

## Explore the Solar System de Google y la NASA.

'Explore the Solar System' permite acceder de manera virtual a muchas partes del Universo y comprender mejor algunos de sus secretos.

### Comunicaciones láser

para ofrecer internet de alta velocidad.

### América Latina:

Crecimiento del 13,1% en dispositivos inteligentes.

### Innovaciones Qatar 2022

Las transmisiones de la Copa Mundial de Fútbol.

### Influencer Marketing,

¿una necesidad real en la era digital?

### Meta: 4 consejos

para hacer crecer su negocio con Reels.



## Contenido.

### Pag. **4** Noticias



### Pag. **36** Latam



### Pag. **52** Marroc



### Pag. **68** Eventos





# LLAMADA ATENDIDA

**¡QUE NO SE ESCAPE  
otra oportunidad  
de negocio!**

Atendemos todas  
tus llamadas,  
emails y chats.

**SECRETARIA  
VIRTUAL**

Planes mensuales desde solo

**10€**  
+IVA

[llamadaatendida.com](http://llamadaatendida.com)



## Amazon: 5.600 millones de visitas mensuales en línea

Amazon es el líder en el mercado en línea, esta plataforma de comercio electrónico atrae 5.600 millones de visitas de clientes cada mes.

Estados Unidos y Europa contribuyen significativamente a las cifras. Según cifras de Statista, el sitio web de la compañía recibió 5.700 millones de visitas durante el mes de julio.

La segunda plataforma de compras en línea más popular también proviene de Estados Unidos, eBay. Fundada en 1995, la compañía atrajo casi 3.000 millones de visitas en el mismo mes de julio.

El resto de las empresas están muy por detrás de los dos líderes de la competencia. Shopee, con sede en Singapur, fue la tercera plataforma de comercio electrónico más popular a nivel mundial, con 631,2 millones de visitas mensuales. Fundada en 2015, atiende principalmente al mercado del sudeste asiático.

El minorista en línea japonés Rakuten no se quedó atrás con 590,8 millones de visitas mensuales.

Por su parte, el gigante minorista chino Alibaba ha tenido problemas en los últimos años, sin embargo, su brazo minorista en línea, AliExpress, sigue siendo el quinto mercado en línea más popular del mundo, con 526,4 millones de visitas.

Solo dos de los nombres restantes en la lista son originarios de Estados Unidos. La tienda en línea de Walmart ocupa el sexto lugar con 514 millones de visitas mensuales, y Etsy es la octava con 397,5 millones de visitas.

La empresa argentina Mercado Libre es la séptima plataforma de compras en línea más popular a nivel mundial. En julio, recibió 447 millones de visitas.

Taobao, de Alibaba, ocupa el noveno lugar en la lista, con 333,1 millones de visitas. Wildberries, con sede en Rusia, completa el top ten con 279,8 millones de visitas.

Al observar los números de diferentes regiones geográficas, Amazon lidera el mercado en EU, el Reino Unido y Europa.

En Estados Unidos, Amazon recibió 2.700 millones de visitas, colocándose como la plataforma más popular del país. Además, recibió 1.070 millones de visitas en Europa y 400 millones de visitas en el Reino Unido, eBay es la segunda plataforma más popular en los tres mercados.

Taobao es la plataforma más popular de China, con 333,1 millones de visitas. Pinduoduo lo sigue en el segundo lugar.

Mercado Libre es la plataforma más popular del mercado latinoamericano, con 447 millones de visitas de la región.

AliExpress, con sede en China, es la segunda plataforma de compras en línea más popular de América Latina.

El reporte señala que existe una desalineación de los objetivos empresariales de la IA, y los profesionales de CX afirman tener menos confianza en su propia comprensión de la IA. El porcentaje de los que afirman estar entre moderada y extremadamente familiarizados con la IA en el centro de contacto ha descendido del 93% de hace un año al 87%. Del mismo modo, el número de encuestados que caracterizan la aplicación de la tecnología de IA en su organización como más avanzada cayó al 35%. La resistencia al cambio dentro de sus organizaciones y la falta de visión estratégica fueron los obstáculos más citados.

## La **evolución** del Contact Center y la experiencia del cliente digital.

La tecnología de los contact center evoluciona para mejorar la experiencia de compra en el entorno digital. Experiencias personalizadas y únicas, un autoservicio ágil o realizar una medición correcta del proceso permite a las empresas ofrecer mejores interacciones y servicios.

De acuerdo con un estudio de PwC, la mitad de los consumidores emplea más la tecnología para comprar productos o servicios hoy que antes de la pandemia, lo que obliga a las empresas a cambiar sus estrategias para conectar con ellos.

La experiencia de compra que esperan es más digital, y los contact centers tienen que evolucionar para crear vínculos más estrechos con el nuevo perfil de consumidor. Para hacerlo, las organizaciones deben centrarse en estos cuatro aspectos, de acuerdo con los especialistas de Enreach en este campo:

- Ofrecer experiencias personalizadas: Los usuarios prefieren recibir mensajes personalizados que satisfagan sus necesidades individuales, muchos estudios han comprobado que aunque la tecnología siga avanzando, los clientes necesitan sentirse comprendidos. Es por ello que los agentes deben recurrir al histórico de contacto de los clientes y utilizar la recopilación de los datos anteriores para ofrecer un servicio acorde a sus necesidades y preferencias, para así brindar una experiencia única.

Una de las estrategias que aportan valor y personalización en este customer journey es la llamada gratificación automática, donde el viaje no acaba en la compra, sino que inmediatamente se le comienza hacer un seguimiento dándole las gracias de forma individual y pidiendo una valoración para que sienta que su opinión es importante.

- Impulsar el autoservicio: El 96% de los consumidores acuden a esta práctica cuando inician la primera toma de contacto con las empresas y desean resolver el caso por sí mismos. Esto es así en parte gracias a los grandes avances tecnológicos, como los de la Inteligencia Artificial (IA), que permiten a los usuarios solucionar con autonomía las incidencias de menor calibre con el uso de bots automatizados. Esto otorga mayor agilidad y satisfacción del cliente.

- Ofrecer diferentes vías de comunicación: La omnicanalidad ha ganado peso con el paso del tiempo dado que ofrece al cliente la posibilidad de ponerse en contacto con la empresa a través de diferentes canales de comunicación como chat, llamada telefónica o SMS. Esta estrategia coloca al consumidor en el centro, aportándole soluciones mejoradas que se acoplen a sus preferencias y necesidades. Es por ello que la omnicanalidad pasa a ser determinante para obtener una buena experiencia de cliente, el cual puede resolver sus dudas desde cualquier parte del mundo mediante el método que prefiera. De hecho, las compañías que apuestan por esta estrategia, logran retener hasta a un 89% de los consumidores, según Cybra.

- Sistema de métricas: Es necesaria la medición de los resultados para recopilar las acciones que están funcionando y las que no, así como la calidad del servicio. Se podría tener en cuenta aspectos como el tiempo de respuesta (FTR) o la tasa de resolución del primer contacto (FCR) para detectar si se está a la altura de lo esperado por el cliente.

## Compras digitales, IA y experiencias personalizadas.

Ya no cabe duda que una de las consecuencias de la pandemia y el estricto confinamiento implementado a nivel mundial, los negocios aceleraron su transformación digital.

Así, el sector minorista fue pionero en su innovación, reinventándose a sí mismo, aprovechando la adopción de nuevas tecnologías para impulsar mejores experiencias digitales para los clientes.

Durante el webinar "Retail: A la vanguardia de la evolución del negocio digital On-demand" llevado a cabo por Dynatrace, Claudia Medina, Gerente de Soluciones Empresariales IDC Latinoamérica, señaló que el sector retail debe su rápido avance tecnológico a iniciativas digitales como la computación en la nube, la externalización y la integración de ecosistemas.

En palabras textuales la ejecutiva afirmó: "Recientemente, la digitalización ha avanzado más rápido que nunca. En este escenario, se trata de una situación de 'innovar o morir' para las empresas, ya que no solo sus consumidores lo demandan, sino que también comienzan a verlo en sus competidores, y esto los pone en riesgo de quedarse atrás".

De acuerdo con el estudio Pillars of Resilience de IDC, para 2025 el 50 % de las compras digitales aprovecharán la inteligencia artificial (IA) para ofrecer experiencias personalizadas a los usuarios.

Proporcionar experiencias de cliente perfectas se ha posicionado como una de las áreas de innovación más importantes de cara a los próximos tres años, seguida por el ecosistema, la estructura de costos y la distribución.

Francisco Merino, Gerente de Ingeniería de Dynatrace – SOLA, explicó cómo Dynatrace OneAgent hace posible que las organizaciones optimicen sus operaciones en línea, al visualizar y analizar cada interacción del usuario con el sistema.

En palabras textuales de Merino, Engineer Manager SOLA – Dynatrace, en el marco del webinar: "Una vez instalado en el host, Dynatrace detecta todos los componentes, aplicaciones, microservicios e infraestructura para proporcionar una observabilidad de extremo a extremo. La plataforma única mapea automáticamente cada dependencia y analiza cualquier anomalía que surja. El motor de Inteligencia Artificial se ejecuta automáticamente y no necesita configuración manual".

Este nivel de conocimiento y automatización será fundamental para el futuro del retail, ya que la experiencia del cliente constituye una tendencia firme a tener en cuenta en un mercado cada vez más interconectado y competitivo.

## Comunicaciones láser para Internet de alta velocidad.

Alalyria Technologies es una empresa creada por investigadores otrora de Google que decidieron resucitar proyectos fallidos como Loon en un nuevo sistema de comunicaciones láser para ofrecer Internet de alta velocidad.

Se trata de una startup independiente heredando la tecnología de proyectos fallidos de Alphabet (la matriz de Google), como el Proyecto Taara, que a la vez fue el sucesor del proyecto Loon, el cual buscaba llevar Internet a los lugares más recónditos del mundo con globos suspendidos en la estratósfera.

Aseguran que su tecnología de comunicaciones por rayos láser mejora radicalmente la conectividad inalámbrica entre la Tierra y el espacio, en comparación con las comunicaciones por satélite.

De acuerdo con un comunicado, la tecnología láser de Aalyria ofrece velocidades de conexión inalámbrica de hasta 1.6 Tbps y admite redes de comunicaciones con hasta 15 millones de enlaces posibles. Esta red promete conectar desde aviones, automóviles, trenes, barcos y hasta una estación espacial o un rover en Marte.

En palabras de Chris Taylor, fundador y director Ejecutivo de Aalyria: "En cualquier otro lugar del sistema solar, la conexión debería ser tan buena como en su hogar. Podemos entregar un gigabit por segundo a cada asiento de un avión".



La oferta de Aalyria se basa en dos tecnologías que surgieron de los proyectos de Google:

**Tightbeam:** Un sistema de comunicación óptica de espacio libre que permite transmitir datos de forma inalámbrica a través de la luz entre estaciones base y sus receptores finales. Su funcionamiento se asemeja al cable de fibra óptica pero es mucho más flexible, ya que usa como medio de transmisión el aire. Esta tecnología era conocida anteriormente como Proyecto Sonora, que fue utilizada a su vez para el Proyecto Taara, cuyo principal éxito ha sido proporcionar Internet en una comunidad de África a través de un río.

**Spacetime:** Plataforma de software basada en la Nube para orquestar y administrar redes de estaciones terrestres, aviones, satélites, barcos, mallas urbanas y más, surge del software con nombre clave Mikowsky que era utilizado por Google para gestionar la conexión entre los globos de Loon mientras se movían.

La tecnología de comunicaciones por rayos láser se ha enfrentado durante años a los factores ambientales como el calor, la lluvia, las nubes y la niebla, siendo los principales problemas que interrumpen la señal.

No obstante, los ingenieros detrás de Aalyria afirman que han trabajado durante 20 años combinando hardware con algoritmos avanzados para superar estos retos y revertirlos, reduciendo las interferencias ambientales.

## El crecimiento de la mensajería móvil para empresas.

El mercado de mensajería móvil para empresas moverá 78.000 millones de dólares en 2025 gracias al crecimiento de la mensajería enriquecida, lo cual supone un crecimiento superior al 50% en cinco años, puesto que la previsión para el cierre de 2022 es que ese segmento de la industria de las telecomunicaciones se ubique en torno a los 48.000 millones de dólares.

Todo lo anterior, según el informe de Juniper Research en el que se expone que el avance de 63% que se producirá en apenas cinco años hay que buscarlo en la adopción cada vez más extendida de los Servicios de Comunicación Enriquecidos, o RCS (por sus siglas en inglés) por parte de las empresas. La ventaja es el aprovechamiento del cifrado de extremo a extremo y las identidades verificadas del remitente que, justamente, RCS habilita y permite reducir el fraude.

Se trata de una alternativa que confluye con el avance hacia la transformación digital y el mundo hiperconectado con 5G, donde los incidentes informáticos también serán más sofisticados pues masivos ya son. El protocolo de RCS incorpora contenido enriquecido, como alta calidad de imagen, videos y carruseles (de imágenes y/o videos) dentro de la aplicación de mensajería predeterminada de un teléfono inteligente.

Y si el negocio de la mensajería enriquecida crecerá en los niveles mencionados más arriba, hay que mirar también cómo será ese incremento a nivel de mensajes. En estos cinco años la expectativa es que se pase de 161.000 millones de mensajes RCS previstos para finales de 2022 a más de 639.000 millones de cara a 2027. Este fenómeno será protagonizado, justamente, por aquellas empresas que se manejan con datos sensibles, tal como sucede con la banca y la salud, que irán migrando el tráfico que hoy se produce a través de SMS a canales más seguros.

El informe de Juniper dice al respecto: "Si bien la verificación del usuario a través de RCS actúa como un primer paso en la prevención del fraude de mensajes, los jugadores malintencionados

identificarán cada vez más formas de eludir este requisito", razón por la que sugiere a los proveedores de servicios de telecomunicaciones a contar con cortafuegos y priorizar, así, la detección precisa de contenido malicioso, que va desde el spam, que también se distribuye con mensajes multimedia, hasta otras trampas más sofisticadas que pueden realizarse desde cualquier sistema de mensajería.

Estados Unidos será uno de los protagonistas puesto que la previsión es que, en 2027, se envíen más de 170.000 millones de mensajes enriquecidos solo en este país, si Apple decide introducir soporte para el protocolo de mensajería sobre iOS en los próximos tres años. De ser así, Estados Unidos capturará prácticamente un cuarto de todo lo que se estima a nivel global en términos de mensajes RCS. No hay que olvidar, de todos modos, que un año atrás se supo también que China se preparaba para lanzar un servicio de mensajería 5G a nivel nacional. Será otro escenario interesante para analizar.





## El mercado de **Contact Center** como servicio crecerá un **16,8%** anual hasta **2031**.

Una experiencia del cliente mejorada y sin fisuras y la disminución de los costos operativos han impulsado el crecimiento del mercado global de contact centers como servicio (CaaS por sus siglas en inglés).

Por ofertas, el segmento de servicios registrará el crecimiento anual más alto, cifrado en un 21,9%. Sin embargo, el segmento de soluciones representó más del 90% del mercado en 2021.

Allied Market Research expone en un informe que la industria global de contact center como servicio (CaaS), que ingresó 4.300 millones de dólares en 2021, se espera que alcance los 19.800 millones para 2031, registrando una tasa de crecimiento medio anual (CAGR) del 16,8% de 2022 a 2031.

La demanda de una experiencia de cliente de extremo a extremo mejorada y sin fisuras, y la disminución de los costos operativos debido a la adopción de CaaS, han impulsado el crecimiento de este mercado.

No obstante, las preocupaciones con respecto a la ciberseguridad ralentizan el crecimiento del mercado. Por el contrario, el aumento de la necesidad de contact centers basados en interfaces de programación de aplicaciones abriría nuevas oportunidades en el futuro.

Se estima que el segmento de servicios registrará la CAGR más alta, del 21,9%, durante el período de pronóstico. Por su parte, el segmento de soluciones tuvo la mayor participación en 2021, representando más del 90% del mercado global de CaaS.

Por tamaño de organización, el segmento de grandes empresas tuvo la mayor participación en 2021, contribuyendo a más de dos tercios del mercado global de CaaS, ya que las grandes corporaciones pueden beneficiarse enormemente de esta tecnología.

Además, CaaS libera a las grandes empresas de las preocupaciones sobre los problemas tecnológicos del procesamiento de sus enormes cantidades de datos y permite que la fuerza laboral de las grandes empresas trabaje con horarios más flexibles.

Se proyecta que el segmento de las pymes manifieste la CAGR más alta del 18,4% durante el período de pronóstico.

Se prevé asimismo que el segmento de atención médica experimente la CAGR más alta, cifrada en un 20,4%, durante el período de pronóstico, debido a la adopción de la telemedicina y las recetas electrónicas.



## El metaverso y la educación universitaria.

Las tecnologías del metaverso ayudarán a democratizar la educación de calidad a nivel global. Un estudio realizado por The New Consumer concluye que cerca del 50% de las personas de la Generación Z se sienten más identificadas con ellas mismas dentro de los entornos en línea.

Lo anterior, marca una tendencia de transformación en varios sectores como el de la tecnología educativa o EdTech, generando un impacto sin precedentes en el ramo y mostrando la revolución de cambios que se generarán en el mismo.

Veamos algunas tendencias que nos indican cómo las tecnologías del metaverso cambiarán la educación universitaria y la capacitación empresarial:

**Potencial de los entornos virtuales:** Se han masificado diversas plataformas que han aportado importantes avances para cimentar en las mentes de los estudiantes las dinámicas y códigos de comportamiento (etiqueta digital) así como hábitos saludables de uso y medidas de seguridad. Este nivel de alfabetización digital sería impensable sin el boom de plataformas como Roblox, Minecraft o Fortnite que a temprana edad ayudan a los más jóvenes a adquirir habilidades de las que se beneficiarán cuando accedan a programas formativos de la próxima década.

**Calidad del aprendizaje:** Al permitir la exploración de manera personalizada que los estudiantes podrán realizar en los entornos educativos del metaverso, se espera un salto cuántico en la manera como las instituciones educativas reconfiguran su oferta académica para crear programas más flexibles y efectivos.

**Gamificación y enseñanza:** La implementación de tecnologías inmersivas en el proceso educativo permitirá una experiencia más intensa y lúdica para los estudiantes que no solo mejorará su engagement con su propia preparación, sino que también mejora considerablemente la efectividad del aprendizaje.

**La democratización de la educación de calidad:** Con el desarrollo del metaverso para el sector educativo se presenta una oportunidad de un mayor mercado para el negocio de las instituciones educativas, incrementando su matrícula a geografías antes no exploradas, para crecer en sus mercados existentes o beneficiarse de mercados adyacentes.

**Nuevas formas de entender al estudiante y al profesor:** Los roles como los conocemos al día de hoy evolucionarán para adaptarse al modelo educativo y el entorno donde se presenta el contenido, en el metaverso el profesor deberá adoptar más un rol de facilitador, mentor y guía. Mientras el estudiante dejará de ser pasivo para convertirse en el protagonista de aventuras, en un capitán de barco que elegirá qué islas del conocimiento humano quiere conocer y dominar.

**Inclusión de nuevos socios en los programas formativos:** Las instituciones educativas comenzarán a generar sociedades más estrechas con empresas de tecnología y alianzas con los diversos sectores industriales para el desarrollo de contenidos para el metaverso educativo, generando en conjunto programas educativos cada vez más vivenciales y específicos para las necesidades del mundo empresarial.



## El primer CRM en tiempo real

Se trata de Salesforce Genie, una plataforma de datos en tiempo real que impulsa el tejido Salesforce Customer 360. Las empresas pueden convertir los datos en el alma máter de la experiencia para los clientes, proporcionando experiencias fluidas y altamente personalizadas en diferentes áreas que se adaptan a la información y necesidades cambiantes de los clientes en tiempo real.

