracias a la digitalización y a las in-

mensas oportunidades y soluciones que surgen con ella, podremos construir plataformas de intercambio, emprendimiento e innovación en un África llena de potencial”, oportunidades para construir un futuro mejor para las generaciones venideras.

Por su parte, Mohamed Idrissi Meliani, director general de la Agencia de Desarrollo Digital (ADD), destacó la urgencia de realizar e iniciar reflexiones profundas sobre la implementación de un modelo de recuperación innovador y resiliente que debe poner al ser humano y su entorno en el centro de preocupaciones, en un contexto pos-pandemia. El experto también señaló que un número creciente de nuevas empresas, están aprovechando estas tecnologías y las necesidades específicas de África para implementar modelos comerciales de alto crecimiento. “El valor de algunas nuevas empresas africanas se estima actualmente en más de mil millones de dólares (Capítulo 1). Más de 640 parques tecnológicos e incubadoras están activos en el continente, frente a los 314 de 2016”, explicó.

En la misma línea, Tariq Maaouni, Director de Organización y Sistemas de Información de la Agencia



Nacional de Puertos (ANP), reveló que la transformación digital del comercio internacional se ha acelerado, a través de la creación de varias iniciativas nacionales, regionales e internacionales orientadas a la integración e interoperabilidad de los diversos actores en la cadena de valor del comercio transfronterizo. También cabe recordar que el 29 de

septiembre de 2021 se organizó la primera edición de los Digital Meetings by PortNet bajo el lema “la innovación digital al servicio de la competitividad y el desarrollo económico de Marruecos”, al final de los cuales la Agencia de Desarrollo Digital (ADD) y PortNet.SA han firmado un acuerdo de colaboración.

Nace una academia digital en Rabat

A partir de ahora, el ciudadano medio puede aprender digital. Un acercamiento que es posible gracias al lanzamiento de la academia digital o “Academia Raqmya”. Una plataforma que pretende, como especifica la ministra responsable de la transición digital y la reforma administrativa, Ghita Mezzour, “consolidar un aprendizaje efectivo basado en la igualdad de oportunidades”.

El funcionario del Gobierno, que confía en los Reales Lineamientos y el nuevo modelo de desarrollo que van ligados a esta transición, coincide con este deseo. Todo ello teniendo un credo propio también compartido por la Agencia de Desarrollo Digital (ADD).

Asimismo, “es un capital humano calificado”, dice sobre las bases de esta transición. Para ella, es cierto que el Reino cuenta con competencias ganadoras de universidades y colegios, pero también quiere que la oferta sea, a través de este lanzamiento, “integral al atender nuevas necesidades formativas”. Por ello, esta plataforma ofrece “contenidos diversificados para pymes, administraciones y ciudadanos con el fin de consolidar capacidades”.

Por lo tanto, “También queremos que abogados, economistas y vendedores, entre otros, tengan este aprendizaje digital”. Siendo el objetivo último, a su juicio, que este conocimiento deje de ser prerrogati-

va de los ingenieros informáticos o programadores.

Revelando que la academia digital también ofrece cursos de formación y sensibilización destinados tanto a funcionarios y empresas, como al público en general.

Se trata pues de “170 contenidos”, que se proponen para englobar programación, redes, inteligencia artificial, big data y muchas otras especialidades.

Aún mejor, esta plataforma se implementará en “dos fases”. Se trata de ese “piloto repartido a lo largo de los tres primeros meses, en favor de los beneficiarios entre el público y las pymes”.

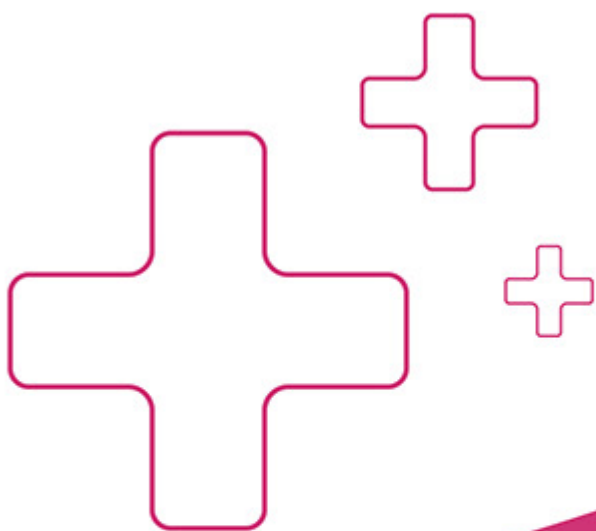
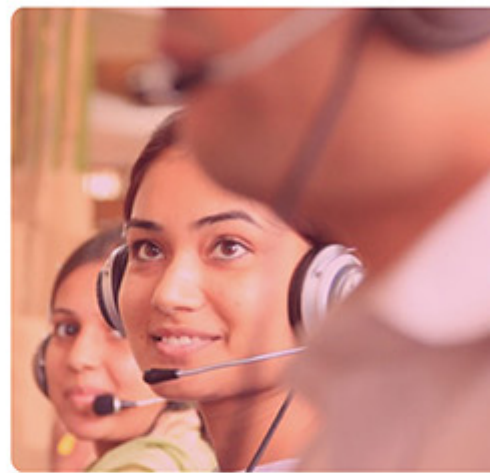
En cuanto a la segunda fase, se centrará en “la generalización durante un primer año para 12.500 beneficiarios inicialmente”.