El 71% de los clientes espera que cada interacción con una empresa sea personalizada. Sin embargo, los datos permanecen aislados y duplicados en la mayoría de las corporaciones. Y es que las compañías cuentan, de media, con 976 aplicaciones distintas para gestionar su negocio, lo que supone 976 versiones de un mismo cliente, lo que da lugar a experiencias digitales desconectadas. Responder a las necesidades de los clientes en tiempo real es más importante que nunca, pero se está convirtiendo en un reto a medida el volumen de datos creados, capturados, replicados y consumidos cada año no deja de crecer exponencialmente. Así, las empresas deben conectar a la perfección las interacciones digitales de los clientes y las del mundo para ofrecer experiencias más relevantes, personalizadas y atractivas en cada momento.

Genie es el 'core' de Customer 360, ingiriendo y almacenando flujos de datos en tiempo real a gran escala y combinándolos con los datos transaccionales de Salesforce. Cabe mencionar que la nueva plataforma incluye conectores que traen datos de todos los canales: móvil, web API, datos heredados a través de MuleSoft y datos históricos de lagos de datos propios. Una vez recopilados, Genie transforma y armoniza en tiempo real los datos en un gráfico de clientes con un registro de perfil de cliente unificado. Dado que Genie se construye utilizando el modelo de metadatos de Salesforce, todo lo que hay en el gráfico de clientes es visible y procesable en

todo el Customer 360, cada solución del sector, AppExchange y las aplicaciones personalizadas.

Con Genie, los servicios de automatización Einstein AI y Flow pueden aprovechar el poder de los datos en tiempo real para permitir acciones y compromisos más dinámicos y con mayor capacidad de respuesta. Einstein, que genera más de 175.000 millones de predicciones cada día, podrá ofrecer personalización y predicciones basadas en datos en tiempo real. La automatización del flujo, que ahorra a los clientes más de 100.000 millones de horas cada mes según datos de la propia compañía, permitirá utilizar datos en tiempo real para activar acciones automáticamente. Asimismo, cabe destacar que Genie se ejecuta en Hyperforce, la infraestructura de nube pública de Salesforce, lo que se traduce en controles de residencia de datos, seguridad, privacidad y cumplimiento normativo, con funciones integradas de ética de datos que gobiernan los datos y aumentan la confianza del consumidor.

Las alianzas amplían la potencia de Genie con datos, IA e innovación publicitaria, según informan desde la compañía. El intercambio seguro de datos en tiempo real y abierto entre Salesforce y Snowflake permite a Genie acceder directamente a los datos almacenados en ambas plataformas, permitiendo una visión 360 del cliente en tiempo real sin mover o duplicar datos. El programa Bring your own AI concede la posibilidad de crear nuevos modelos de IA adaptados a las necesidades del negocio y utilizarlos en tiempo real a través de Customer 360. Por otro lado, la publicidad de origen con Amazon Ads y Meta permite nuevas integraciones de privacidad para ofrecer un marketing más personalizado y eficiente a escala. Por último, la nueva colección Genie de AppExchange presenta un total de 18 socios entre aplicaciones y expertos que ayudan a las empresas a automatizar la publicidad relevante, enriquecer los perfiles de los clientes y ampliar el poder de los datos en tiempo real.

## Elementos a tomar en cuenta a la hora de implementar Asistentes virtuales.



Evidentemente los asistentes virtuales pueden optimizar la experiencia del cliente, su función principal es ser interfaz principal del usuario con el eCommerce, puede ser su primer contacto y hasta guiar toda la compra. Debe ser capaz de resolver las dudas frecuentes y guiar al usuario a lo largo de la compra, brindando una experiencia personalizada.

En palabras de Milagros Chamorro, Gerente de Contact Center y Operaciones de e.tres: "Desde e.tres trabajamos con esta tecnología, ofreciendo a nuestros clientes acompañamiento en las diferentes etapas del journey de su cliente: descubrimiento, compra y entrega del producto, que sin duda hacen una fluida experiencia de compra y alientan la fidelización y recurrencia".

Un asistente virtual puede hacer fluida la experiencia de compra e incrementar la conversión. También permite liberar recursos humanos de tareas repetitivas, para así enfocarse en consultas más complejas, optimizando la operación desde varios aspectos.

Son un recurso de soporte, pueden interactuar con el usuario en formato texto y existen también en formato voz, se orientan más a consultas frecuentes, al aporte de valor a través de información y consultas particulares de los clientes. En cambio, los chatbots son un tipo de asistente de carácter más limitado y específico. En la mayoría de los casos, sus respuestas son de carácter general y hacen referencia a un contexto lingüístico más limitado.

Entre los beneficios que conlleva implementar un asistente virtual se encuentran la posibilidad de

brindar respuestas inmediatas y personalizables, atención 24 horas al día, optimización del flujo de trabajo, experiencia personalizada y conversión. Esto se logra a través de la educación de la herramienta de forma periódica con la incorporación de vocabulario inteligente, el análisis de interacciones, la retroalimentación y el ajuste de objetivos de automatización.

Para la Gerente de Contact Center y Operaciones de e.tres, al momento de implementar esta tecnología es importante analizar:

- ✓ Alcance: Qué necesitamos que haga o no el asistente virtual.
- ✓ Conocer al cliente: saber qué espera para proporcionarle las respuestas y el pre-entrenamiento suficiente al asistente virtual como para cubrir la mayoría de las dudas más frecuentes de los usuarios.
- ✓ Personalizar las respuestas: es conveniente que tenga una 'personalidad' propia y que ofrezca un trato individualizado y agradable, enfocado en la experiencia del usuario (customer centric).
- ✓ Aprendizaje continuo: la retroalimentación y entrenamiento continuo son claves. El proyecto comienza cuando se pone al aire el asistente virtual y nunca termina. Es necesaria la supervisión permanente, implementando nuevas respuestas y funciones que sean capaces de adaptarse a las nuevas que los usuarios van requiriendo cada día.

## España: La automatización de procesos y flujos de trabajo en la mejora de la atención al cliente.

Se estima que el 63% de las organizaciones de servicios en España utilizan la automatización de procesos y flujos de trabajo, siendo el ahorro de tiempo el mayor beneficio de la automatización, seguido de la conexión con otros departamentos, la reducción de errores y la mejor atención a los clientes. En el mismo orden de ideas, el 62% ofrecen vídeo asistencia y el 56% chat en directo.

El 48% de las organizaciones cuenta con una dirección de Servicio al Cliente, una función que adquiere una importancia estratégica. De acuerdo con el informe State of Service de Salesforce, cumplir la expectativa de los clientes de una rápida resolución de sus consultas o incidencias es uno de los grandes objetivos de los servicios de atención al cliente, si bien para el 78% de los profesionales sea complicado mantener un balance entre velocidad de resolución y calidad del servicio. De ahí que los agentes se centren en la automatización de procesos y la mejora de los flujos de trabajo.

Por otra parte, aunque el teléfono y el mail siguen siendo los métodos más comunes, otras opciones como los canales sociales, chats en vivo o vídeo asistencia han tomado impulso.

Con las altas tasas de rotación en los contact centers, las compañías con servicios de atención al cliente están ofreciendo ventajas como el trabajo remoto y mejores oportunidades de desarrollo profesional.

Sólo un 35% de los participantes afirmaron trabajar a tiempo completo en una oficina. El servicio de campo, servicio in situ prestado a los clientes en sus hogares o lugares de trabajo, se ha convertido en una clara apuesta para empresas de todos los sectores.

El 82% de las organizaciones de servicio en España dicen que la operación sobre el terreno es fundamental para escalar su negocio.

En palabras de Laura Abarquero, VP de Service Cloud, Salesforce Iberia: "El servicio de Atención al Cliente se convierte en un área estratégica dentro de toda esta transformación digital en que están envueltas las empresas. La incertidumbre económica lleva a los clientes y a las empresas a reevaluar sus prioridades e inversiones, y es cada vez más importante trabajar en dos sentidos: por un lado, procesos eficientes, escalables y rápidos que dan respuesta a lo que los clientes piden y, por otro, asegurar que los clientes "vuelven", trabajando su fidelidad como una contribución directa a la generación de ingresos presentes y futuros de la compañía. La tecnología se erige como una capacitador para poder escalar el servicio, ofreciendo la calidad, la velocidad y la personalización que los clientes esperan".



## Estados Unidos: Industria inalámbrica logra récord de inversión.

La industria inalámbrica de Estados Unidos invirtió casi 35 mil millones de dólares en redes durante 2021, un crecimiento de cerca de 16%, lo que marca un nuevo récord histórico de inversión y el cuarto año consecutivo de crecimiento, según la Encuesta anual de la industria inalámbrica 2022 de la asociación de la industria móvil, CTIA.

El reporte destaca que con este monto, la industria acumula un total de 121 mil millones de dólares en inversión desde 2018, que se ha acelerado con el lanzamiento de 5G, tecnología que actualmente llega a 315 millones de estadounidenses.

Los resultados de la encuesta nuevamente mostraron aumentos en el uso de datos inalámbricos, sitios celulares y dispositivos sólo de datos, indicadores del cambio en curso hacia la economía 5G.

Con base en datos de la encuesta, el despliegue nacional de 5G se dio a una velocidad dos veces más rápida que 4G, con lo que se espera que el número de smartphones conectados a la nueva red se incrementen en 513% en 2022 hasta un total de 85 millones.

Se estima que más de 40 millones de hogares en los Estados Unidos cuentan con disponibilidad de acceso a servicios fijos-inalámbricos mediante 5G, con lo que esta opción ha crecido hasta 140 veces más rápido por número de suscriptores que cualquier otra tecnología de banda ancha cableada. El crecimiento de 5G ha comenzado a impactar también en el consumo de datos. De acuerdo con el informe, el tráfico de datos inalámbricos móviles en 2021 se disparó a 53.4 billones de megabytes.

Al cierre de 2021, la industria registró un total de 418 mil 887 sitios celulares desplegados a nivel nacional, esto sin contar las estaciones base 5G añadidas a los sitios celulares existentes. El informe reconoce la importancia de haber contado con reformas de ubicación de infraestructura federal que permitieron aliviar las barreras para el despliegue de nueva infraestructura, con lo que la industria logró añadir más de 69 mil sitios desde 2019.



El informe también destaca que la competencia de la industria inalámbrica ayudó a mantener los precios bajos durante el reciente período inflacionario. El precio de los planes ilimitados de servicio celular se ha reducido en 43% en los últimos 10 años.

En palabras de Meredith Attwell Baker, presidenta y directora Ejecutiva de CTIA: "La tecnología inalámbrica es la industria más competitiva de Estados Unidos y esa competencia continúa impulsando niveles récord de inversión para construir las redes 5G líderes en el mundo".

## Experiencia del empleado y nuevos modelos de trabajo.

Un informe elaborado por Workday Peakon Employee Voice sostiene que cada vez es más necesario que las organizaciones escuchen las inquietudes de sus trabajadores para reducir el síndrome de burnout y retener talento.

El informe analiza los cambios en el compromiso de los empleados e identifica las áreas de interés para las organizaciones durante el próximo año, revela que la adaptación a los nuevos modelos de trabajo a raíz de la pandemia, la retención del talento aplicando la analítica sobre el sentimiento de los empleados y la reducción del síndrome de burnout — síndrome de desgaste profesional en español— mediante la escucha continúan siendo áreas a priorizar.

Durante 2021, tanto el sector del software y servicios como el de la tecnología continuaron consolidando sus posiciones de liderazgo, ocupando el primer y el segundo puesto entre los 17 sectores analizados, en cuanto al compromiso general de los empleados en las organizaciones.

Otros sectores que obtuvieron buenos resultados son los relacionados con servicios comerciales, profesionales y financieros, logrando mejorar su clasificación al mantener el promedio general del compromiso en un momento en que muchos otros sectores se vieron afectados negativamente por la pandemia. Entre los sectores que registraron un descenso general del compromiso se encuentran el sanitario, el farmacéutico, el sector sin ánimo de lucro, y el de transporte. Estos mismos sectores siguieron afectados por la Covid-19 durante 2021, con una gran cantidad de empleados de primera línea que no pudieron aprovechar los beneficios del trabajo híbrido. Al tener que continuar con sus funciones durante la pandemia, es probable que las diversas implicaciones en relación a la salud y el bienestar hayan influido en el compromiso de los empleados de estos sectores.

El estudio revela un aumento en la puntuación promedio de los indicadores relacionados con el entorno laboral, entre el primer y el cuarto trimestre de 2021. Esto se debe principalmente a que las organizaciones ampliaron sus modelos de trabajo



flexible, introducidos al comienzo de la pandemia, así como las medidas adicionales diseñadas para salvaguardar la salud de los empleados en el mismo año. Algunos sectores destacaron más que otros, pero en general se constató una tendencia al alza en todas las industrias.

Para muchas organizaciones, especialmente aquellas que cuentan con una mayor cantidad de trabajadores de primera línea, el desafío radica en encontrar formas de proporcionar a los empleados un mayor grado de flexibilidad en relación a cuándo, dónde y cómo realizan su trabajo. Dado que muchos empleados están redefiniendo sus prioridades a raíz de la pandemia, éste será un aspecto clave a la hora de retener el talento en un futuro.

En 2022 y en adelante, muchas organizaciones tendrán que enfocarse en reducir los niveles de desgaste profesional, generando al mismo tiempo las condiciones para lograr un rendimiento sostenible de los empleados a largo plazo.

## Explore the **Solar System** de Google y la NASA.

'Explore the Solar System' permite acceder de manera virtual a muchas partes del Universo y comprender mejor algunos de sus secretos.

Así, Google y la NASA buscan acercar el espacio a los internautas al permitir acceder a través del buscador a más de setenta objetos -planetas, satélites o instalaciones tecnológicas- en tres dimensiones.

La agencia espacial estadounidense y Google Arts and Culture lanzaron el proyecto 'Explore the Solar System' que permitirá a los usuarios de internet acceder de una forma virtual a muchas partes del Universo y comprender mejor este insondable ámbito.

Los internautas podrán descubrir desde sus dispositivos historias relacionadas con las lluvias de diamantes de Neptuno, los gigantes gaseosos y los planetas enanos, las lunas de Saturno, la superficie rocosa de Marte o las

mejores imágenes captadas por el telescopio espacial James Webb, de acuerdo a la información otorgada por Google a través de la publicación de un comunicado.

El buscador permitirá además conocer muchos de los detalles que hacen de la Estación Espacial Internacional uno de los complejos tecnológicos más extraordinarios, o las últimas revelaciones del explorador Mars Perseverance.

El proyecto que han puesto en marcha permitirá, además de entender mejor esos objetos celestes, conocer muchos de los instrumentos científicos que utiliza la Nasa para estudiarlos.

Google expresó su satisfacción por esta colaboración con la agencia espacial estadounidense para acercar el espacio a los internautas y ayudar a los estudiantes a entender el funcionamiento del sistema solar.





in

**okdiga**<sup>®</sup>

Contact Center  
Customer Experience



# Soluciones Integrales de Contact Center.

Creadas con el  
**objetivo** de **optimizar**  
el **rendimiento** y la  
interacción de  
tu empresa.



[okdiga.com](https://okdiga.com)

+212 - 808547833

## Google no anula multa récord de más de 4.000 millones de euros.

La justicia europea asestó un duro revés al gigante estadounidense de internet Google al confirmar recientemente, una multa récord impuesta en 2018 por Bruselas por abuso de posición dominante en su sistema operativo Android.

Se desestima en lo esencial el recurso interpuesto por Google, anunció el Tribunal General, con sede en Luxemburgo. No obstante, consideró "adecuado" reducir el importe de la sanción de 4.300 a 4.100 millones de euros "para tener mejor en cuenta la gravedad y la duración de la infracción", explicó en un comunicado.

El tribunal dijo que esto "confirma en gran medida la decisión de la Comisión Europea de que Google impuso restricciones ilegales a los fabricantes de dispositivos móviles Android y operadores de redes móviles para consolidar la posición dominante de su motor de búsqueda".

La multa original fue impuesta por la Comisión Europea en 2018 y fue la más grande jamás impuesta a Google. Dijo que alrededor del 80% de los europeos usan Android y que Google le dio a sus aplicaciones, como Chrome y Search, una ventaja injusta al obligar a los fabricantes de

teléfonos inteligentes a preinstalarlos en un paquete con su tienda de aplicaciones, Play.

Google argumenta que los teléfonos Android compiten con los teléfonos Apple, que ejecutan su sistema operativo iOS y que el uso de Android aún permite a los consumidores elegir el fabricante del teléfono el operador de la red móvil y la capacidad del dispositivo para eliminar las aplicaciones de Google e instalar otras nuevas.

En su sentencia el Tribunal General dijo que la nueva multa era "adecuada dada la importancia de la infracción".

Señaló que el modelo de negocios de Google "se basa principalmente en aumentar el número de usuarios de sus servicios de búsqueda en línea para poder vender sus servicios de publicidad en línea", mientras que Apple se enfoca en la venta de dispositivos móviles inteligentes de alta gama.

Google argumenta que esto le permite mantener la mayoría de sus servicios gratuitos. La empresa aún puede apelar la decisión ante el tribunal supremo de la UE.



## Huawei: 5.5G para unir 5G a 6G

Durante la Industry Conference & Exhibition (IC&E) 2022, realizada en París y organizada por Next Generation Mobile Networks (NGMN) Alliance, el Dr. Wen Tong, Huawei Fellow y CTO de Huawei Wireless, pronunció un discurso de apertura titulado «Uniendo el 5G al 6G», donde Tong explicó las fuerzas impulsoras y los planes que pueden ayudar a que el 5G evolucione al 6G, y señaló que 5.5G es un paso necesario para acelerar este desarrollo.

Las redes 5G se están desarrollando en todo el mundo, con hasta 40 estaciones base disponibles en promedio por cada 10 mil usuarios. En China, el 5G presta servicios a más de 30 industrias verticales, creando directamente una producción económica por valor de 1,3 billones de dólares estadounidenses en 2021.

Las aplicaciones 2C y 2B emergentes requieren avances adicionales en las capacidades del 5G, y esto está impulsando la evolución al 5.5G, que se definirá por las mejoras en la banda ancha móvil mejorada (eMBB), la comunicación ultra confiable de baja latencia (URLLC) y las comunicaciones masivas tipo máquina (mMTC), y también nuevas capacidades para detección, Internet de las Cosas (IoT) pasivo, posicionamiento e inteligencia. Con ellos, el 5.5G podrá admitir un enlace descendente de 10 Gbps, un enlace ascendente de 1 Gbps, 100 mil millones de conexiones de nivel e inteligencia nativa, y se embarcará en un nuevo viaje del 5G.

El ancho de banda ultra alto solo es posible con espectro suficiente, y esto destaca la necesidad urgente de utilizar completamente los recursos por debajo de 100 GHz. Al agregar un ancho de banda de 200 a 400 MHz de la banda de 6 GHz y un ancho de

banda de 800 MHz de mmWave a los conjuntos de espectro existentes de 100 MHz FDD y 100 MHz TDD, la industria podrá llevar 10 Gbps a todos los usuarios en cualquier momento y a cualquier lugar.

El desacoplamiento de enlace ascendente-descendente para la convergencia multibanda es la base del enlace ascendente de 1 Gbps.

La digitalización de la industria requiere que el enlace ascendente sea mucho más potente que el enlace descendente. Con el desacoplamiento de enlace ascendente-descendente, el espectro de enlace ascendente y enlace descendente en diferentes bandas se puede combinar de manera flexible para admitir 2B, incluido el espectro FDD existente y el espectro solo de enlace ascendente recientemente definido. A través del desacoplamiento de enlace ascendente/descendente, será posible la convergencia de espectro para garantizar un enlace ascendente de 1 Gbps.

Hasta la fecha, el desacoplamiento de enlace ascendente-descendente se ha comercializado en la minería, el acero y muchas otras industrias para garantizar un enlace ascendente de 1 Gbps para la transmisión simultánea de 100 canales de videos HD, control remoto de 360° y otras aplicaciones 2B. En resumen, y en palabras textuales del Dr. Tong: "el 5.5G unirá el 5G al 6G. El 5.5G y el 6G serán fundamentales para vincular el mundo físico con los mundos digitales e inteligentes. El éxito de la industria móvil depende de la estandarización unificada y la colaboración de la industria. Avancemos juntos al 5.5G e impulsemos la colaboración para acelerar la madurez tecnológica para un futuro sostenible".



## La estrategia ambiental de Samsung.

Con el objetivo de adherir los esfuerzos integrales que se realizan alrededor del mundo, Samsung Electronics dio a conocer su nueva estrategia ambiental, que incluye compromisos para lograr emisiones netas de carbono cero en toda la empresa, planes para usar más energía renovable, invertir e investigar sobre nuevas tecnologías para desarrollar productos energéticamente eficientes, aumentar la reutilización del agua y desarrollar tecnología de captura de carbono.

La estrategia es lograr cero emisiones netas de carbono para todas las operaciones en la División Device eXperience (DX) para 2030, y en todas las operaciones globales, incluida la División Device Solutions (DS), para 2050. La División DX abarca los negocios de electrónica de consumo de la empresa, incluidos Mobile eXperience, Visual Display, Digital Appliances, Networks y Health & Medical Equipment, mientras que la División DS incluye los negocios de Memoria, Sistema LSI y Fundición.

Samsung también se unió a RE100, una iniciativa global dedicada a buscar energía 100% renovable, para lograr satisfacer las necesidades de energía eléctrica de todos los mercados internacionales en los que opera, fuera de Corea, con energía renovable dentro de cinco años. Además, Samsung desarrollará nuevas tecnologías e implementará más prácticas sostenibles.

En palabras de Jong-Hee Han, vicepresidente y director Ejecutivo de Samsung Electronics: "La crisis climática es uno de los mayores desafíos de nuestra era. Las consecuencias de la inacción son inimaginables y requieren la contribución de cada uno de nosotros, incluidas las empresas y los gobiernos. Por eso, Samsung está respondiendo a las amenazas del cambio climático con un plan integral que incluye la reducción de emisiones, nuevas prácticas de sustentabilidad y el desarrollo de tecnologías y productos innovadores que son mejores para nuestro planeta".

El compromiso medioambiental de Samsung también abarca un esfuerzo de toda la empresa para mejorar la circularidad de los recursos a lo largo de todo el ciclo de vida del producto, desde el abastecimiento de materias primas hasta el reciclaje.

A su vez, incluye inversiones en nuevas tecnologías para reducir las emisiones de los gases de proceso, así como para reducir el consumo de energía en los productos de consumo y explorar tecnologías de captura y utilización de carbono y abordar las partículas nocivas en el aire.

Para lograrlo, la empresa invertirá más de 7 billones de wones, lo equivale a unos 5 mil millones de dólares, para ejecutar sus iniciativas ambientales para 2030. Cabe aclarar que la cifra de inversión excluye los costos relacionados con la expansión del uso de energía renovable.



in

Soluciones integrales en **Auditorias**,  
**cursos** y **Customer Experience**  
para Contact Center.

**ParadaVisual**  
Para el mejoramiento del Cliente y el Operativo en el Contact Center

**agenciaLEADS**  
Lead Management B2B

**okaiqa**  
Contact Center

**dial900**  
Call Center

**desCuelgo**  
Para el mejoramiento del Cliente

**troncaVOIP**  
CALL CENTER TECHNOLOGY

**mejora tu experiencia**



[www.mejoratuexperiencia.com](http://www.mejoratuexperiencia.com)

## Las criptomonedas en la mira de la ONU.

Se deben tomar medidas para frenar el auge de las criptomonedas en los países en desarrollo, dijo Naciones Unidas, diciendo que estas monedas digitales constituyen "un activo financiero inestable que puede implicar riesgos y costos sociales". Según la UNCTAD, los beneficios de las criptomonedas se ven eclipsados por las amenazas que representan para la estabilidad financiera, la movilización de recursos internos y la seguridad de los sistemas monetarios.

Las criptomonedas son una forma alternativa de pago. Las transacciones se realizan digitalmente a través de una tecnología encriptada, conocida como blockchain.

El uso de criptomonedas ha aumentado a nivel mundial a un ritmo sin precedentes durante la pandemia de COVID-19, reforzando una tendencia que ya está en marcha. Actualmente hay alrededor de 19.000. En 2021, entre los 20 países principales con la mayor proporción de población que posee criptomonedas, 15 eran países en desarrollo.

Ucrania encabezó la lista con un 12,7 %, seguida de Rusia y Venezuela, con un 11,9 % y un 10,3 %, respectivamente. La primera nota de la agencia de la ONU titulada "No es oro todo lo que reluce. No regular las criptomonedas es muy costoso" examina las razones de la rápida adopción de las criptomonedas en los países en desarrollo, incluida la facilitación de las remesas y la protección contra la inflación de las monedas fiduciarias.

Pero "los recientes impactos en las monedas digitales en los mercados sugieren que es arriesgado tener

criptomonedas. Si un banco central interviene para proteger su estabilidad financiera, entonces el problema se vuelve público", dijo la UNCTAD. Además si las criptomonedas continúan desarrollándose como medio de pago, o incluso para reemplazar extraoficialmente a las monedas nacionales, es la "soberanía monetaria" de los países la que podría estar en peligro, advirtió la agencia de la ONU.

Un sistema de pago digital de servicio público nacional debe abordar al menos algunas de las razones del uso de criptomonedas y limitar la expansión de las criptomonedas en los países en desarrollo, señaló la UNCTAD.

El informe de política más reciente examina cómo las criptomonedas se han convertido en un nuevo canal para socavar la movilización de recursos internos en los países en desarrollo y advierte sobre los peligros de hacer "demasiado poco, demasiado tarde".

De hecho, si bien las criptomonedas pueden facilitar las remesas, la UNCTAD advirtió que también podrían permitir el fraude y fomentar la evasión de impuestos a través de flujos financieros ilícitos, como un paraíso fiscal donde es difícil identificar quién posee. Por lo tanto, las criptomonedas también pueden obstaculizar la efectividad de los controles de capital, un instrumento clave para que los países en desarrollo preserven su margen de maniobra y su estabilidad macroeconómica, señaló la agencia de la ONU.



## Las principales tendencias globales en materia tecnológica

Los avances tecnológicos dan a las empresas, los gobiernos y las instituciones del sector social múltiples beneficios como la productividad, optimización de procesos, accesibilidad, entre otros. La consultora McKinsey & Company, compartió los resultados de su investigación global McKinsey Technology Trends Outlook 2022.

Para evaluar el desarrollo de cada tendencia, el equipo recopiló datos sobre cinco medidas tangibles de actividad: patentes (innovación), investigación, noticias, búsquedas e inversión.

Adicionalmente, uno de los factores que se analizó por cada tendencia tecnológica fue el de nivel de adopción, el cual se refiere a cómo las tecnológicas tienen la capacidad de ser mejor adoptadas en diversos sectores empresariales.

Identificaron 14 de las tendencias tecnológicas más importantes que se están desarrollando en la actualidad. Entre las principales conclusiones del informe, se encuentran las siguientes:

- Las 14 tendencias son: Conectividad avanzada, Inteligencia Artificial aplicada, Computación en la nube y perimetral, Tecnologías de realidad inmersiva, Industrialización del aprendizaje automático, Desarrollo de software de última generación, Tecnologías cuánticas, Arquitecturas de

confianza e identidad digital, Web3, Futuro de la bioingeniería, Futuro de energías limpias, Futuro de la movilidad, Futuro de las tecnologías espaciales y Futuro del consumo sostenible.

- Las 4 tendencias con mayor adopción generalizada son: Inteligencia Artificial aplicada, Conectividad avanzada, Futuro de la bioingeniería y Computación en la nube y perimetral, que tienen aplicaciones viables en más industrias que otras.

- Los 6 sectores que aplican más tendencias tecnológicas son TI y electrónica, aeroespacial y defensa, telecomunicaciones, petróleo y gas, automotriz y ensamblaje, y productos farmacéuticos y médicos.

- La tendencia con la mayor innovación durante el periodo 2018 – 2021 fue la Inteligencia Artificial aplicada.

- Las 5 tendencias que presentaron una mayor inversión durante el 2021 fueron: Futuro de energías limpias (USD 257 mil millones), Futuro de la movilidad (USD 236 mil millones), conectividad avanzada (USD 166 mil millones), IA aplicada (USD 165 mil millones) y computación de nube y perimetral (USD 136 mil millones).

## LG presenta 'Life Reimagined' en IFA 2022.

En IFA 2022, LG Electronics (LG) presenta una amplia gama de soluciones de vida inteligente diseñadas para satisfacer las necesidades y los gustos de los consumidores en un mundo cambiante. Bajo el tema de la exposición "La vida reinventada", la compañía muestra sus innovaciones de vanguardia centradas en el consumidor que brindan nuevas posibilidades y experiencias a la vida cotidiana.

Al ingresar al stand de LG (Hall 18, Messe Berlin) en IFA, los visitantes son recibidos por el impresionante televisor OLED de 97 pulgadas. El televisor OLED más grande del mundo, el modelo G2 de 97 pulgadas, añade una nueva dimensión al entretenimiento en casa con su calidad de imagen OLED auto iluminada, sus avanzadas tecnologías de procesamiento de imágenes basadas en IA y su impresionante escala. Varios de los últimos televisores de pantalla grande de gama alta de LG se exhibirán en la IFA de este año, incluido el galardonado televisor LG SIGNATURE OLED 8K de 88 pulgadas. El enorme Micro LED 4K de 136 pulgadas (3840 x 2160) de LG también se exhibe en Berlín. Esta innovadora solución de entretenimiento doméstico ofrece una calidad de imagen de primera clase a una escala espectacular, combinando píxeles micrométricos auto iluminados con un diseño modular.

Los visitantes del stand de LG también tendrán la oportunidad de disfrutar de una experiencia de juego OLED envolvente en la zona Flex Arcade de estilo retro. En el interior hay varias estaciones de juego en las que los visitantes pueden probar nuevos juegos

de consola y clásicos de la vieja escuela en los televisores OLED de última generación de LG, incluido el primer televisor OLED flexible de 42 pulgadas del mundo: el flamante LG OLED Flex. El Flex, que ofrece "20 curvas en una pantalla" y una serie de funciones y ajustes centrados en el jugador, permite a los usuarios personalizar su configuración de juego como nunca antes.

El stand de LG también incluye la Zona de Estilo de Vida, donde los visitantes pueden descubrir una amplia gama de productos y servicios de LG que pueden adaptarse a cualquier gusto o preferencia. La Zona de Estilo de Vida ofrece un impresionante escaparate con los últimos televisores de estilo de vida de LG de la colección LG OLED, sus últimas soluciones de audio, como el distintivo altavoz inalámbrico LG XBOOM 360, así como muebles y accesorios exclusivos para el hogar de la marca holandesa de estilo de vida premium Moooi.

Otras innovaciones que se exponen en IFA son la Solución Total para el Cuidado del Calzado de LG, el LG Styler™ ShoeCase y ShoeCare, modelos de lavadoras y secadoras AI que hacen que la gestión de la colada sea más rápida y cómoda, y Aero Furniture: un purificador de aire de sobremesa que difumina las líneas entre los muebles y el manejador de aire de alto rendimiento. Los asistentes a IFA también podrán conocer los últimos monitores de LG que mejoran la ergonomía y la productividad en la Ergo Monitor Workstation, y su creciente selección de monitores para juegos en la UltraGear Gaming Monitor Play Zone.

#LGIFA2022  
SEP 2-6 2022  
Hall 18, Messe Berlin

# LIFE RE-IMAGINED



## Meta estimula investigación en el ámbito de la Inteligencia Artificial.

Con la creación de Fundación PyTorch, Meta busca garantizar que la investigación en Inteligencia Artificial sea abierta y colaborativa.

Mark Zuckerberg, fundador de Meta, ha anunciado que PyTorch, uno de los principales marcos de investigación de Inteligencia Artificial (IA) impulsado por la comunidad, se convertirá en Fundación PyTorch que a su vez será parte de Fundación Linux.

El objetivo es un consorcio tecnológico cuya misión principal es el desarrollo colaborativo de software de código abierto.

Meta continuará con las inversiones en PyTorch y lo usará como marco principal para las aplicaciones de investigación y producción de Inteligencia Artificial en la compañía.

Desde 2016, cuando se asociaron con la comunidad de Inteligencia Artificial para crear el marco PyTorch para la investigación de esta tecnología, la colaboración abierta ha sido esencial para su éxito.

Miles de colaboradores han construido más de 150 mil proyectos, y con ello, PyTorch se ha convertido en una de las principales plataformas de investigación y producción en la comunidad de Inteligencia Artificial.

Según Meta: "En el futuro, los contribuyentes del marco se beneficiarán de la sólida gobernanza, el liderazgo y las inversiones adicionales proporcionadas por los nuevos socios de la Fundación PyTorch. La Fundación se esforzará por adherirse a cuatro principios: permanecer abierta, mantener una marca neutral, mantenerse justa y forjar una fuerte identidad técnica. Una de sus principales prioridades será mantener una clara separación entre el gobierno comercial y técnico de PyTorch".

La ciencia abierta es el núcleo de su trabajo en Inteligencia Artificial, y afirmó que lo es al liberar código para grandes modelos de lenguaje, sistemas de visión por computadora auto supervisados, nuevos conjuntos de datos innovadores, plataformas de Inteligencia Artificial incorporadas y mucho más.

Meta estima que dicho enfoque permite el progreso más rápido en la construcción e implementación de nuevos sistemas que abordarán las necesidades del mundo real y responderán preguntas fundamentales sobre la naturaleza de la inteligencia.

Y concluyen: "Con la creación de la Fundación PyTorch, toda la comunidad de IA está posicionada para impulsar el campo de innumerables formas nuevas y emocionantes".



## Meta: 4 consejos para hacer crecer su negocio con Reels.

Meta, antes conocida como Facebook, revela los 4 mejores consejos para que los creadores de contenido en su plataforma de Instagram hagan crecer su negocio.

Los carretes se están convirtiendo en la mayor palanca para el crecimiento de la participación en Instagram, ofreciendo la mejor manera de evitar la disminución de la capacidad de atención y hacer crecer su negocio a través de una relación fuerte y duradera con sus clientes.

Los carretes ya representan más del 20% del tiempo que la gente pasa en Instagram y en comparación con esta época del año pasado.

Estos formatos son una gran manera de hacer crecer su comunidad y ayudar a las marcas a llegar a la Generación Z y a las audiencias más jóvenes, así como a desarrollar relaciones más auténticas con los clientes. De hecho, el compromiso de los usuarios de entre 18 y 24 años en Reels es el doble del compromiso medio. Los carretes también contribuyen al crecimiento del negocio, no sólo de forma incremental a través de la construcción de la marca y el descubrimiento, sino que también impulsan las ventas.

He aquí algunas de las mejores prácticas desarrolladas por Anna Germanos, Directora de CPG, Retail & E-commerce para la región MENA en Meta. Muestran cómo crear atractivos Reels para hacer crecer el negocio y alcanzar los objetivos deseados.

Utilice transiciones cautivadoras, experimente con extractos musicales,

pruebe estilos de narración que destaquen un mensaje, una tarea o un producto para atraer a la audiencia y mantener su atención.

Atraiga al público destacando un gancho y premiando su participación. Cree contenidos que sean relacionables, reconocibles y reproducibles. Invita a la comunidad a interactuar y a iniciar una conversación en los comentarios. Las tomas entre bastidores suelen ser más accesibles y mostrar al público esos momentos especiales puede ayudarles a sentirse partícipes.

Los creadores no sólo generan nuevas tendencias y entretienen al público, sino que también son una fuente de confianza para las recomendaciones. Un estudio reciente de Edelman reveló que el 63% de los jóvenes de 18 a 34 años confía más en lo que un influencer dice de una marca que en lo que la marca dice de sí misma en la publicidad.

Los carretes ayudan a las marcas a acceder a un grupo muy amplio de nano y micro creadores que dominan la narración y saben cómo construir una relación auténtica con su público. Esto significa pensar en la mejor manera de ampliar el alcance de la marca y la audiencia con los creadores aprovechando el contenido de marca y los anuncios de marca.

El diseñador de Reels puede etiquetar los productos para que la audiencia pueda comprar y saber más sobre los productos presentados. Esta función facilita a los usuarios la compra cuando se inspiran o descubren a sus diseñadores favoritos.

## MySQL HeatWave de Oracle en Amazon Web Services.

Oracle anunció la disponibilidad de MySQL HeatWave entre los servicios de Amazon Web Services (AWS). La herramienta que permite ejecutar cargas de trabajo de procesamiento en línea (transacciones, análisis y aprendizaje automático) mediante una única base de datos MySQL Oracle, estará disponible para los usuarios de AWS.

En palabras de Edward Screven, arquitecto corporativo jefe de Oracle: "Muchos de nuestros clientes de MySQL HeatWave han migrado desde AWS y otros desean continuar ejecutando partes de su aplicación en AWS. Estos clientes se enfrentan a serios desafíos, como las tarifas de salida de datos exorbitantes que cobra AWS y el incremento de la latencia al acceder a un servicio de base de datos que se ejecuta en la nube de Oracle".


Al explicar el contexto la problemática que sirvió como disparador, dijo: "Queríamos ofrecer a los clientes de AWS esta opción para que pudieran beneficiarse de la innovación de MySQL HeatWave sin mover sus datos de AWS, o sin que sus desarrolladores tuvieran que formarse en una nueva plataforma". Y agregó que decidieron entregar una solución que ofreciera rendimiento pero también una relación precio-rendimiento para las transacciones, el análisis y el aprendizaje automático.

La información oficial cita la experiencia de Johnny Bytes, agencia digital innovadora especializada en el desarrollo web y de aplicaciones y con sede en Alemania, y quienes se beneficiaron con esta apuesta. "MySQL HeatWave en AWS simplifica nuestra plataforma de datos mediante una base de datos consolidada tanto para el procesamiento de transacciones como para el análisis", dijo Thomas Henz, director ejecutivo de la agencia.

Y agrega Henz: "Hemos visto una aceleración de 60 a 90 veces de las consultas complejas en comparación con AWS RDS y Aurora, lo que nos permite conseguir el análisis en tiempo real que necesitamos para campañas multicanal específicas. Ahora gozamos de mayor escalabilidad para incorporar más datos y nuevos clientes de cualquier tamaño sin que por ello aumenten las tareas de administración de TI".

Por su parte, en su comunicación, Oracle compara esta propuesta con otras del mercado, y evalúa que en términos de precio-rendimiento, es siete veces mejor que Amazon Redshift, 10 veces mejor que Snowflake, 12 veces mejor que Google BigQuery y cuatro veces mejor que Azure Synapse; mientras que en materia de aprendizaje automático, responde 25 veces más rápido que Redshift ML y hasta 10 veces mejor que Amazon Aurora.

Este proveedor valora que ofrece una experiencia nativa para los clientes de AWS, con latencias de milisegundos, consola interactiva y facilidad para la gestión de esquemas y datos; funciones avanzadas de seguridad; y una herramienta de automatización basada en aprendizaje automático y en la carga de trabajo de varios aspectos del ciclo de vida de la aplicación. E, inclusive, dicen estar "preparados para la nube distribuida" porque ya forma parte de AWS y en breve lo estará también en Microsoft Azure.



MySQL™  
HeatWave



## Portugal: Uso combinado de Wi-Fi 6E y OpenRoaming.

Wireless Broadband Alliance (WBA), Broadcom, Extreme Networks, Intel y Samsung celebran el resultado positivo que arrojó la prueba de concepto de la que fue considerada la primera combinación mundial de Wi-Fi 6E y OpenRoaming realizada en el Instituto Politécnico de Viseu (IPV) de Portugal. La promesa involucra una mejora exponencial en la prueba educativa interactiva en el aula física y virtual.

La experiencia realizada involucró, por ejemplo, la transmisión de video de 8K a través de la red Wi-Fi 6E, mediante escenarios dedicados a la enseñanza remota con video HD en el aula y acceso simultáneo de los estudiantes a videos HD y 8K para el aprendizaje remoto. Además, el "traspaso rápido para roaming entre redes móviles y Wi-Fi", algo que facilita la experiencia dinámica y conectada por parte de los usuarios que pueden acceder a los recursos educativos e interactuar, aunque sin verse afectado por la cantidad de personas enlazadas a la red.