De igual forma, el ministro dijo, “quiero que todos los marroquíes tengan este conocimiento”, continuó, anunciando también la movilización de este aprendizaje “a nivel provincial”. Dio la bienvenida a la plataforma digital dedicada, sobre Instrucciones Reales, al Hadith. También en el juego, Ahmed Toufiq, Ministro de Habous y Asuntos Islámicos, no duda en citar el Sagrado Corán y más concretamente el “libro digital” que inspira esta transición.

descuelgo[®]
Portal de empleo para Call Center

LOS MEJORES EMPLEOS DE CALL CENTER EN UN SOLO LUGAR

www.descuelgo.com



Dictamen favorable a dos circulares relativas al pago móvil

El Comité de Entidades de Crédito, en su composición ampliada, emitió dictamen favorable sobre 2 circulares relativas al pago móvil. Así lo decidió durante la reunión anual de este comité creado en virtud de lo dispuesto en el artículo 25 de la ley n° 103-12 relativa a las instituciones de crédito y organismos similares.

Asimismo se trata, de hecho, de una circular que modifica y completa la circular del wali de Bank Al-Maghrib n°6/W/2016 relativa a las entidades de pago y una circular que modifica y completa la circular del wali de Bank Al-Maghrib Al-Magreb n°7/W/2016, relativo a las modalidades de ejercicio de los servicios de pago.

El Comité de Instituciones de Crédito también tomó nota de 9 borradores de circulares específicas para actividades de financiamiento colaborativo en la categoría de préstamos y donaciones de conformidad con la Ley No. 15-18 relacionadas con el financiamiento colaborativo y que caen dentro del alcance de la supervisión de Bank Al-Maghrib.

Esta reunión también fue una oportunidad para conocer 5 directivas regulatorias en las áreas de gobernanza, protección al cliente, digitalización de servicios financieros y pago móvil.

Por lo tanto, “en el ámbito de la gobernanza y protección al clien-

te, existe una directiva relativa a la prevención y gestión por parte de las entidades de crédito de los riesgos de corrupción, una recomendación relativa a la consideración del aspecto de género por parte de las entidades de crédito, de una directiva relativa a los términos y condiciones para el cierre de cuentas a la vista y de una directiva que establece los procedimientos para informar a los solicitantes de crédito”.

Además, se puede leer en un comunicado de prensa del Bank Al-Maghrib. Añadiendo que “en materia de digitalización de los servicios financieros, esta es una directiva que fija las reglas mínimas para la externalización a la nube por parte de las entidades de crédito”. Cabe señalar que entre las funciones del Comité, se encuentra la de dictaminar sobre los textos normativos que rigen la actividad bancaria.

Está presidido por el wali de Bank Al-Maghrib e incluye un segundo representante de esta institución, dos representantes del ministerio responsable de las finanzas, incluido el director del Tesoro y finanzas externas, dos representantes de la asociación profesional de bancos, incluido el Presidente de la Asociación Profesional de Empresas Financieras; el Presidente de la Asociación Profesional de Entidades de Pago y el Presidente de la Federación Nacional de Asociaciones de Microcrédito.

Desmaterialización de facturas: Intelcia IT Solutions apoya a la administración en su búsqueda de eficiencia

Intelcia IT Solutions, pudo medir el impacto de sus servicios durante un seminario web bajo el tema “Desmitificando la facturación electrónica”, en nombre de los principales clientes. La desmaterialización del depósito de facturas está en el centro de la transformación digital dentro de las administraciones.

Asimismo fue como la Tesorería General del Reino (TGR), la Agencia Nacional de Puertos (ANP) y Nador West Med, pudieron testimoniar sus experiencias al adoptar este método de procesamiento de facturas de proveedores. Los beneficios son reales, por mencionar solo la reducción de los tiempos de procesamiento y pago de facturas, la transparencia, la trazabilidad, las ganancias de productividad interna y la simplificación de los procedimientos para los proveedores...