De acuerdo con el comunicado oficial, alcanzaron una velocidad de descarga máxima de 1,7 Gbps, a la que caracterizaron como "cerca del rendimiento máximo posible del AP4000", es decir, el punto de acceso Wi-Fi 6E de Extreme Networks creado para "permitir experiencias de aprendizaje interactivas e inmersivas, incluido el video 8K" y que, para este caso, se implementaron cuatro de ellos en un ambiente de 1.400 metros cuadrados, aula magna que la casa de altos estudios utiliza para sus eventos.

E, inclusive, Broadcom, Intel y Samsung proporcionaron computadoras portátiles, teléfonos inteligentes y tabletas con conjuntos de chips 6E para ejecutar las pruebas.

Se lee en el comunicado: "Esta fue también la primera vez que se probó Wi-Fi 6E en una red conectada a WBA OpenRoaming, que permite una transferencia perfecta entre redes celulares y Wi-Fi (...) cubrió una amplia variedad de casos de uso de video intensivos en ancho de banda y sensibles a la latencia en un entorno de alta densidad".

Por su parte, Luís Almeida, administrador sénior de redes del Instituto Politécnico de Viseu, se expresó en estos términos: "Tener una red Wi-Fi 6E en el campus nos abrirá la puerta para aumentar nuestro uso de tecnología emergente en el aula. Podemos hacer que nuestros laboratorios sean más inmersivos, aumentar los recursos que ofrecemos a los estudiantes en línea y garantizar que los estudiantes tengan la misma experiencia de aprendizaje, ya sea que estén en el aula o tomando lecciones de forma remota (...) tan pronto como podamos implementar Wi-Fi 6E en todo nuestro campus, sabemos que nuestros estudiantes, educadores y todos los que se conectan a nuestra red verán de inmediato los beneficios de poder conectarse en un espectro nuevo y limpio".

"Durante la prueba, los estudiantes de IPV no tuvieron problemas para transferirse entre la red OpenRoaming y la red Wi-Fi 6E" dice el anuncio que, además, adelanta que IPV está explorando la posibilidad de usar OpenRoaming para integrar sin problemas su red Wi-Fi 6E con redes celulares. El próximo paso involucra, inclusive, pruebas con dispositivos de realidad aumentada y virtual (AR/VR), que facilitarán el desarrollo de experiencias inmersivas en el aula y brindarán a profesores y estudiantes nuevas formas de interactuar.

## **Qatar 2022: Las transmisiones de la Copa Mundial de Fútbol.**

Llevar señales de video a 10 países requiere de 160 enlaces de video, 28 de datos y más de 60 Gigabits de ancho de banda.

A pocas semanas del inicio de la Copa Mundial de la FIFA Qatar 2022, veamos las innovaciones tecnológicas que demanda su transmisión.

La calidad y velocidad de transmisión que exige el evento requiere de una gran infraestructura, alta especialización y un nivel de servicio excepcional.

Qatar 2022 será la quinta Copa del Mundo en la que Vívoro Media ofrecerá transporte de señales de video a televisoras de todo el mundo.

En esta edición, apoyará en la cobertura a 18 difusoras, alcanzando alrededor de 600 millones de personas en diez países: Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, México, Uruguay, Canadá, Bélgica, Holanda y Sudáfrica.

Millones de hogares disfrutarán de una transmisión de calidad, gracias a las diversas rutas basadas en fibra de alta capacidad que salen de Qatar y que garantizan una mínima latencia y alta confiabilidad, cualidades que se combinan con las plataformas tecnológicas de transporte y codificación de video.

Gustavo de la Garza, CEO de Vívoro, expone que para llevar la transmisión hasta los aficionados, se utilizarán soluciones innovadoras que involucran:

- 160 enlaces de video.
- 28 enlaces de datos.
- Más de 60 Gigabits de ancho de banda, desde la sede mundialista a las 18 emisoras de televisión distribuidas en tres continentes.

En palabras del Ejecutivo de Vívoro: "A lo largo de nuestra historia hemos sido capaces de responder a las necesidades de nuestros clientes con tecnología de gama alta y las soluciones más avanzadas de la industria".

También transportarán señales de video con ultra alta definición en UHD y 4K, además de la entrega con alta disponibilidad y ultra baja latencia.

Las imágenes pasarán por el Centro Internacional de Difusión de la FIFA en Doha, para después viajar a través de la red global de fibra de Vívoro Media para llegar a las televisoras para su distribución a los aficionados con la máxima calidad.

Por último, el transporte de las señales será monitoreado desde los Centros de Gestión de Red de la compañía en Montreal y Ciudad de México.



## Servicio Andaluz de Teleasistencia (SAT) referente europeo de gestión proactiva.

El Servicio Andaluz de Teleasistencia (SAT) gestionado por la Consejería de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad, ha recibido en su central de Sevilla la visita de personas expertas y gestoras de servicios de teleasistencia implantados en Escocia, con el objetivo de mostrar el funcionamiento del servicio de teleasistencia de la Junta de Andalucía.

En palabras de la consejera de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad, Loles López, el Servicio Andaluz de Teleasistencia, gestionado por la Agencia de Servicios Sociales y Dependencia: "destaca a nivel europeo por ser uno de los servicios que atiende a un mayor número de personas usuarias (...) Son muchas más las personas que se benefician en Andalucía de este servicio, ya que hay que añadir a aquellas que conviven con los titulares y que también tienen más de

El modelo andaluz de teleasistencia es un referente a nivel europeo por la gestión proactiva del servicio. De las 3,6 millones de llamadas que han sido atendidas en 2022 (una media de 15.000 llamadas diarias en toda la Comunidad), un 32% han sido llamadas realizadas por las personas usuarias o cuidadoras de estas (llamadas entrantes) y el resto, un 68%, son llamadas realizadas desde el servicio (llamadas salientes), principalmente para el seguimiento de la persona tras una emergencia, campañas preventivas, felicitaciones, para recordar actividades concretas, como citas médicas o toma de medicación, así como seguimientos periódicos.

Se trabaja en el diseño del futuro sistema digital del servicio. En estos momentos, el SAT está trabajando en su digitalización mediante la instalación de nuevos equipos que sustituyen a los anteriores dispositivos de telefonía analógica. A la fecha, hay 35.950 viviendas con nuevos dispositivos digitales instalados.

Una de las principales ventajas de los nuevos dispositivos es que no necesitan línea de teléfono fija, que antes era un requisito indispensable. Por otro lado, mejoran la calidad de las llamadas, que serán completamente gratuitas para las personas usuarias.

El Gobierno de Escocia, a través de su Unidad de Salud Digital y Cuidados, colabora con el Servicio Andaluz de Teleasistencia en distintas actividades relacionadas con el desarrollo y gestión de los respectivos servicios de teleasistencia mediante programas de intercambio de experiencias y conocimientos, la participación en el EIPonAHA (El Partenariado Europeo de Innovación para el Envejecimiento Activo y Saludable) y la preparación conjunta de propuestas de proyectos europeos que ayuden a desarrollar y modernizar los actuales servicios de teleasistencia en ambas regiones.



65 años, así como a cuidadores y cuidadoras de las personas en situación de dependencia que, de igual manera, disfrutan de las prestaciones del servicio. En total, más de 313.000 andaluces y andaluzas".

## Startup presenta revolucionario generador de texto a imagen de código abierto.

Antes de "Stable Diffusion", el avance de la síntesis de imágenes de IA se introdujo por primera vez en 2014.

Si bien los generadores de imágenes de IA ya no son noticia, una startup con sede en Londres está arrasando en Internet al presentar un generador de IA de texto a imagen que puede cambiar las reglas del juego.

Apodada "Difusión estable", la herramienta se basa en el aprendizaje automático que alimenta a los algoritmos con datos antiguos y les permite generar nuevos datos sin ninguna programación involucrada y la síntesis de imágenes de código abierto, según informes convergentes.

Al ser una herramienta de aprendizaje profundo, Stable Diffusion permitiría a los usuarios generar virtualmente imágenes creativas utilizando frases clave de dos palabras o más.

La premisa básica detrás de la tecnología era común antes de "Stable Diffusion". Sin embargo, la startup británica ahora pone la tecnología a disposición de cualquier persona en línea al ofrecerla como una herramienta de código abierto.

Debutando hace solo dos semanas la herramienta se está volviendo cada vez más popular, incluso más que

sus predecesores y algunos comentaristas afirman que "trae implicaciones tan grandes como la invención de la cámara".

Antes de "Stable Diffusion", el avance de la síntesis de imágenes de IA surgió por primera vez en 2014.

A principios de este año el laboratorio de inteligencia artificial OpenAI anunció que pondría en el mercado la primera herramienta de texto a imagen "DALL-E 2". La herramienta genera una amplia gama de contenido visual que va desde imágenes realistas hasta arte inspirado en la ciencia ficción a partir de texto escrito.

Poco después de que OpenAI lanzara su modelo, Google y Facebook, ahora Meta, anunciaron el lanzamiento de sus propios generadores de texto a imagen.

Al igual que cualquier nueva tecnología disponible en código abierto, Stable Diffusion plantea una multitud de cuestiones éticas.

Según el código original la herramienta está programada para no generar ningún contenido dañino, como propaganda, escenas violentas o pornografía. Sin embargo, dado que es un código fuente abierto, sería posible anular estas restricciones.



## **Suiza:** Desaparecerá directorio telefónico tras **142 años.**

Los tradicionales directorios telefónicos en papel, que en Suiza se fabrican desde 1880, dejarán de imprimirse en el país a partir del año 2023.

La decisión fue informada por la empresa responsable de estos anuarios, Swisscom Directories.

La determinación se toma en un contexto de rápida disminución de las personas que autorizan que su número privado sea publicado, desde que en 1997 ya no fuera obligatorio en Suiza incluir todos los números fijos en las guías locales, divididas por cantones.

El primer directorio telefónico en el país alpino, publicado el 6 de noviembre de 1880, sólo contenía 98 números, a los que sólo se podía llamar durante el día, recordó la agencia nacional ATS.

Hubo que esperar hasta 1959 para alcanzar el millón de números en el directorio anual, pero la cifra creció rápidamente hasta alcanzar su cota máxima, 4.2 millones de entradas, en los años 90.

El auge de la telefonía móvil y el aumento de las llamadas publicitarias contribuyó a que mucha gente abandonara las líneas fijas o pidiera que éstas no aparecieran en dominios públicos, lo que fue adelgazando año tras año el directorio suizo.

Actualmente, hay 11 millones de líneas móviles en Suiza, por sólo 3 millones de fijas, la mitad que hace 20 años.

Mientras los números fijos eran por defecto incluidos en las guías telefónicas en papel, los móviles sólo figuraban en sus páginas por deseo expreso de sus propietarios, un trámite que muy pocos efectuaban.



Los responsables del antiguo directorio clarificaron que seguirá habiendo un anuario en papel de teléfonos profesionales (las conocidas como 'páginas amarillas').

A partir de 2023 los números de teléfono privados que aparecían en las 'páginas blancas' sólo podrán consultarse en internet, a través de páginas web de dominio público como localcities.ch.

Con el fin de ayudar a las personas que no dispongan de internet, existirá la posibilidad de obtener todavía las 'páginas blancas' a través de un archivo PDF que podrán imprimir.





## Telemarketing y la Lista Robinson.

la Lista Robinson es una de las plataformas que bloquean llamadas, emails y SMS de números no deseados más conocidas.

Es un servicio de exclusión publicitaria al que pueden acceder tanto los consumidores, de forma gratuita, como las empresas, con previo pago.

El principal objetivo de esta plataforma es evitar la publicidad de empresas de las que no se es cliente o a las que no hayas facilitado tu consentimiento.

Tal y como lo describe la Agencia Española de Protección de Datos (AEDP): "La Lista Robinson debe de ser consultada por quienes vayan a realizar una campaña publicitaria para excluir de la misma a las personas inscritas. Sin embargo, pese a que te hayas inscrito en la Lista Robinson, los comerciantes pueden remitirte publicidad o servicios si eres cliente o si les has dado tu consentimiento".

Esta lista nació en 1993, y se limitaba al correo postal. Pero en 2009, la Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo, actualmente ADigital, junto a la AEDP, anunciaban la ampliación de sus servicios a otros medios menos analógicos, como el correo electrónico, los SMS o las llamadas telefónicas.

En la actualidad, hasta 57.000 personas son usuarias del servicio, siendo el canal telefónico el que registra el 60% de los casos suscritos, y el correo electrónico el otro 40%.

Para hacer uso de su servicio, debes inscribirte en su página web aportando datos como nombre completo, DNI, sexo, email y fecha de nacimiento. Después, has de elegir a través de qué medios no deseas que las empresas contacten contigo: correo electrónico, teléfono móvil, fijo, SMS o correo postal.

Según el Reglamento de 2007 al respecto, las empresas tienen la obligación de depurar sus bases de datos y consultar estas listas.

El costo para acceder a este servicio va en función de la facturación y el tamaño de la propia empresa.

Existen sanciones para aquellas que no consulten el servicio: "Previa tramitación del correspondiente procedimiento sancionador por parte de la autoridad de control, pueden ser sancionadas con una multa de carácter económico".

Sin embargo, a pesar de ser un sistema de consulta obligatoria en los casos descritos, aporta cierta imagen de prestigio para las empresas, de manera que muestran un mayor cumplimiento normativo y respeto hacia la privacidad de los usuarios.



## Un nuevo Centro de Datos en Madrid.

La empresa Equinix contribuye a la expansión de la capacidad de interconexión en España con la apertura de un nuevo Centro de Datos en Madrid, en la localidad de Alcobendas.

Es el primer paso para un amplio complejo de Centros de Datos en el que próximamente operarán dos nuevos data centers xScale, los primeros data centers hiperescala de Equinix en España.

Equinix acaba de anunciar la próxima apertura de un nuevo data center IBX (International Business Exchange) de retail en Madrid. Llamado MD6, supone el primer paso en la creación de un espacio que albergará también los dos primeros data centers hiperescala de Equinix. Según la firma, este centro de datos supone "un hito único" hasta la fecha en el sector, ya que une infraestructura de retail e hiperescala bajo un mismo espacio.

Los data centers xScale permitirán a las compañías hiperescalares —proveedores de nube pública como Microsoft Azure, Google Cloud o Amazon Web Services, entre otros— añadir despliegues de núcleo a sus puntos de acceso existentes en los Centros de Datos de Equinix para abarcar inmediatamente 70 mercados mundiales y ofrecer interconexión directa a un ecosistema de más de 10.000 clientes.

El nuevo complejo es el primero en ser diseñado y construido íntegramente en España por Equinix

como promotor, lo que le confiere unos altos estándares en materia de innovación, sostenibilidad y seguridad. MD6 es un data center de retail, que adopta los innovadores sistemas de refrigeración que vienen utilizándose en los data centers de hiperescala. En lugar de emplear suelo técnico, estos sistemas están basados en un diseño por el cual se concentra el calor a través de pasillos de cubos calientes, optimizando la encapsulación de todo el calor. Esta innovación permite a MD6 ser un 15% más eficiente a nivel de consumo energético que aquellos que cuentan con un diseño de refrigeración tradicional. Asimismo, toda la instalación ha sido diseñada ecológicamente para que el uso de energías renovables sea del 100%.

Se suma a los ya operativos en Madrid, los MD1 y MD2, para ampliar la capacidad del mayor campus de interconexión. MD6 aumentará la capacidad de Equinix con 600 nuevos cabinets, espacio físico de almacenamiento de datos, que permitirán satisfacer las crecientes necesidades digitales de clientes multisectoriales. La instalación, que contará con una superficie de 1.466 metros cuadrados y una potencia de 4.8 MW, ofrecerá conectividad directa, segura y ultrarrápida a un ecosistema digital global.

MD6 estará interconectado con todos los data centers de Equinix en la Península Ibérica, lo que incluye a los principales puntos de amarre de cables submarinos en Lisboa y Barcelona, así como el acceso al resto de mercados europeos y mundiales.



## **Webex Contact Center, plataforma de convergencia digital.**

Con la pandemia, más de 60 % de los consumidores afirman que buscan una mejor experiencia en los servicios de las empresas, y esperan una respuesta inmediata cuando las contactan. También la utilización de los canales digitales aumentaron en más de 70% durante la misma.

Los clientes quieren interactuar con las empresas de la manera que más les gusta, o directamente con un agente a través de canales y medios digitales, y otras veces sólo quieren enviar un mensaje a un agente virtual inteligente para obtener una respuesta rápida.

Webex Contact Center apunala innovaciones, ofreciendo una experiencia omnicanal al unificar e integrar todas las interacciones con los usuarios, sin importar la vía de contacto, para dar una asistencia personalizada.

Esta plataforma aporta a los agentes funcionalidades de inteligencia artificial, análisis de informes y colaboración, para brindar asistencia a los clientes a través de voz o los canales digitales como WhatsApp, Facebook Messenger, SMS, chat o correo electrónico y poder dar respuesta a sus necesidades al primer contacto o llamada.

Reside en la nube pública manejada por Cisco, permitiendo que hasta 3 mil agentes puedan estar conectados desde cualquier lugar solo con tener una conexión estándar a internet. Está diseñado bajo la arquitectura de microservicios, lo que facilita implementar las actualizaciones necesarias para estar a la par de los avances de la tecnología de manera centralizada y transparente.

Además, es flexible y escalable ya que da la opción de utilizar más estaciones de trabajo en momentos de alta demanda por un periodo determinado, así como reducirlas al mínimo contratado.

En materia de ciberseguridad y privacidad de los datos, Webex Contact Center cuenta con la certificación PCI-DSS de nivel 1 mediante una auditoría de certificación de cumplimiento (AOC) de terceros. Las salvaguardas de seguridad implementadas para los servicios de Webex Contact Center están alineadas con la Organización de Seguridad y Confianza de Cisco y cumplen con los marcos regulatorios de HIPAA y GDPR.

Por último, cuenta con herramientas de soporte para optimizar el flujo de trabajo, además de ser compatible con las funciones de colaboración interna, a fin de que los agentes puedan conectarse directamente y en tiempo real con otros agentes, gerentes o expertos de la organización –que están fuera del centro de contacto– para resolver problemas difíciles del cliente y mejorar así su experiencia.



## Argentina: Empresas del sector call center impulsan el empleo.

El gobernador de la provincia del Chaco en Argentina, Jorge Capitanich anunció la incorporación de 300 nuevos trabajadores de call center para la firma Teleperformance, radicada en Barranqueras. La meta es llegar a 8.600 empleos en el sector para diciembre de 2022.

En palabras del gobernador: "Agradecemos a las empresas por confiar en la provincia, lo que nos coloca en el tercer lugar en generación de empleos en la industria del call center en la Argentina (...) Hay que destacar que hablamos de un promedio de 25 años, con unos 82 mil pesos por trabajador, lo que hace que sea un gran incentivo al primer empleo".

El crecimiento del sector implica para la Provincia una inversión mensual de casi 65 millones de pesos a través de incentivos económicos, generando empleo, empleabilidad y aumento de la productividad media de la economía.

Teleperformance es una de las empresas líderes a nivel mundial en servicios integrales de soluciones, atención al cliente y soporte técnico. Se encuentra en 88 países. Cubre más del 60 por ciento del cupo laboral con el sector femenino.

El subsecretario de Empleo, Lucas Cepeda, señaló que la empresa brinda servicio desde Barranqueras hacia toda la Argentina. "La empresa en lo que va de septiembre y primeros días de octubre va a tener más de 600 personas trabajando formalmente en Barranqueras para brindar servicios a diferentes empresas con empleo local y proyectando el crecimiento".

A su vez, recordó que la provincia cuenta con un régimen especial para la industria del call center. "Para que se tome magnitud de lo que

significa esto para la provincia del Chaco, estamos hablando que este sector paga mensualmente más de 547 millones de pesos en sueldo", contó, y añadió: "nosotros reconocemos parte del salario, ya que el Estado paga hasta el 35 por ciento del salario de cada trabajador".

Por su parte, el director de Operaciones de Teleperformance para el Cono Sur, Rafael García González, ponderó el trabajo articulado con la provincia dadas las oportunidades de inversión que ofrece el Gobierno. "Chaco nos ha dado muy buenas condiciones. Estamos en la provincia ya hace un par de años y contamos con muy buenas experiencias", manifestó.

De la recorrida por las oficinas también participaron el gerente de Relaciones Sindicales y Laborales, Guillermo Balsano, y el secretario general del Centro de Empleados de Comercio de Resistencia, Roque Schuls.



**Tele  
perfor  
mance**

## Brasil: Laboratorio para aplicaciones 5G SA.

El presidente de la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel), Carlos Baigorri, dijo que Brasil tendrá la red 5G SA más grande del mundo, después de China, y también habló sobre los próximos pasos en la implementación de la tecnología en el país.

Para el ejecutivo, Brasil tiene potencial para ser un gran laboratorio de aplicaciones que demandan la red 5G Standalone (SA).

Según Baigorri, el Brasil está a la vanguardia en redes 5G SA. "La información que obtuve de un gran proveedor hace un tiempo es que, con la cantidad de sitios de SA en Brasil en los próximos años, Brasil tendrá la red 5G SA más grande, fuera de China. Esto aprovecha a Brasil como laboratorio de aplicaciones que correrán en 5G".

La visión del presidente de Anatel es que esta es una oportunidad para que las industrias, el ecosistema de innovación y la academia pongan al país a la vanguardia de las aplicaciones 5G.

Tras activar el 5G en todas las capitales, la Anatel debería liberar el espectro de 3,5 GHz en las ciudades de más de 500 mil habitantes. Sin embargo, el asesor de Anatel, Moisés Moreira, planteó la posibilidad de limpiar la banda por conglomerados.

"Una ciudad de 500 mil habitantes o 1 millón de habitantes tiene varios pueblos pequeños a su alrededor", explica Baigorri. "La idea que trae el consejero Moisés es agrupar estas ciudades en conglomerados urbanos y limpiar. Esto acelerará la implementación de 5G y es una oportunidad para nuevos operadores", dijo.

Esto se debe a que los jugadores regionales tienen obligaciones de atender ciudades con menos de 30 mil habitantes solo a partir de 2026.

Sin embargo, con la limpieza temprana, tienen la posibilidad de lanzarse al mercado antes de lo esperado.

Ese es el principal enfoque de Anatel: hacer que estos operadores ingresen al mercado y se vuelvan viables.

El momento es propicio porque el mercado móvil brasileño nunca estuvo tan concentrado, evaluó Baigorri.

Alex Salgado, vicepresidente de B2B de Vivo, comentó sobre la importancia de compartir infraestructura. "Brasil tiene dimensiones continentales y, si miras el área cubierta, tiene un enorme potencial de crecimiento. Por lo tanto, compartir infraestructura es esencial para tener el país cubierto lo más cerca posible de la plenitud".



## Brasil: 90% de hogares conectados

El 90% de los hogares en Brasil utilizaba internet a finales de 2021, un crecimiento del 6% respecto al 2019.

Estos datos corresponden a un estudio divulgado por el Gobierno de ese país a partir de una encuesta de carácter nacional.

Las personas entre los 25 y los 29 años fueron las que más usaron internet en 2021; el teléfono móvil es el aparato más empleado en el país para acceder al servicio, y las llamadas de voz y video sobrepasaron los mensajes de texto.

Los datos provienen de la encuesta nacional del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE) a personas mayores de 10 años, en un país con 213 millones de habitantes.

De acuerdo con el sondeo, el servicio de internet fue utilizado el año pasado por el 84.7% de la población brasileña mayor de 10 años -principalmente por estudiantes- lo que corresponde a 155.7 millones de personas.

Las personas que más usaron el servicio fueron las que tenían entre 25 y 29 años, pero los datos relacionados con los adultos mayores sorprendieron.

Proporcionalmente, el grupo de mayores de 60 años es el que menos accede a internet, pero de 2019 a 2021, el porcentaje de uso por parte de las personas mayores fue el que más aumentó, al pasar del 44.8% al 57.5%, superando, por primera vez, el 50%, señala el informe del IBGE.

En 2021, el celular siguió a la cabeza como el principal dispositivo de acceso a internet en el

99.5% de los hogares, seguido por primera vez por la televisión (44.4%) y los portátiles (42.2%).

El estudio también señala que el uso aumentó más en los hogares ubicados en las zonas rurales.

Mientras que en los hogares en áreas urbanas el uso del servicio subió del 88.1%, en 2019, a 92.3% en 2021, en los de las zonas rurales saltó del 57.8% al 74.7%.

## Brasil: Petrobras y su parque digital submarino

Petrobras invierte en una red privada LTE, 5G y fibra óptica, que permitirán el uso de gemelos digitales, robots submarinos autónomos y comunicación WiFi en el fondo del mar.

Se planea conectar con 5G a 29 plataformas de producción y 17 unidades en tierra (refinerías, plantas térmicas, almacenes, puertos, procesamiento de gas) para 2024.

Para ello, están instalando más de mil 600 km de fibra óptica a lo largo de las cuencas de Campos, en Río de Janeiro, y Santos, en São Paulo. Se espera que las obras estén terminadas a finales de 2023.

Desde el cuarto trimestre del año pasado, la compañía también ha estado utilizando una red LTE privada en las frecuencias de 700 y 1,800 MHz. Petrobras utiliza modelos de red propios y en asociación con un operador de telecomunicaciones.

El desafío para los próximos años será construir un gran parque digital submarino, con operaciones autónomas en el fondo del mar, que podría eliminar el uso de embarcaciones en operaciones en alta mar, y la aplicación intensa de robots submarinos, por ejemplo.

La consultora McKinsey estima que la combinación de 5G y satélites de órbita baja (LEO) tiene el potencial de generar ganancias de hasta 70 mil millones de dólares para la industria mundial del petróleo y el gas en los próximos años.

Como reto para los próximos años, las operaciones en el fondo del mar tienden a ser autónomas a partir de la intensa aplicación de robots submarinos, del tipo AUV (Vehículos Submarinos Autónomos), con el objetivo de reducir o eliminar el uso de embarcaciones en las operaciones offshore e incluso robots humanoides capaces de bucear y realizar actividades de manipulación avanzada, aumentando la seguridad al reducir la exposición al riesgo de los buceadores.

El desarrollo de esta infraestructura es uno de los habilitadores para construir un gran parque digital

submarino, que aún requiere soluciones innovadoras que deben desarrollarse para soportar nuevos conceptos de sistemas submarinos, haciéndolos inteligentes a través de la incorporación de una mayor cantidad de sensado e instrumentación capaz de monitorear remotamente y en tiempo real la integridad y desempeño de los activos submarinos, con un alto estándar de seguridad.

Los impactos son múltiples, como la migración a operaciones paperless en el segmento logístico, mayor eficiencia operativa, mayor seguridad, uso aún más intensivo de operaciones remotas, obtención de más datos de plantas industriales para alimentar repositorios y algoritmos de Inteligencia Artificial y Machine Learning, algoritmos predictivos, entre otros.



## Centroamérica: **Ciberataques detectados según reporte de ESET.**

Alrededor de 2.1 millones de ataques cibernéticos fueron detectados en empresas centroamericanas el año pasado, de esos ciberataques 206.000 fueron en El Salvador, de acuerdo con el reciente reporte de seguridad de ESET.

ESET, especializada en detección proactiva de ciberamenazas, indica que Guatemala se ubicó como el país con más detecciones durante 2021, con un total de 865.000 ciberataques; seguido de Honduras con 439.000. En tercer lugar se ubicó Nicaragua con 263.000 detecciones. La mayor parte de estas detecciones fueron de tipo ransomware (software malicioso que se usa para extorsionar).

Las empresas de Costa Rica y Panamá fueron las que menos detecciones reportaron, con 168.000 y 141.000, respectivamente. En relación con el 2020, Guatemala fue el país que más subió en el tema de ciberataques con 0,8 % más. El Salvador no tuvo variación.

En palabras de Martina López, especialista en Seguridad Informática de ESET Latinoamérica: "Estos son conocidos a nivel mundial y con algunos años de antigüedad en el mercado de las ciberamenazas. Esto implica que existe un desconocimiento en general de las amenazas y de cómo protegerse, tanto a nivel corporativo como a nivel de usuario (...) Por ejemplo sobre el grupo Conti, el cual utiliza para sus actividades maliciosas una modalidad de tipo RAAS "ransomware-as-service", cuenta con grupos de 30 a 60 personas con departamentos de recursos humanos, mercadeo, negociadores y desarrolladores que se dedican las 24 horas del día a estudiar posibles objetivos y planificar ataques".

La especialista agrega que es importante notar que no solo son de interés la cantidad de detecciones para hablar del estado del país en cuanto a ciberataques, sino también el foco que realicen los cibercriminales en instituciones críticas, como lo fue el caso de Costa Rica, en abril pasado.

El impacto que generan los ataques cibernéticos atraviesan tanto a usuarios finales, corporativos

como países enteros con consecuencias realmente serias que ponen en riesgo la integridad de personas y naciones enteras.

Las ciberamenazas y los grupos cibercriminales tienden a ser cada vez más sofisticados y organizados. Pese a que prácticamente todas las naciones son víctimas de ciberataques, es preocupante que todavía no hay un nivel de madurez adecuado. "Hoy más que nunca se deben tomar medidas preventivas que en un gran porcentaje tienen que ver con la concientización de los gobiernos y sus ciudadanos, pues todos estamos expuestos. Según la Organización de los Estados Americanos (OEA) el 81 % de los ataques exitosos utilizan correos electrónicos como vectores de ataque", comentó López.







## Chile: 70% de las empresas afirma estar usando inteligencia artificial.

La inteligencia artificial (IA) es una herramienta de enorme potencial para transformar los negocios y los empresarios chilenos están al tanto.

De acuerdo con el estudio de Accenture, Technology Vision 2022, el 88% de los ejecutivos locales afirma que la Inteligencia Artificial es fundamental para el funcionamiento de sus organizaciones.

La anterior, es la cifra más alta de la región (Argentina, 64%; Colombia, 72%; Brasil, 78%; México, 73%) y 70% sostiene que ya está usando esta tecnología.

En palabras de Francisco Rojas, Director Ejecutivo de Applied Intelligence de Accenture Chile: "Esta es una muy buena noticia, ya que "usar" significa que las empresas chilenas ya están aplicando la inteligencia artificial a escala y no para proyectos específicos. Esto es fundamental para capturar todo el valor de la IA".

El referido informe muestra también un importante avance de las empresas chilenas en el desarrollo de otras tecnologías.

El 52% de los consultados por el estudio en Chile dice que ya está usando el 5G; 55% que está pilotando los gemelos digitales; y 58% está usando Edge computing/Internet de las Cosas (IoT).

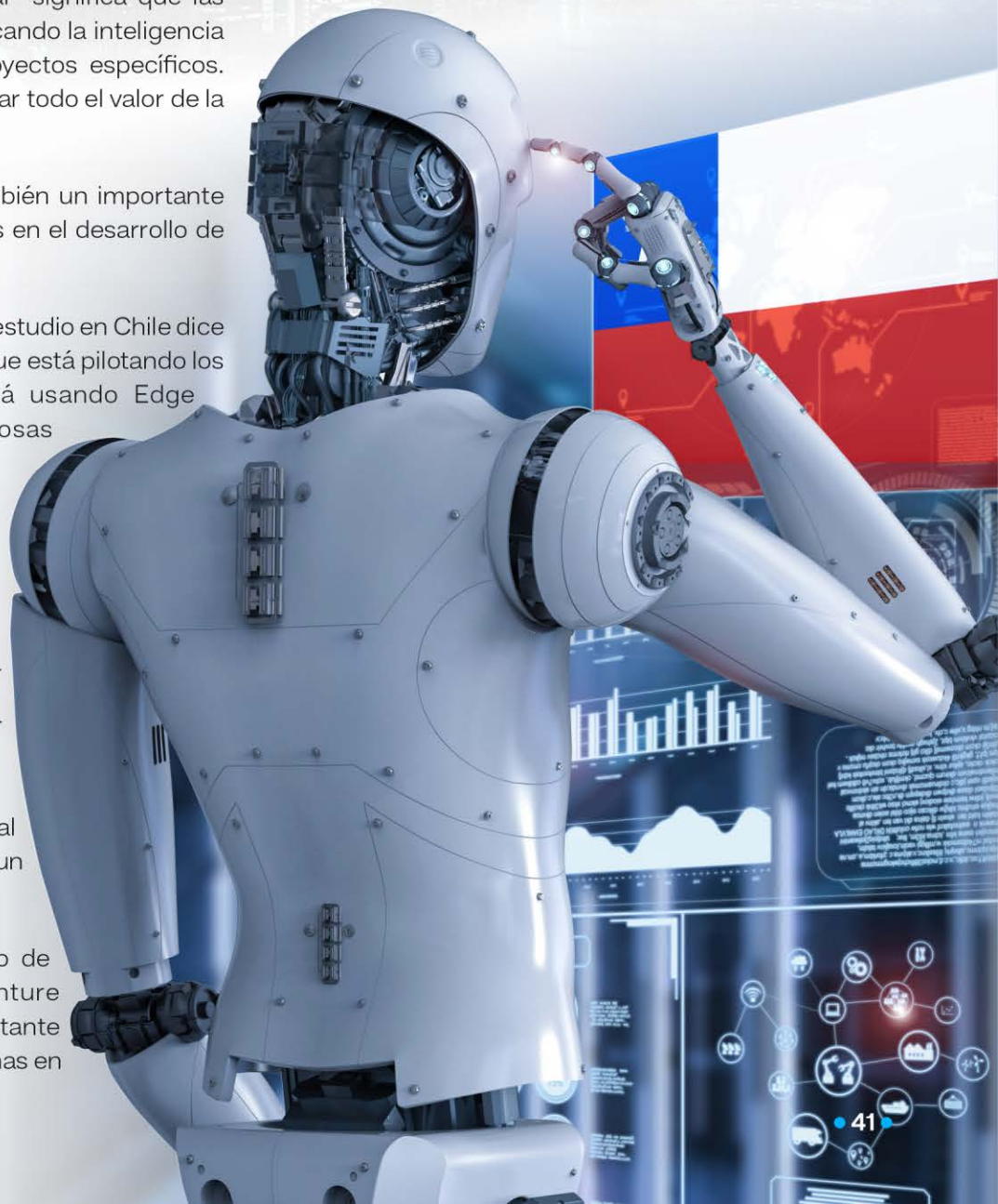
Así las cosas, los ejecutivos chilenos también son en la región los que más ha aumentado el uso de IoT, con un 80% afirmando que ha aumentado exponencialmente el número de dispositivos IoT conectados en su organización.

El uso de 5G supera incluso al promedio global, que alcanza un 41%.

Por último, el Director Ejecutivo de Applied Intelligence de Accenture Chile destacó que "este importante avance entre las empresas chilenas en

la adopción digital es una gran noticia, ya que son fundamentales para potenciar el valor de la inteligencia artificial. La Inteligencia Artificial es una constelación de muchas tecnologías diferentes que trabajan juntas para permitir que las máquinas perciban, comprendan, actúen y aprendan con niveles de inteligencia similares a los humanos."

Y agregó: "El aprendizaje automático y el procesamiento del lenguaje natural forman parte del panorama de la Inteligencia Artificial y, cuando se aplican en combinación con los datos, la analítica y la automatización, puede ayudar a las empresas a alcanzar sus objetivos".



## Costa Rica: Coyal Free Zone busca agentes de call center.

Las empresas instaladas en la zona franca de Costa Rica mantienen un proceso activo de selección de recurso humano para diversos puestos y niveles educativos.

Así, en Coyal Free Zone continúan en el proceso de selección de recurso humano para diversos puestos laborales como operarios de manufactura, agentes de call center y técnicos de calidad. Se trata de aproximadamente 350 plazas.

Los agentes de call center deben contar con su bachillerato completo y un nivel de inglés conversacional (nivel entre un B2 y un C1).

Tanto las empresas de forma independiente como a través de los servicios de atracción de talento de la zona franca, también se buscan perfiles profesionales y de mandos medios. "A partir del nivel técnico a profesional y mandos medios es muy importante que las posean un nivel intermedio avanzado del idioma inglés", señalaron por medio de correo electrónico.

Las personas interesadas en aplicar a cualquiera de estos puestos puede hacerlo a través de la bolsa de empleo digital o pueden seguir las redes sociales de Coyal Free Zone para enterarse de las posiciones vacantes.

Esta zona franca cuenta con poco más de 280.000 metros cuadrados de construcción de edificios

industriales y alberga 31 empresas de clase mundial.

Costa Rica ha mejorado las cifras de desempleo tras la crisis que vivió por la pandemia y ya reporta una tasa de 11,8% para julio, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (Censo).

Aunado a esto, los empleadores en el país prevén un clima de contratación muy favorable y reportan altas intenciones de brindar nuevo empleo para el último trimestre del año, incluso mejor al que estimaban para el tercer trimestre, según los resultados de la Encuesta de Expectativas de Empleo Manpower Group, publicada este mes.

De los empleadores encuestados, el 60% espera incrementar sus plantillas laborales, 9% prevé disminuirlas, 28% no espera cambios y 3% no sabe. Los datos reflejan un nuevo fortalecimiento de las estimaciones, con la expectativa de contratación más alta en los últimos 10 años; siendo Costa Rica uno de los países con más fuertes intenciones de contratación a nivel global para el trimestre, solo detrás de Brasil e India.

Asimismo, muestran una evolución importante en el interés de contratación de los patronos en comparación con la encuesta de hace un año, en la que solamente el 15% de los empleadores tenían expectativas de aumentar sus planillas y otro 77% aseguraron que las iban a mantener sin cambios.



## Costa Rica: El Estado recuperó las frecuencias para el desarrollo de tecnología 5G.

El Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones (Micitt) de Costa Rica anunció que: "De forma histórica se firmó hoy un acuerdo mutuo de devolución de una porción del espectro radioeléctrico que corresponde a los segmentos de frecuencias de 3400 MHz a 3500 MHz y de 3600 MHz a 3625 MHz, los cuales son primordiales para el desarrollo de sistemas de telecomunicaciones móviles internacionales (IMT), especialmente para la tecnología 5G".

La discusión y las expectativas en torno a la concreción de este acuerdo acreditan varias páginas y se enlistó entre las promesas de gestión realizadas por Rodrigo Chávez, primer mandatario del país, y por el esfuerzo mancomunado del Micitt, el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) y Radiográfica Costarricense (RACSA).

En palabras del Presidente del país: "Costa Rica debe aprovechar al máximo los beneficios del progreso tecnológico y la convergencia, por ello, el Gobierno de la República se comprometió con los costarricenses en materializar el despliegue del 5G en Costa Rica, para retomar la ruta del desarrollo y el crecimiento económico sin dejar a nadie atrás (...) implementar 5G significa contar con avances tecnológicos para que más

empresas desarrollen negocios en el país, nuevas fuentes de empleo de calidad, mejores servicios".

Se espera que para 2023 ya estarían comercializando redes privadas 5G, los representantes de la Superintendencia de Telecomunicaciones (Sutel): "La Sutel ya realizó los estudios preparatorios, cuenta con el software necesario y la experiencia para realizar la subasta de espectro radioeléctrico; estamos a la espera de la instrucción formal por parte del Micitt para iniciar el proceso concursal". El regulador advirtió, además, que el proceso podría demorar alrededor de 18 meses o más, considerando posibles apelaciones y demoras esperables en este tipo de subastas.

Esperan que el desarrollo de 5G en el país posibilite mejorar la conectividad como servicio básico, entre las que subrayan la implementación en aplicaciones industriales, profesionales y de entretenimiento; la evolución del mercado de las TICs, a partir de la creación de nuevos productos y servicios como big data, Internet de las cosas (IoT, por sus siglas en Inglés), ciudades inteligentes, realidad virtual y aumentada, agricultura inteligente, entre otras.

Además, del despliegue de aplicaciones industriales y de automatización -como puede ser el control inalámbrico de procesos industriales de fabricación o producción- la cirugía a distancia, la automatización de la distribución en una red eléctrica inteligente, la seguridad del transporte, entre otros.

5G puede servir para reducir su brecha digital, propiciar nuevas formas de comunicación, de educación, de arte y de cultura; experimentar eficiencias energéticas y beneficiarse con la transformación social que el acceso a la información propicie.