Pionera en el campo de la desmaterialización, la Tesorería General del Reino puso en marcha el proceso en 2019. Para esta administración, las ganancias se contabilizan en el costo de impresión, transmisión, recepción y archivo de las facturas en formato papel. Por lo tanto, “consideramos importante que el actor principal que es el proveedor debe, a su vez, interactuar en el sistema.

Por eso nació el depósito electrónico de facturas y le dimos la posibilidad al proveedor de ser el detonante del proceso de pago”, explicó



Tariq Taj, ingeniero analista diseñador del departamento de Arquitectura y diseño de TGR.

Del mismo modo, implementado gradualmente, el archivo electrónico de facturas se refiere desde enero de 2022 a pedidos de 200.000 dirhams y más (91% de los pedidos públicos, autoridades estatales y locales), es decir, 9.185 proveedores, y el 25% de la población total de proveedores. Los establecimientos y empresas públicas (EEP) también han seguido el calendario propuesto por el Ministerio de Economía y Hacienda en una circular de fecha 1 de junio de 2020.

Este último fijó un calendario en el que recomienda que las EEP adopten, a partir del 1 de junio, la presentación electrónica de las facturas correspondientes al tercer plazo de las facturas relativas a pedidos superiores a 200.000 dirhams (tras 5 millones a partir del 9 de junio de 2020 y 1 millón a partir de enero de 2022).

Además, “para nosotros, fue realmente una oportunidad de hacer la vida más fácil a nuestros proveedores, pero también de hacernos la vida más fácil a nosotros mismos”, testifica Tarik Maaouni, Director de Organización y Sistemas de Información de la Agencia Nacional de Puertos. El impacto es claro: casi 350 personas estuvieron involucradas en el proceso de procesamiento de facturas en un momento dado.

“El hecho de no tener más esta etapa de registro manual de facturas en la oficina de pedidos ha agilizado mucho el proceso”, continuó el Sr. Maaouni.

Como recordatorio, esta división de servicios de TI del Grupo Intelcia es líder en Marruecos en servicios gestionados y en la digitalización del sector público. También ofrece servicios de consultoría de Business Intelligence y outsourcing de TI.

Comercio electrónico y banca electrónica: Crédit Agricole du Maroc lanza sus tarjetas digitales

El objetivo es llevar al mercado marroquí nuevas tecnologías, nuevos productos y servicios para que las transacciones diarias sean intuitivas, transparentes y seguras.

Para ello, el banco ha lanzado el servicio de digitalización de tarjetas bancarias en sitios de comercio electrónico que soportan el estándar “MDES para comercio”. Mediante este acuerdo, la CAM quiere crear más valor para los clientes de Particulares y Profesionales ofreciéndoles soluciones de pago innovadoras.

En la misma línea, el banco lanzó CAM PAY, una solución de pago móvil, que permite a los clientes digitalizar su tarjeta bancaria para pagar sus compras con un teléfono inteligente, en Marruecos y en el extranjero.

A partir de ahí, todos sus clientes que tengan una tarjeta bancaria Mastercard y posean un dispositivo móvil Android que utilice la tecnología Near Field Communications (NFC), pueden beneficiarse fácilmente de esta solución. Asimismo, “la CAM apuesta, a través de su nueva plataforma de pago digital, por el pago del futuro y se posiciona como líder y precursor en la materia. Nuestros clientes ahora pueden

protegerse contra ataques a sitios de comercio electrónico, que resultan en la piratería de datos bancarios”, dice Abdelmounaim Dinia, Director Gerente, Miembro de la Junta Directiva de Crédit Agricole en Marruecos.

Por lo tanto, para agregar, “estamos encantados de asociarnos con Mastercard para ofrecer este nuevo servicio, que amplía los canales de pago establecidos por Crédit Agricole du Maroc, como parte de nuestra estrategia omnicanal, para ofrecer a los clientes medios de pago rápidos, seguros y eficientes. La CAM apuesta más que nunca por la promoción de servicios bancarios innovadores en Marruecos, en particular a través de la promoción del pago móvil y la diversificación de los canales de pago”.

Por su parte, Mohamed Benomar, Country Director de Mastercard para el norte de África, señaló, “hemos visto un cambio sísmico en el comportamiento de los clientes hacia los canales de pago digitales y sin contacto en los últimos dos años.

Nuestra tecnología de tokenización segura permite a los clientes usar un teléfono móvil o un dispositivo conectado para realizar pagos de manera segura y conveniente utilizando la tecnología NFC en línea, a través de una aplicación o en la tienda.