## Ecuador: Corporación Nacional de Telecomunicaciones habilita servicios de Nube de Oracle.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones de Ecuador (CNT) y Oracle firmaron un convenio para que la compañía pública de telecomunicaciones se convierta en la primera empresa del país con la certificación "hosting service provider de Oracle".

Así, la CNT podrá brindar base de datos como servicio en Exadata Cloud At Customer a nivel local, fomentando el desarrollo tecnológico y la modernización de las empresas públicas y privadas del Ecuador.

A través de esta alianza, Oracle trae al país un salto hacia la aceleración de las industrias 4.0, para competir con empresas internacionales.

El portafolio de productos, servicios y soluciones que tiene CNT reúne: Cloud y Data Center físico y virtual, con capacidad de adaptación y respuesta en energía y espacio en rack, además de migración de la data a la Nube.

El operador cuenta con dos centros de datos certificados con TIER III en diseño y construcción ubicados en Quito y Guayaquil.

Certificarse como Cloud At Customer representa innovación para la CNT, ya que este servicio le da la flexibilidad que necesita para construir una plataforma de Nube robusta y ampliable en sus centros de datos.

Este proyecto consiste en el despliegue local de los servicios de Nube de Oracle en los Data Center de la estatal, para ofrecer a los clientes actuales y potenciales el máximo rendimiento, seguridad, escala, disponibilidad de datos, menor latencia, reducción de costos operativos y obtención de mejores resultados comerciales a las empresas del país.



En palabras de Ralph Suástegui, gerente General de CNT:

"Este convenio significa que la CNT EP tiene las seguridades suficientes y características e infraestructura necesarias para que un gigante del nivel de Oracle quiera convertirse en un aliado estratégico de la Corporación para almacenar sus datos y el de sus clientes en el Data Center de la empresa de todos los ecuatorianos. Tenemos un compromiso permanente de mejorar la infraestructura y servicios.

Este acuerdo es un hito para el Ecuador y la empresa, porque supone que tenemos la capacidad de vender y ofrecer a los clientes corporativos un servicio que nadie más brinda, ese es el nivel de innovación al que hemos llegado".





## Latam: Crecimiento del 13,1% en dispositivos para hogares inteligentes.

El hogar inteligente ya era una tendencia creciente en todo el mundo antes de la pandemia y fue impulsada por el aumento de la penetración de la banda ancha, el incremento de la renta disponible y la mayor concientización de los consumidores sobre los dispositivos domésticos inteligentes, así como el ahorro de costos, la comodidad y la eficiencia energética que pueden aportar.

La demanda de estos dispositivos se intensificó a medida que la gente pasaba más tiempo en casa durante los cierres forzosos y quería un entorno de trabajo/estudio más cómodo. De igual manera, al no salir tanto de sus casas, las personas disponían de más ingresos para mejorar el hogar con dispositivos inteligentes.

A pesar de las interrupciones en las cadenas de suministro, el mercado mundial de dispositivos para hogares inteligentes siguió creciendo un 11,7% para un total de 895 millones de dispositivos distribuidos en 2021, de acuerdo con la principal firma mundial de servicios de consultoría tecnológica IDC. América Latina sigue una tendencia similar y vio unos 40 millones de dispositivos Smart Home enviados en 2022, un 13,1% más que los 35 millones de dispositivos de 2021.

En palabras de Adam Wright, analista senior de investigación para el programa de consumidores de Internet de las cosas (IoT) de IDC: "La noción del 'hogar inteligente' está verdaderamente en la corriente principal en muchas partes del mundo ahora. Los dispositivos domésticos inteligentes han demostrado su mérito durante la pandemia mundial al añadir un

valor significativo a la vida de las personas en el hogar, como aliviar el aislamiento social, mejorar la seguridad del hogar y ofrecer comodidad y entretenimiento, entre otros beneficios. De cara al futuro, y animado por la fuerte demanda, el mercado está preparado para un sólido crecimiento a pesar de las continuas interrupciones de las cadenas de suministro, la logística y las economías desiguales en todo el mundo."

De acuerdo con IDC, a nivel mundial, los dispositivos de entretenimiento de vídeo, como los televisores inteligentes, los sticks de streaming y los decodificadores conectados a Internet, fueron la categoría más popular en 2021, con una cuota de mercado del 35%, seguida de la supervisión/seguridad del hogar (21%), la iluminación (10%) y otros (35%), que incluyen electrodomésticos como refrigeradores, aparatos de aire acondicionado y lavadoras, así como termostatos, enchufes y medidores inteligentes. Pero para el periodo 2021-2026, se prevé que la iluminación inteligente sea la categoría que más crezca a nivel mundial, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 23,6%.

No obstante, habrá algunos factores que limiten el desarrollo del mercado, en particular la preocupación de los consumidores por la posibilidad de que sus dispositivos sean hackeados y se les robe la información personal, así como los costos de funcionamiento de estos servicios y la falta de estandarización en cuanto a la forma en que estos dispositivos interoperarán con las redes existentes.

## Latam: En la región se invierten US \$33,82 per cápita en telecomunicaciones.

Un aumento del 10% de la banda ancha móvil en América latina podría generar más de 6,5 millones de empleos y aumentar el PBI per cápita en un 1,7%. Las inversiones en redes de telecomunicaciones son el camino para pensar en el nuevo desarrollo de la región. Y para que haya inversiones deben crearse incentivos que hoy la región parece no estar ofreciendo. América latina invierte en telecomunicaciones casi el 40% menos que el promedio mundial.

Lo anterior, según el estudio realizado por Telecom Advisory Services que, encargado por Millicom, lleva el nombre de "El papel de la economía digital en la recuperación económica de América latina y el Caribe". Allí se expone que el mayor problema para la digitalización de la región es la falta de redes. Y no hay suficientes redes porque todavía hay regulaciones que atrasan, que desalientan inversiones, que alejan la posibilidad del desarrollo. Y si no se ponen manos a la obra rápidamente, para que los países de América latina alcancen los niveles de desarrollo de los integrantes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) habrá que esperar casi una década, hasta 2030.

El nivel de inversión per cápita en América latina y el Caribe es de 33,82 dólares, ubicado por debajo del promedio mundial que alcanza los 51,81 dólares y muy lejos de lo que desembolsan las economías avanzadas, en torno a los 121,38 dólares en Europa Occidental y los 337,09 que orienta América del Norte.

Un aumento del 10% de la penetración de banda ancha fija -que ronda en promedio el 60 por ciento aunque con grandes inequidades en todos los países

entre urbes y periferias – genera un crecimiento del PBI per cápita del orden del 1,5 por ciento en la región. Y esto, a su vez, tendría un impacto social muy importante puesto que la brecha digital se reduciría sustancialmente y se sumarían 9,6 millones de nuevos hogares conectados.

Ese mismo aumento del 10% en la banda ancha móvil provocaría un crecimiento del 1,7% del PBI y también reduciría la brecha digital puesto que se traduciría en un incremento de más de 36,6 millones de personas conectadas. Hasta 2020, habían 437 millones de clientes móviles en la región lo que supone una penetración del 69%, de acuerdo a datos de la GSMA. De ahí el valor que la expansión de estas redes tendría sobre los habitantes y sus posibilidades de acceso.

Que se expandan las redes supone, asimismo, que se incremente el índice de digitalización de la población. El informe de Telecom Advisory Services apunta que, si este nivel se incrementa un 10% eso supondrá un avance del 2,4% en el empleo, lo que permitiría reducir la tasa de desocupación del 10,5% actual al 8,4%, y la creación de más de 6,5 millones de nuevos empleos, además de expandirse la productividad multifactorial en un 5,7%. Aquí podrían agregarse las dificultades que tienen las empresas en general para encontrar perfiles con habilidades digitales cuya oferta no alcanza a ser satisfecha.

El incremento de la banda ancha móvil tendría otro efecto vinculado con la inclusión financiera. Esta se incrementaría un 2,3% lo que también se traduciría en una mejora de las expectativas socioeconómicas de la población, más cuando la educación financiera es, junto con políticas concretas y coherentes de conectividad y digitalización.

## México: Tendencias en materia de ciberseguridad

ataques al día de este tipo, de los cuales 372 son dirigidos al sector privado, el resto a dependencias de gobierno, mostrando un crecimiento anual de 7%.

Tendencias como el ransomware son difíciles de contrarrestar si se toma en cuenta que el 66% de las organizaciones en México utilizan software 'pirata', y comprometiendo su información con esa sola falla.

Por otra parte, Gabriela Reynaga, directora de Consultoría en Holistics GRC, expone los resultados de la encuesta realizada por ISACA respecto al Estado Global de la Ciberseguridad, en el que se observó que el 63% de las empresas no ha completado su plantilla de trabajadores de ciberseguridad, 8% más empresas que en 2021.

Otro 62% de los encuestados dijo tener un equipo de ciberseguridad pero que le falta gente; el 52% de las contrataciones piden un grado universitario.

El 63% de los encuestados afirmó tener vacantes de ciberseguridad; lo que más necesita el mercado son técnicos que manipulen directamente la tecnología, aunque también hace falta perfiles SISO, es decir, líderes con conocimientos en ciberseguridad y su impacto en las organizaciones.

Entre las habilidades más solicitadas por las compañías son personas con habilidades blandas que comprendan el core de la organización, sepan comunicar los problemas, los cambios, los objetivos técnicos y lo hagan de manera flexible.

El escenario actual de negocios solo ha incrementado los riesgos a los que, informáticamente nos vemos expuestos.

De acuerdo con Enrique Herrera, fundador de la firma de ciberseguridad Cyberimox, la pandemia trajo el uso de nube, comercio electrónico y home office abriendo silos muy grandes de ciberseguridad. Por ejemplo, entre las Pymes, el 30% señaló haber sido afectada por phishing y un 83% afirmó no estar preparados para un ataque de malware. En lo que respecta al ransomware, el ejecutivo advirtió que México recibe mil 128

## Paraguay: Estrategia de telecomunicaciones y transformación digital.



Copaco, el operador público de telecomunicaciones de Paraguay, y Arsat, la empresa satelital de Argentina, acaban de iniciar acercamientos para avanzar en un acuerdo de interconexión e intercambio.

El anuncio se inscribe en un momento en el que el país redobra sus acciones y apuestas para avanzar en su transformación digital, con foco social.

El encuentro entre la empresa argentina y la paraguaya se realizó en la Estación Terrena que Arsat posee en Benavidez, desde la que también se le ofrecerán soluciones de data center. Allí estuvieron presentes las delegaciones diplomáticas de ambos países, quienes propusieron establecer un memorándum de entendimiento que rubrique el vínculo bilateral.

En palabras de Hernán Franco, gerente de Gestión Empresarial y regulación de Copaco: "Al ser un país mediterráneo y no tener acceso a las costas, el servicio de Internet en Paraguay es elevado (...) Este acuerdo apunta a que podamos sortear algunas barreras y bajar el precio del servicio en nuestro país".

Por su parte, David Ocampos, vice en el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (Mitic) de Paraguay, expresó: "Para nosotros, el data center de la Estación Terrena es una fuente de recursos muy valiosa (...). Si podemos tender esa carretera, será un salto de calidad muy grande para nuestros proveedores en Paraguay y podremos bajar los costos de los servicios".

En lo concerniente a Copaco, la empresa anunció un plan de despliegue de fibra óptica y de la cobertura de telefonía móvil, para el que prometió invertir alrededor de 10 millones de dólares hasta 2023.

la apuesta en Paraguay tiene mucho foco social y se evidencia, por ejemplo, en la transformación digital que involucra a su sistema público de salud. Entre enero y agosto de 2022, por ejemplo, se registraron más de 3,1 millones de consultas realizadas a través de su Sistema de Información Hospitalaria (HIS, por sus siglas en inglés), y significó un acumulado de 7.619.275 consultas concretadas desde su puesta en marcha en 2017.

El HIS es una tecnología que está implementada en 140 establecimientos de salud de todo el país, que agiliza y mejora la calidad de los procesos de atención de pacientes; y que es posible gracias a que estas instituciones cuentan con conectividad de fibra.

En este caso, se trata de una iniciativa impulsada por el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), que contó con el apoyo del gobierno de la República de China (Taiwán) dado que fue el proveedor del sistema informático, y que sumó el Mitic y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), entre otras entidades.



## Perú: Estudiante crea el buscador web Konlap en 109 idiomas.



Un estudiante peruano de 19 años ha creado el buscador web Konlap en 109 idiomas.

Su nombre es Héctor Díaz, y ha creado el buscador web Konlap para hacer búsquedas de información en 109 idiomas, incluidos quechua y aimara, lenguas maternas del 15% de peruanos.

Por su creación, Díaz recibió un premio de Microsoft, informó el Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo (Pronabec).

El estudiante de 19 años de edad, es oriundo de la región Amazonas, y dijo que "las personas, por falta de incentivos, no aprenden inglés y en el largo plazo eso afecta la educación (...) Los buscadores son una herramienta clave para que las personas accedan a información no solo en inglés, sino también en otros idiomas".

Se estima que más del 60% de la información en internet se encuentra en inglés y alrededor de 3% en español.

El universitario, becado por el Estado peruano, aprendió idiomas y programación en forma autodidacta, y a final del año pasado empezó a trabajar en el prototipo de la página web, nombre que alude a la fortaleza de Kuelap, construida en lo alto de una montaña en Amazonas.

Tras su lanzamiento, Konlap obtuvo el financiamiento de Emergent Ventures, una programa de becas para emprendedores de Mercatus Center de la Universidad George Mason de Estados Unidos.

Asimismo, la página web ganó 150.000 dólares de Microsoft For Startups para aparecer en 35 millones de búsquedas en internet, lo que en opinión de su creador es una cantidad suficientemente grande como para validar el producto en el mercado extranjero.

Díaz destacó que su iniciativa busca universalizar el acceso a la información y por eso empezó con los idiomas que se hablan en Perú, después del español. Finalmente, el joven peruano expresó: "Queremos empezar por el Perú, con las personas que hablan quechua o aimara, nuestra gente, que casi no cuentan con información en sus lenguas. Luego, también queremos ayudar a otras personas, vamos a expandirnos especialmente en el este y sudeste de Asia, donde hay poblaciones enormes que igual tienen muy bajo contenido en internet".



## Perú: La Ciberseguridad y las pymes.

De acuerdo con el estudio SMB de Microsoft: "el 46% de PyMes peruanas han invertido en tecnología y seguirán invirtiendo en los próximos meses"; estas cifras demuestran que cada vez las empresas son más conscientes de la importancia de la ciberseguridad en sus operaciones empresariales.

En palabras de Jimena Mora, Directora de Seguridad Digital para Microsoft en Latinoamérica: "El cliente que invierte en lo básico - realizar las actualizaciones automáticas y gratuitas- ya no cae en el ataque más básico, mientras que los que no invierten y no forman a su fuerza de trabajo en mejores prácticas caen en la más simple de las estafas. La clave es fomentar una cultura de seguridad, porque puedes hacer que toda la tecnología esté disponible, pero al final del día, la mayoría de los ataques se "cuelan" por los usuarios, como un empleado que caen el phishing".

Una de las razones más comunes por las que las Pymes más invierten en ciberseguridad, es cuando han sido víctimas de un ciberataque o han visto a un socio o competidor serlo. Esta, paradójicamente, puede ser un arma de doble filo, pues está en el origen de inversiones mal hechas: la empresa genera una inversión por decisiones emocionales, luego vuelve esa sensación de falsa seguridad y baja el mantenimiento, o a veces sigue invirtiendo en varias tecnologías diferentes y gastando más de lo que debería y al final no estará más protegida.

En opinión de Andrés Rengifo, director de Asuntos Corporativos, Externos y Legales de Microsoft para la región Andino Sur: "Si una pequeña o mediana empresa maneja un gran volumen de datos, o datos que son considerados confidenciales, además de ser vulnerable a los ataques de oportunidad, está expuesta a ataques dirigidos a la fuga o secuestro de datos, y necesita protegerse con mayor rigurosidad. Una fuga de datos personales puede dañar la reputación de una empresa de manera casi irreversible y rompe la confianza de sus clientes, socios e inversionistas".

Para los pequeños negocios, más que para los grandes, el impacto de un ciberataque puede poner

en peligro la supervivencia del negocio. La mayoría de las pequeñas empresas que han tenido algún tipo de ciberataque no logran seguir operando, lo que puede llevar a la bancarrota rápidamente. Además del riesgo financiero causado por la parálisis de las operaciones, un ciberataque también puede erosionar la reputación y la credibilidad de la empresa, dejándola aún más vulnerable.

Las empresas más recientes también necesitan una estrategia de ciberseguridad. Cuando se habla de empresas que crecen a alta velocidad, naturalmente tienen más desafíos de escala. Estas "scale-ups" terminan dejando un rastro de mayor vulnerabilidad, con problemas que necesitan atención desde el día del negocio. Las pequeñas y medianas empresas tienen la oportunidad de implementar estrategias de privacidad y seguridad «por diseño», es decir, en el diseño de productos y servicios, una tendencia recomendada por los expertos para desarrollarse en un contexto de ciberseguridad desde el inicio de las operaciones.

agencia**LEADS**<sup>®</sup>  
Lead management 360

# Expertos generando Leads efectivos

para que puedas  
convertirlos en  
ventas y hacer  
crecer tu negocio.



[agencialeads.com](https://www.agencialeads.com)



## Más de 10.000 internautas en Marruecos expuestos a amenazas vinculadas a extensiones de navegador (Kaspersky).

Al imitar aplicaciones populares como Google Translate o extensiones con funciones útiles como PDF Converter o Video Downloader, las amenazas contenidas en extensiones maliciosas pueden incrustar anuncios, recopilar datos del historial de navegación e incluso buscar credenciales de inicio de sesión lo que las convierte en una de las herramientas más populares para los ciberdelincuentes.

Durante la primera mitad de 2022, los investigadores de Kaspersky observaron un aumento en la cantidad de usuarios afectados, con 1,3 millones de usuarios que encontraron amenazas en las extensiones durante este período, más del 70% de la cantidad de usuarios afectados por la misma amenaza en todo el año anterior. Detrás de las extensiones maliciosas, la amenaza más común es el adware, un software no deseado diseñado para mostrar anuncios en la pantalla.

Desde enero de 2020 hasta junio de 2022, los investigadores de Kaspersky observaron que más de 4,3 millones de usuarios únicos encontraron adware oculto en una extensión del navegador, lo que significa que aproximadamente el 70 % de los usuarios de Internet fueron víctimas de complementos de malware que han estado expuestos a adware.

Los usuarios marroquíes se ven afectados por el problema del Adware, con más de 25.200 víctimas en el mismo período. Algunos complementos no deseados se distribuyeron a través de mercados oficiales. En 2020, Google eliminó 106 complementos maliciosos de su Chrome Web Store.

Todas servían para hackear los datos sensibles de sus usuarios (cookies, contraseñas, etc.), o para realizar capturas de pantalla de forma remota. Estas extensiones fraudulentas han sumado 32 millones de descargas, poniendo en riesgo los datos de millones de usuarios.

Para protegerse contra las amenazas que se esconden en los complementos, Kaspersky recomienda usar solo fuentes confiables para

descargar software. El malware y las aplicaciones no deseadas a menudo se distribuyen a través de recursos de terceros donde nadie verifica su seguridad, a diferencia de las tiendas en línea oficiales.

Estas aplicaciones pueden instalar extensiones de navegador maliciosas o no deseadas sin el conocimiento del usuario y realizar otras actividades maliciosas.

También es más seguro limitar el número de extensiones utilizadas al mismo tiempo y revisar periódicamente las extensiones instaladas.

Los expertos también aconsejan utilizar una solución de seguridad sólida. La navegación privada, por ejemplo a través de Kaspersky Internet Security, puede ayudar a evitar el seguimiento en Internet y por lo tanto protegerse contra las amenazas.



## Inclusión financiera: la visión de la Asociación Profesional de Entidades de Pago.

La ola de la digitalización ha venido a dar un nuevo ritmo al proceso de inclusión financiera en Marruecos. Se percibe como un acelerador del acceso a los servicios financieros. Pero también una vía prometedora y sólida para superar la baja penetración de los servicios financieros entre las poblaciones no bancarizadas. Es por esto que la ley bancaria 103.12 del 24 de diciembre de 2014 estableció el estatus de institución de pago que aplica a las entidades no bancarias.

Al día de hoy, las redes han experimentado un fuerte incremento, pasando de alrededor de 6.000 puntos de acceso en 2019, a poco más de 19.700 puntos de acceso al cierre de 2021. Para representarlas y lograr los objetivos del país en la inclusión financiera, la Asociación Profesional de

varias transacciones de forma desmaterializada, como el pago de facturas, el ahorro o la devolución de un préstamo, sin tener que acudir a una agencia.

Como es un medio de pago, las transacciones iniciadas a través de M-Wallet ocurren en una cuenta de pago mantenida por una institución de pago. La apertura de esta cuenta no supone ningún coste y se puede realizar de forma remota, a través de las distintas aplicaciones ya operativas y disponibles en las tiendas.

Además, la cuenta de pago está

Instituciones de Pago (APEP) combina diálogo con Bank Al-Maghrib y propuestas de mejora al gobierno. ¿Marruecos va realmente por el camino de la inclusión financiera gracias al pago móvil? Las explicaciones de Mohammed Benkaddour, Delegado General de la APEP.

El pago móvil en particular es una palanca importante en el despliegue de esta estrategia, porque su desarrollo ofrece una oportunidad real para las otras palancas también, a través de las sinergias identificadas. Así, perfectamente podemos imaginarnos en un entorno en el que un beneficiario de una ayuda social pueda recibirla en su monedero electrónico, o M-Wallet, y realizar

libre de comisiones de mantenimiento de cuenta y varios tipos de operaciones, como el pago de comerciantes o facturas, también son gratuitas. Las tarifas existentes se refieren a algunos tipos de transacciones, como la recarga de la cuenta mediante tarjeta bancaria y la ventaja radica en que el usuario conocerá estas tarifas en tiempo real, antes de realizar estas transacciones. También es importante destacar que las tarifas existentes se han estudiado de forma que sean lo más accesibles posible.

Además, las cuentas de pago se adaptan a las necesidades y usos de las personas, mediante el establecimiento de tres niveles de cuentas o techos de 200, 5.000 y 20.000 dirhams. También existen cuentas sin tope para profesionales (comerciantes y agentes de pago).

## La comunicación de influencia, ¿una necesidad real en la era digital?

La opción de apelar a influencers y otros creadores de contenido para comunicarse está demostrando ser una necesidad en la era digital, en la medida en que la audiencia ha cambiado drásticamente. Raja Bensaoud, docente-investigador en derecho empresarial y digital, nos cuenta más sobre el tema.

Hemos notado un aumento en el poder de los creadores de contenido, más particularmente de los influencers, en los últimos años. Se les pide cada vez más que se comuniquen sobre diversos temas. ¿Cuál es su lectura de esta situación? Durante mucho tiempo, las empresas siguieron la estela de la notoriedad de celebridades como artistas, deportistas y modelos para influir en el público y promover su propia actividad. Ahora con la aparición de nuevos espacios para compartir y en particular las redes sociales, nuevos líderes de opinión han adquirido la capacidad de influir en los consumidores. Las empresas o marcas construyen su imagen, su credibilidad editorial a través de campañas de comunicación,

patrocinios, eventos. Estas marcas nacieron en un momento en que eran las únicas que se expresaban en los medios con una lógica vertical. Estas marcas de repente se vieron despojadas, caídas frente a influencers que naturalmente se impusieron.

Y entonces, y como dice un proverbio inglés: "si no puedes con ellos, únete a ellos" y es a lo que se han enfrentado los comunicadores de marca con este fenómeno. Y luego hizo posible salir de ese

mirarse el ombligo publicitario, donde se pasa, por pretencioso, a un mundo donde uno deja que el otro hable de uno mismo. Y esto marca una ruptura con el clásico discurso formateado y egocéntrico. Y entonces vamos a conseguir que un blogger de belleza hable sobre una crema que acabamos de crear, un chef que elogie los méritos de un horno. Así que vamos a buscar personas que tengan la legitimidad para hablar sobre el producto de la marca y mostrarlos frente a sus seguidores.

El papel de los influencers ya no se limita a promocionar productos y servicios, sino que ahora se extiende a ONG, ministerios y otras instituciones oficiales. ¿Podemos decir que estas tienen la misma legitimidad de acción que las cajas de comunicación?. Es difícil comparar un influencer con una agencia de comunicación, porque esta última puede tener múltiples actividades que no entran dentro del ámbito de influencia. En cuanto a las ONG, diría que como organización, perfectamente puede utilizar los servicios de los influencers. Este ya es el caso. Lo importante es que estos influencers sean coherentes con la asociación, encarnen sus valores y hagan campaña por su causa. Esto puede traducirse en discursos de sensibilización, narrativas, informes dirigidos a la audiencia de la asociación.

¿Es acertado en tu opinión recurrir a influencers para la comunicación pública o no es más que un efecto de moda con el que se busca acercarse al target?. Cabe precisar que a diferencia de la comunicación política o comercial, la comunicación pública, lejos de cualquier consideración mercantil o partidista, transmite fuertes valores; las de servicio público e interés general.



## El Huawei watch fit 2 se lanza en Marruecos.

Huawei Consumer Business Group (BG) lanzó recientemente el nuevo reloj conectado HUAWEI WATCH FIT 2 en Marruecos, la última incorporación a su moderna serie WATCH FIT.

Lanzada originalmente en 2020, la serie anima a los usuarios a explorar nuevos tipos de ejercicio físico a partir de una serie de clases de fitness animadas, modos de entrenamiento y funciones científicas de seguimiento de la salud. Con su diseño liviano y elegante, marcó el comienzo de una nueva era de relojes inteligentes, inspirando a los usuarios a mejorar su estado físico con un dispositivo que es tan elegante como útil.

El HUAWEI WATCH FIT 2 lleva esta combinación perfecta de forma impecable y función excepcional a un nivel completamente nuevo. Es compatible con dispositivos Huawei, así como con otros dispositivos Android e iOS. El reloj inteligente está disponible en dos ediciones: una edición activa y una edición clásica. El Smartwatch de Huawei está disponible en Marruecos a un precio desde 1.599,00 dh

Para la versión activa y desde 1.999,00 dh para la edición clásica en el sitio web oficial de Huawei: IWASHOP, en la tienda de experiencias de Huawei y en los minoristas.

Con su pantalla HUAWEI FullView de 1,74 pulgadas, hereda el elegante ADN del HUAWEI WATCH FIT original. A diferencia de las iteraciones anteriores, el HUAWEI WATCH FIT 2 cuenta con un altavoz lo que permite a los usuarios recibir llamadas fácilmente a través de Bluetooth sin siquiera tener que levantar su teléfono inteligente. El HUAWEI WATCH FIT 2 también tiene una batería de larga duración de 10 días para una experiencia sin estrés y sin interrupciones.

La animación de fitness y el entrenador de audio han experimentado una notable mejora, mientras que una serie de características de salud, como la frecuencia cardíaca, el sueño y control del oxígeno en la sangre, permiten a los usuarios realizar un

seguimiento de su salud sobre la marcha todos los días, sin hacer el menor esfuerzo.

Moda en tu muñeca, diseño elegante con una gran pantalla HUAWEI FullView de 1,74 pulgadas. El diseño es más suave y elegante que nunca, ligero como una pluma y muy cómodo en la muñeca. La pantalla de 1,74 pulgadas es un 18,6 % más grande que la iteración anterior, con una resolución de 336 PPI y 336 x 480 píxeles para colores vivos y vibrantes, lo que permite distinguir cada detalle fino de un solo vistazo.

La pantalla también cuenta con el nuevo diseño de tablero de ajedrez de Huawei, que permite a los usuarios acercar y alejar la imagen de manera fácil e intuitiva. Cada edición del HUAWEI WATCH FIT 2 viene con múltiples opciones de color.



## Los siete ejes de la transformación digital del modelo de gestión HCP.

El proceso de digitalización de la Alta Comisión de Planificación (HCP) está llegando a su fin. "Tras realizar una reingeniería estratégica de su modelo de gestión global, para adaptarse a las implicaciones sostenibles de sus retos, potenciar los factores de competitividad de sus productos y digitalizar todas sus líneas productivas, el reto de la HCP consiste en superar las limitaciones de la administración pública", declaró el Alto Comisionado para la Planificación, Ahmed Lahlimi Alami, durante la presentación del programa para la digitalización del modelo de gestión y estudio, recientemente en Rabat.

Este proyecto de transformación digital se desglosa en siete grandes áreas. En primer lugar, encontramos la cuasi-digitalización de todas las cadenas de producción de datos y metadatos estadísticos, así como la utilización de la web (CAWI) en la recogida de datos por internet. El HCP también ha automatizado los intercambios de datos internos entre los departamentos central y regional de la organización estadística o con sus socios institucionales a través de una plataforma segura y dedicada.

El HCP también ha puesto en marcha una plataforma colaborativa dedicada a directivos y departamentos internos, cuyo objetivo es "ofrecer un espacio de trabajo, intercambio de experiencias y conocimientos que permita la trazabilidad y transparencia de las operaciones". Esta transformación digital también estuvo acompañada

de la instalación de un centro de gestión de datos (DMC) destinado a albergar los datos y metadatos producidos por el HCP. En última instancia, esta base de datos constituirá la nube estadística nacional.

La web de la Alta Comisión del Plan no se queda atrás. De hecho, se ha puesto en línea una nueva versión "renovada". Objetivo: permitir un acceso rápido y simplificado a los datos. El HCP también ha adoptado el modelo de proceso comercial estadístico genérico (GSBPM). Este último se convierte así en el depositario metodológico de las líneas productivas de la organización. También permite el desarrollo de informes de calidad para equipar a los usuarios a explotar mejor las estadísticas de la HCP. El último eje de esta transformación digital es la mejora de la base de datos estadística (BDS). Se está ultimando su actualización, que incluye ergonomía, accesibilidad, diseño y novedades.

Cabe señalar que para esta revisión, el HCP se benefició de la experiencia de la agencia estadística noruega, Estadísticas de Noruega. Este especialista mundial en registros mercantiles ha dotado al organismo nacional de una solución genérica para la gestión automatizada de los datos societarios. Esta plataforma creada, probada y adaptada a las necesidades nacionales, ha mejorado las funcionalidades de la base de datos de Empresas del HCP y "podrá contribuir a preparar el entorno técnico y metodológico para el uso de los registros de Empresas en la producción estadística".



## Biker.ma, el primer sitio web dedicado a anuncios de motocicletas en Marruecos.



Ya habrás notado esto durante mucho tiempo. Rueda cada vez más por las grandes motos que han invadido las carreteras marroquíes. Pero desde hace poco más de 8 años, cierta efervescencia comienza a caracterizar este mercado donde la oferta y la demanda ya no se limitan al vehículo, sino también al equipamiento y accesorios que lo acompañan. Basado en esta observación y precisamente para aprovechar esta oportunidad, el joven Ali Belakbir decidió fundar "Biker.ma", el primer sitio en el Reino dedicado 100% a la motocicleta y su universo. En este sitio, cualquier motociclista, particular o profesional, puede vender o comprar una motocicleta, nueva o usada. "Biker.ma es hoy en día un actor clave en el sector de las motos en Marruecos, cada vez gana más espacio en el buscador de Google, actualmente en la primera página de resultados y esto en menos de diez meses. El sitio cumple exactamente con las expectativas de sus clientes en términos de investigación avanzada, como categoría, precio, ciudad, modelo, tipo de combustible, kilometraje, color, equipamiento, entre otros", explica al diario "The Morning" Ali Belakbir.

Lanzado recientemente, "Biker.ma" se contentó en sus inicios con ciudades conocidas por su gran número de motos en circulación, como Casablanca, Rabat, Tánger, Marrakech, Agadir, Fez y Meknes. "Valor hoy, hemos moderado y validado más de 300 anuncios de motocicletas y equipos que cumplen con los criterios y requisitos de nuestro sitio, es decir, la calidad de las fotos, la precisión de toda la información, el respeto de la lógica de precios en comparación con el mercado todo ello para garantizar la máxima fiabilidad a los usuarios de la plataforma", sostiene Balakbir.

Categorías, marcas, motor, kilometraje, número de cilindros y equipamiento, "Biker.ma" ofrece una búsqueda específica y "avanzada". Pero, ¿qué ventaja en comparación con plataformas más

generales como Avito? "Biker.ma se destaca frente a otros sitios de anuncios generalistas por su especialidad en una sola categoría: la motocicleta y su universo, esto ofrece varias opciones a nuestros usuarios en términos de investigación avanzada y dirigida por criterios que no encontramos en otros lugares.

Y por experiencia, varios moteros que han añadido sus anuncios a nuestra plataforma se han negado a añadir sus valiosas motos a sitios generalistas". Con una gama completa y los servicios ofrecidos por el sitio, además de su ergonomía que lo hace fácil de usar, "biker.ma" pudo alcanzar un número "respetable" de usuarios únicos mensuales que superan los 10.000 usuarios únicos y más de 100.000 páginas vistas cada mes: "La filosofía de la plataforma es democratizar el sector de las compras de motocicletas en Marruecos, especialmente las de grandes y medianas cilindradas, cuyo número va en aumento, y la tendencia actual se caracteriza por un gran interés de los marroquíes hacia la adquisición de una moto, lo que nos da acceso a un mercado con mucho potencial", subraya el fundador de la plataforma.





## **Teletrabajo** el 64,4% de los marroquíes **a favor** de la **alternancia con el trabajo presencial (CESE).**

Las opiniones sobre el teletrabajo difieren. Si los marroquíes lo aprecian, otros ven solo desventajas señalando con el dedo, en particular, las horas no consideradas, la ausencia de una separación entre la vida profesional y la vida privada, así como la sensación de aislamiento en relación con el entorno laboral. Las últimas cifras del Consejo Económico, Social y Ambiental (CESE) dicen mucho.

El 89% de los marroquíes cree que el teletrabajo se convertirá en una nueva tendencia en Marruecos y un 81,6% considera esta modalidad de trabajo como una oportunidad para ahorrar tiempo y dinero en el transporte. Estas son las principales cifras que surgen de una encuesta realizada por el Consejo Económico, Social y Ambiental (CESE) en su plataforma "ouchariko.ma".

En detalle, 27.638 interactuaron con el tema del teletrabajo que fue seleccionado este año por la ESEC, de los cuales 1.326 sí participaron de la encuesta. Los encuestados parecen haber valorado tanto el teletrabajo que el 64,4% dice que esta modalidad de trabajo debería practicarse de forma alterna con el trabajo presencial y el 35,6% piensa que debería ejercerse a tiempo completo. Los resultados de la encuesta también indican que casi el 64% de los encuestados lo consideran una forma de trabajo completa, mientras que el 24% lo ve como una opción temporal para aplicar en caso de fuerza mayor.

Preguntados sobre las ventajas del teletrabajo, más de la mitad de los encuestados considero que esta forma de trabajar les permitía reducir sus niveles de estrés, tener más autonomía en la gestión de tareas así como una mejor.

Según los encuestados el horario de trabajo abierto es considerado por un 61% como una desventaja del teletrabajo, seguido de la ausencia de separación entre la vida profesional y privada por un 50%. Otros inconvenientes también fueron señalados por los participantes en la encuesta, las dificultades de supervisión y orientación (26,5 %), así como la sensación de aislamiento del entorno de trabajo (26,2 %).

En cuanto al equipamiento necesario para realizar el teletrabajo, el 64% de los encuestados cree que necesitaba invertir en equipamiento para poder teletrabajar. Entre estas personas, el 81% considera la conexión a Internet como una inversión realizada en relación al teletrabajo. La habilitación de un espacio de trabajo y la compra de equipos informáticos adaptados también son consideradas gastos por los encuestados, hasta en un 66% y 55% respectivamente.

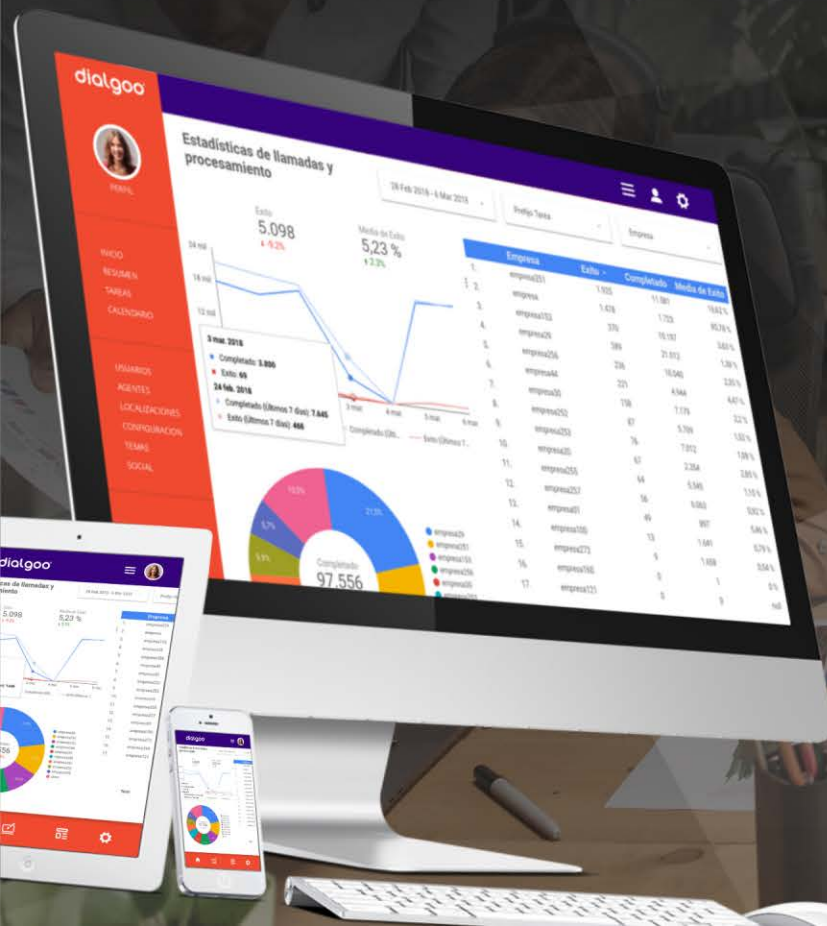
Cabe señalar que los participantes también fueron cuestionados sobre las disposiciones para promover el desarrollo del teletrabajo. El 77,1% de los encuestados optó por la implementación de un marco regulatorio adecuado y el 64,2% por la inversión financiera del empleador en los costos relacionados con el teletrabajo.

# dialgoo®

CALL CENTER  
SOFTWARE SOLUTIONS

**Transforma tu navegador**  
en un centro de atención telefónica.  
*Sin compromisos*, sin instalaciones,  
**LISTO AL INSTANTE.**

**+34 910791323**



[www.dialgoo.com](http://www.dialgoo.com)

## La Agencia de Desarrollo Digital de Marruecos y Minsait lanza plataforma de intercambio de datos.

Los dos socios dicen que su plataforma permitirá que todos los sistemas de información en las administraciones de Marruecos "se comuniquen entre sí", independientemente de sus capacidades tecnológicas.

La Agencia para el Desarrollo Digital de Marruecos (ADD) une fuerzas con la empresa española Minsait, una firma líder en consultoría de transformación digital y tecnologías de la información, para establecer una plataforma de intercambio de datos.

Según un comunicado de Minsait, la plataforma busca permitir la compartición de datos y el intercambio de información entre las distintas administraciones y entidades públicas de Marruecos de forma segura y ágil.

El objetivo de la plataforma es promover el intercambio seguro y transparente de datos y documentos entre diferentes agencias y organizaciones con el fin de acelerar los procedimientos, simplificar los procesos y adaptar los servicios a los requisitos de las personas, señala el comunicado.

También pretende permitir que todos los sistemas de información de las administraciones de Marruecos "hablen entre sí", independientemente de sus capacidades tecnológicas, explica el comunicado de Minsait, y añade que la iniciativa es

una prioridad del Gobierno marroquí para apoyar la transformación digital del sector público. Optimizar los procesos y mejorar la prestación de servicios.

La interoperabilidad de los distintos sistemas permite reducir los ciclos de tramitación y el suministro de documentación que previamente se ha enviado a una de las administraciones conectadas, así como la reducción de errores humanos y gastos, explicó Minsait.