Evento: ISEC InfoSecurity Tour 2022

Uno de los eventos más reconocidos en América Latina en lo que refiere a seguridad de la información, el ISEC Infosecurity Tour 2022 “A New World Tour”, vuelve a la palestra en formato presencial, esta vez en Lima, capital de Perú, convocando a CEOs, CIOs, CFOs, directivos de empresas, profesionales, especialistas técnicos, así como representantes de firmas fabricantes, partners, e integradores de la industria vinculada con las tecnologías de la información.

Luego de más de dos años de ausencia de los eventos presenciales debido al impacto de la pandemia del Covid 19, reconocidos expertos de diversas empresas tecnológicas estarán presentes en Miraflores para desarrollar ponencias y talleres especializados en torno a la seguridad integral en la web para corporaciones privadas, pequeña y mediana empresa, así como instituciones del Estado, en la perspectiva de lograr la optimización de la protección informática con el uso de las herramientas digitales.

La finalidad del evento es brindar a los asistentes una perspectiva actualizada sobre las tendencias mundiales en ciberseguridad, protección de datos, seguridad informática, programas, hacktivismo, resguardo para los dispositivos móviles y prevención de robos u otros actos delictivos en Internet.

De acuerdo a la experiencia de di-

versos especialistas, las amenazas informáticas van creciendo a pasos agigantados en todo el mundo, por lo que es esencial para las compañías y organizaciones estar debidamente protegidos, contando con las defensas adecuadas para todos los segmentos de sus operaciones.

En ese sentido, comentaron que ‘es crucial acceder a las nuevas propuestas y soluciones integrales que existen en el mercado en materia de seguridad, especialmente para prevenir los delitos informáticos, siendo en este aspecto muy importante la capacitación y educación que ahora brindan los fabricantes y partners en forma de un servicio proactivo en materia de ciberseguridad’.

Con la participación profesional de Martín Vila, director Corporativo del evento, en la parte académica de la cita se presentarán distintas exposiciones a cargo de destacados speakers de compañías emblemáticas como CyberArk, Blackberry, Thales, DarkTrace, Veracode, Entrust, Utimaco, Forcepoint, Vilsol, SeachInform, Sitepro, HP Aruba, entre otros.

ISEC InfoSecurity es un evento que recorre 26 ciudades de Latinoamérica y El Caribe, y continuará con su labor de divulgación y capacitación en seguridad informática el próximo 2 de junio en la ciudad de San Salvador.

TP-LINK EAP225 V3

TP-LINK EAP225 V3 - Punto de acceso (IEEE 802.11a, IEEE 802.11ac, IEEE 802.11b, IEEE 802.11g, IEEE 802.11n, IEEE 802.3af, 10, 100, 1000 Mbit/s, CE, FCC, RoHS, HTTP/HTTPS, SNMP, SSID, Internal)

Poderoso equipo de punto de acceso a internet. Este es un punto de acceso perfecto para sus necesidades. Aún si su casa u oficina alcanza 140 metros cuadrados se garantiza que no tendrá ningún punto muerto, ni en el sótano. Es asombroso. Puede usar este equipo con VLAN en su enrutador preferencial para aislar el acceso de invitados. La transmisión de películas en alta definición a Chromecast y Fire Stick simplemente funciona. Viene con el inyector POE, así que no requiere comprar el interruptor POE. Nunca tendrá que reiniciar una vez.

Velocidades más rápidas:

Con MU MIMO Diseñado con la última tecnología 802.11ac Wave 2 MU MIMO de 802.11ac Wave 2 MU MIMO de doble banda, el EAP225 ofrece velocidades Wi Fi de banda dual de hasta 1350 Mbps en varios dispositivos simultáneamente.

Acceso a la nube:

El acceso a la nube remota y la aplicación Omada permiten gestionar de forma centralizada la nube toda la red desde varios sitios, todo controlado desde una única interfaz en

cualquier momento y lugar.

Tecnología inalámbrica avanzada:

Admite Mesh WiFi, Seamless Roaming, Band Steering, Airtime Fairness y Beamforming Tecnología. Opciones PoE para una fácil instalación: El EAP225 es compatible con alimentación PoE 802.3af/at y PoE pasivo, puede alimentarse mediante un conmutador PoE o el adaptador PoE incluido, lo que hace que la instalación sea sencilla y flexible.



Detalles técnicos:

Marca: TP-Link

Dimensiones del producto: 20.55 x 18.16 x 3.73 cm; 498.95 gramos

Número de modelo del producto: EAP225 V3

Tipo de conexión inalámbrica: 802.11n, 802.11b, 802.11g

Número de puertos: USB 2.0

Peso del producto: 499 g



**¡ANUNCIA CON
NOSOTROS!**



A UN CLICK *DE DISTANCIA!*

WWW.PARADAVISUAL.COM

ParadaVisual®

Portal especializado en Customer Experience y Contact Center