Según el comunicado, la Plataforma de Interoperabilidad de Minsait es una solución abierta de Internet de las cosas (IoT) con funciones de "Big Data" que simplifican la integración y el intercambio de datos de muchos sistemas, aplicaciones y dispositivos. Su tecnología también permite el cifrado de las comunicaciones para preservar la confidencialidad e integridad de la información.

Como parte del Grupo Indra, líder mundial en tecnologías de la información y sistemas de defensa, Minsait está presente en Marruecos desde hace más de 20 años, donde es socio tecnológico en algunos proyectos de alto perfil, recuerda el comunicado.

La compañía tecnológica inauguró su nueva oficina en Rabat en 2018, confirmando su apuesta por el país y reforzando su capacidad de crecimiento en África, concluye el comunicado.



## Las **habilidades** digitales y de datos son las más demandadas en la región **MENA**.

Outsized, una plataforma de talento bajo demanda con sede en Londres, informó recientemente un aumento en la demanda del mercado de habilidades de pagos y tarjetas, transformación digital y habilidades de datos, así como expertos en gestión del cambio en la región de Medio Oriente y África del Norte.

Outsized conecta firmas de consultoría estratégica y de gestión, compañías de seguros, Big 4 e instituciones financieras con talento calificado de MENA y otras regiones.

Al analizar los datos sobre la demanda de los clientes y las habilidades de talento, la firma de contratación descubrió que las habilidades de transformación digital son las más demandadas en MENA, seguidas de los pagos y el análisis. Las metodologías ágiles ocuparon el cuarto lugar en la lista de demandas, por delante de las tarjetas y las habilidades de pago y las capacidades de gestión de proyectos y programas.

El creciente interés en la gestión de proyectos y las habilidades digitales va acompañado de un cambio regional hacia el trabajo remoto.

Al explicar esta tendencia, el informe señaló que la pandemia de COVID-19 hizo que las empresas en MENA, África y Asia se dieran cuenta de que pueden digitalizarse sin pérdidas de calidad, lo que proporcionó más espacio para horarios y métodos de trabajo flexibles. El aumento en el comercio electrónico y los servicios Compré ahora y pague después también ha aumentado la demanda de expertos en pagos y tarjetas.

Antes del inicio de la pandemia por un lado, las empresas luchaban por encontrar el talento adecuado para satisfacer sus necesidades y por otro lado, a los talentos calificados les resultaba difícil encontrar las oportunidades adecuadas con los clientes de primer orden debido a una situación muy fragmentada. Mercado, dijo Vikram Malhotra, Director General de MENA en Outsized.

Sin embargo, "la región MENA está presenciando el doble beneficio de que el talento local tenga acceso a oportunidades globales y las organizaciones regionales tengan acceso al talento global".

El informe también encontró que los roles de consultoría independiente y freelance están aumentando en la región y los extranjeros son los que más se benefician de tales acuerdos. Según Outsized, muchas organizaciones en Asia y África están optando por un modelo en el que hasta el 30% de los empleados son independientes.

Las asignaciones independientes suelen durar entre tres y doce meses y los independientes cobran entre \$ 200 y \$ 640 según la cantidad de años de experiencia. También les permiten a los trabajadores independientes "aprender más, progresar más rápido y ganar más como independientes", según Outsized.

## Hashtag que pide el levantamiento de la fecha de vencimiento de los diplomas de bachillerato se vuelve viral.



Actualmente en Marruecos, un título de Bachillerato solo permite a su titular postularse a instituciones de educación superior en un período de dos años.

Un hashtag que exige el levantamiento de la fecha de caducidad de dos años en los diplomas de bachillerato marroquíes ha arrasado en Internet en Marruecos.

Dado que un título de bachillerato marroquí solo permite a su titular postularse a instituciones de educación superior dentro de un período de dos años, la campaña en línea en curso pide eliminar las barreras legales para permitir que los ciudadanos accedan a instituciones de educación superior independientemente del plazo de dos años.

El hashtag (تموت\_لا\_الْبكالوريا) en árabe para "#Bacalaureate\_Can't\_die" está cobrando un impulso significativo en línea, y los usuarios de Internet marroquíes cuestionan el valor de un título de educación que requiere 12 años de dedicación y trabajo duro, pero que solo es válido por dos años.

En protesta por la fecha de vencimiento del título de Bachillerato, un usuario de Twitter escribió: "Mientras un individuo esté vivo, tiene derecho a la educación, incluso si se encuentra en los puntos más lejanos del planeta, y mucho menos en su país de origen."

Encontrando un argumento legal en apoyo de la demanda, el usuario de Twitter escribió: "Desde una perspectiva legal a los bachilleres con títulos antiguos no se les debe negar el derecho a continuar la educación, pero prácticamente muchas universidades marroquíes solo abren sus puertas exclusivamente a los estudiantes recientes. Titulados lo que vulnera el derecho a la educación".

Figuras destacadas también se han sumado a los crecientes llamados para raspar la fecha de vencimiento de dos años. Un profesor y analista político marroquí, Omar Jamii, se dirigió a Facebook para expresar su desprecio por el estado actual de las admisiones universitarias.

"Cuando a un licenciado se le niega la admisión a una universidad marroquí con la excusa de que es antigua, el rechazo viola directamente el capítulo 31 de la constitución que establece que las autoridades deben facilitar el acceso de los ciudadanos a la educación", escribió Jamii.

Negar admisión con base en la fecha de Bachillerato igualmente "vulnera el capítulo 33 de la constitución que establece que las autoridades deben trabajar para facilitar el acceso de los jóvenes a la educación y los medios para desarrollar sus potencialidades", concluyó.



## Los taxis de **Tánger** se vuelven **digitales**.

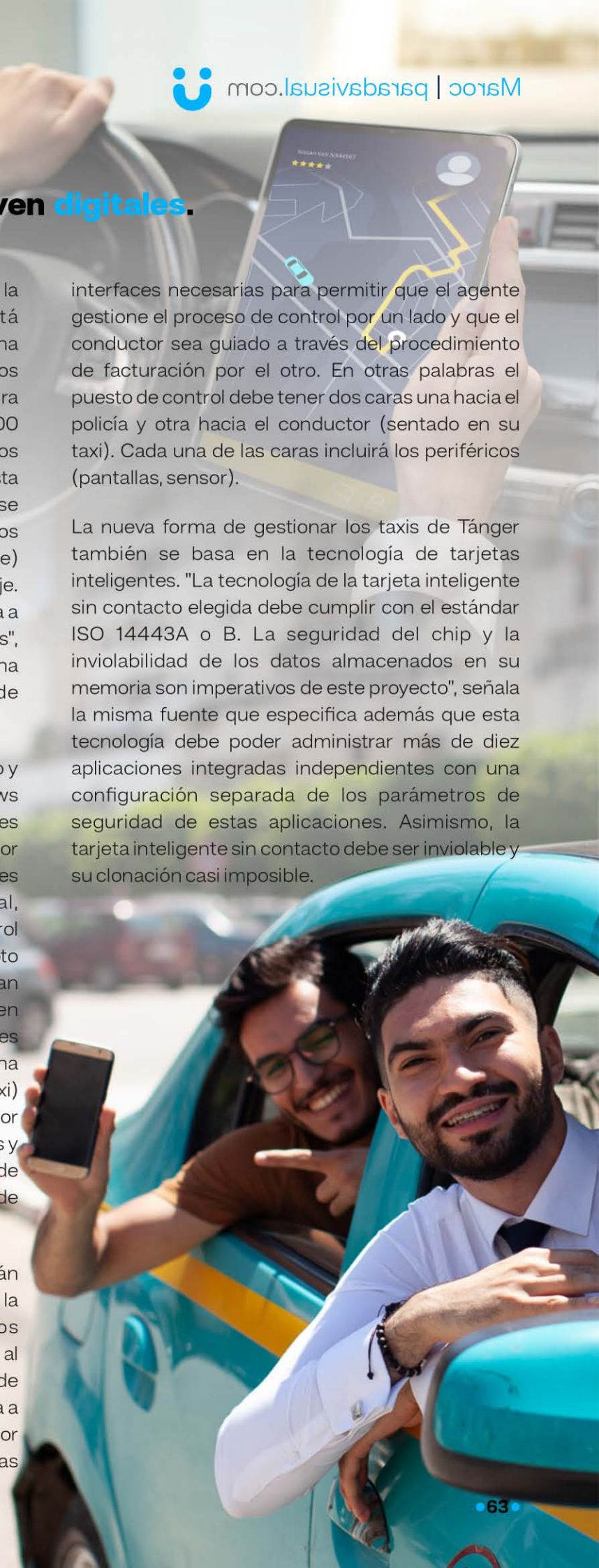
El Ministerio del Interior, a través de la wilaya de la región de Tánger-Tetuán-Alhucemas, está trabajando en el proyecto de implantación de una solución para la gestión de permisos fiduciarios biométricos y fichajes de taxistas en la prefectura de Tánger-Asilah. Así, 12.000 taxistas y 3.700 homologaciones en circulación están afectados por este proyecto. "Esta solución está compuesta por un software modular y escalable que se comunica directamente y en tiempo real con los terminales de control (terminales de fichaje) instalados en las distintas estaciones de fichaje. Estos terminales se conectan a la red informática a través de enlaces ADSL con direcciones IP fijas", indica la wilaya de la región y agrega que dicha solución permitirá establecer las reglas de funcionamiento.

En este sentido, deberá integrar una interfaz web y una aplicación móvil (iOS; Android; Windows mobile) cuyo uso esté destinado a las autoridades competentes encargadas de la gestión del sector del taxi. Los módulos web y aplicaciones móviles deben permitir, desde su espacio personal, consultar y/o imprimir, entre otras cosas, el control del carnet de conducir en un clic, consultar la foto del conductor, la lista de conductores que han trabajado en un día determinado, conductores en actividad por un período, conductores ausentes por un período, conductores inactivos por una fecha determinada, aprobaciones (número de taxi) en funcionamiento, aprobaciones no operadas por un tiempo determinado, vehículos taxis utilizados y las características de estos vehículos tomados de los documentos de registro (tipo y marca de vehículo,

En cuanto a los terminales de control, se instalarán en el borde de los pasillos reservados para la facturación de taxis. En este sentido, los conductores se presentan en sus taxis frente al puesto de control y deben poder fichar sin salir de sus vehículos. El procedimiento de control lo lleva a cabo el policía situado al otro lado de la pila. "Por lo tanto la terminal de control debe tener las

interfaces necesarias para permitir que el agente gestione el proceso de control por un lado y que el conductor sea guiado a través del procedimiento de facturación por el otro. En otras palabras el puesto de control debe tener dos caras una hacia el policía y otra hacia el conductor (sentado en su taxi). Cada una de las caras incluirá los periféricos (pantallas, sensor).

La nueva forma de gestionar los taxis de Tánger también se basa en la tecnología de tarjetas inteligentes. "La tecnología de la tarjeta inteligente sin contacto elegida debe cumplir con el estándar ISO 14443A o B. La seguridad del chip y la inviolabilidad de los datos almacenados en su memoria son imperativos de este proyecto", señala la misma fuente que especifica además que esta tecnología debe poder administrar más de diez aplicaciones integradas independientes con una configuración separada de los parámetros de seguridad de estas aplicaciones. Asimismo, la tarjeta inteligente sin contacto debe ser inviolable y su clonación casi imposible.





## Binance Charity, Women in Tech para capacitar a mujeres marroquíes en Blockchain, Metaverse.

Se espera que el programa piloto de educación de blockchain llegue a Marruecos a fines de 2022 o principios de 2023.

Binance Charity, la filantropía habilitada por blockchain, y Women in Tech, una organización global de empoderamiento de la mujer, anunciaron recientemente sus planes para brindar cursos de educación sobre blockchain a mujeres marroquíes de comunidades vulnerables.

El proyecto piloto, parte del Programa Binance Scholar, hará su debut mundial en Río de Janeiro en Brasil y Ciudad del Cabo en Sudáfrica, antes de ingresar a Marruecos, Zambia, Nigeria, Senegal, Burundi, Kenia, Ghana y Marfil. Costará durante los próximos seis meses.

Binance Charity ha donado \$250,000 BUSD para el programa de seis meses que se espera beneficie a 2,800 mujeres en diez países.

El proyecto está configurado para ofrecer clases en línea, híbridas y presenciales sobre blockchain y cripto fundamentos, descentralización, web3 y Meta verse a pequeños grupos de 25 mujeres jóvenes de entre 15 y 25 años, lo que les permitirá seguir una carrera en blockchain independientemente de sus habilidades de desarrollador.

Los cursos están diseñados para principiantes y están configurados para incluir habilidades relacionadas con el desarrollo web, el desarrollo front-end, el desarrollo completo y los módulos de blockchain, dicen los organizadores.

Debido a que Binance Charity cree que "el futuro de las criptomonedas debe ser construido por todos, no por unos pocos", dijo Helen Hai, vicepresidenta de

Binance y directora de Binance Charity, "estamos creando cursos y eliminando barreras financieras para las mujeres, especialmente aquellas de comunidades vulnerables, para estudiar y formarse".

Haciéndose eco del mensaje de Hai, Ayumi Moore Aoki, fundadora y directora ejecutiva de Women in Tech, dijo que "la educación realmente puede transformar vidas" y "contribuye a la justicia social y al logro de todo el potencial de uno".

Esperamos con ansias nuestra asociación con Binance, haciendo que la educación de blockchain sea accesible para todos, especialmente para aquellas mujeres y niñas que han estado en desventaja anteriormente.

Dado que se espera que el mercado global de blockchain crezca de \$4,93 mil millones en 2021 a más de \$200 mil millones para 2028, Binance Charity y Women in Tech aspiran a cerrar la brecha de género en la industria tecnológica brindando educación de calidad a las mujeres en todo el mundo.

Un programa de este tipo parece ser muy necesario en un país como Marruecos, donde persiste la brecha de género en el sector tecnológico y se ha informado que el 62 % de los ciudadanos nunca ha oído hablar de Bitcoin, la criptomoneda más destacada del mundo.

Hasta la fecha, la propiedad y el comercio de criptomonedas siguen siendo publicables por la ley marroquí. Sin embargo, las instituciones financieras marroquíes parecen estar decididas a establecer un marco regulatorio antes de introducir las criptomonedas en el mercado nacional.



## Oriente Medio y África tienen los segundos niveles de **confianza digital** más altos del mundo.

La empresa de inteligencia y prevención de fraudes Callsign informó recientemente que el 56,3 % de los consumidores de Oriente Medio y África (ME&A) confía en los proveedores de servicios digitales y en línea, mientras que el 43,8 % de ellos señala que existe la "necesidad de ser muy cuidadoso" con estos servicios.

Mientras tanto los consumidores nórdicos expresaron el nivel de confianza en los servicios digitales más alto del mundo con un 59 %, mientras que el 41 % de la población encuestada en la región expresó dudas sobre los servicios. Asia-Pacífico (APAC) ocupó el tercer lugar en términos de participación de confianza con un 44,7%.

Como los consumidores de las tres regiones expresaron dudas sobre la confianza digital el 58,4 % y el 60,4 % de los consumidores de las regiones ME&A y APAC desconfiaron de su sociedad respectivamente. En contraste los nórdicos tenían una actitud de consumidor positiva hacia la sociedad, con el 57% de la población encuestada diciendo que "se puede confiar en la mayoría de las personas".

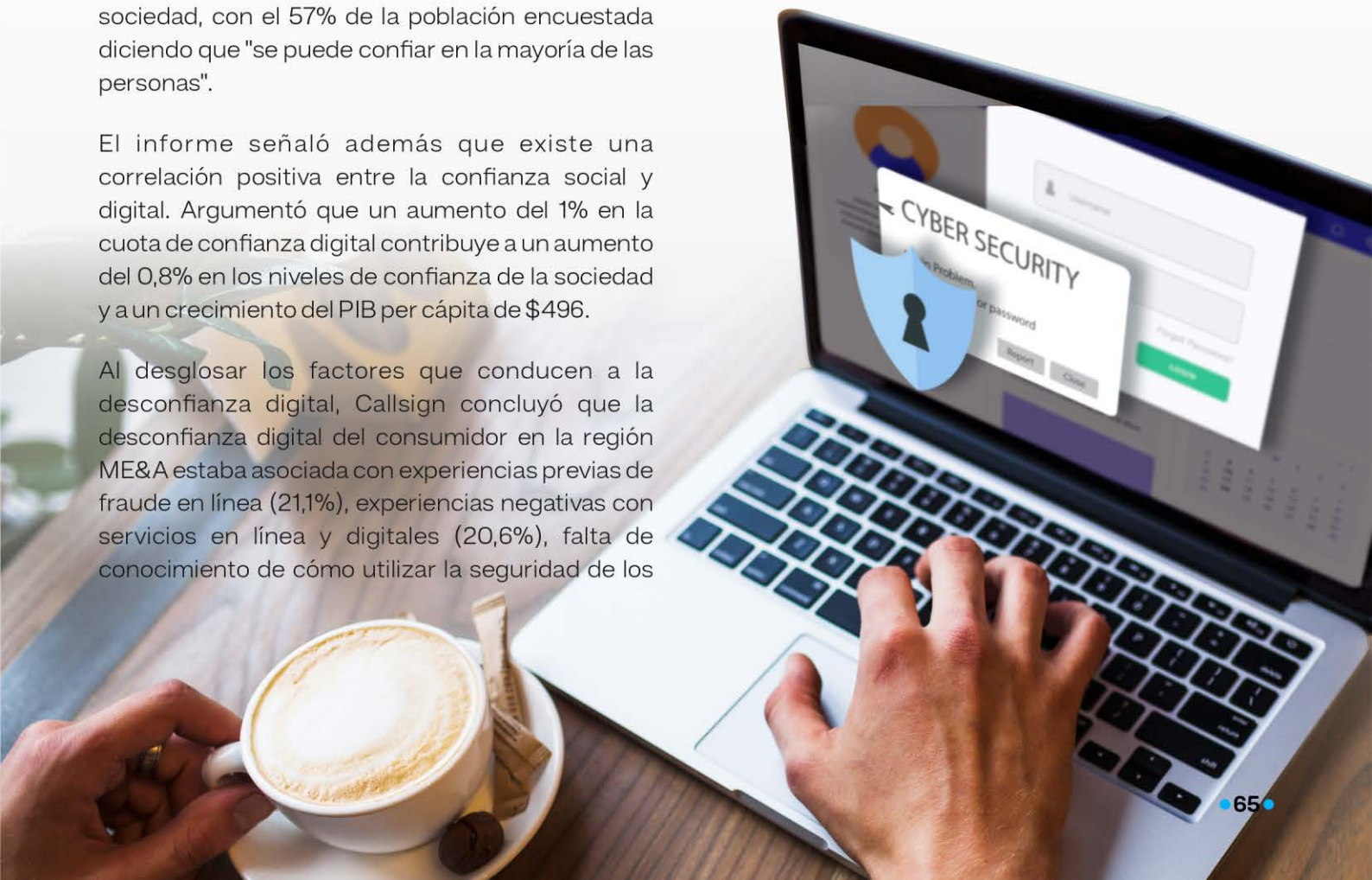
El informe señaló además que existe una correlación positiva entre la confianza social y digital. Argumentó que un aumento del 1% en la cuota de confianza digital contribuye a un aumento del 0,8% en los niveles de confianza de la sociedad y a un crecimiento del PIB per cápita de \$496.

Al desglosar los factores que conducen a la desconfianza digital, Callsign concluyó que la desconfianza digital del consumidor en la región ME&A estaba asociada con experiencias previas de fraude en línea (21,1%), experiencias negativas con servicios en línea y digitales (20,6%), falta de conocimiento de cómo utilizar la seguridad de los

servicios en línea (16,1%) y la influencia de las experiencias negativas de otras personas con los servicios en línea (14,4%). Las experiencias previas con violaciones de datos personales ocuparon el último lugar en la lista de factores.

Si bien Callsign argumenta que la región ME&A tiene altos niveles de confianza digital, el uso de servicios digitales en la mayoría de los países de la región sigue siendo bajo ya que los países continúan dependiendo del efectivo y los servicios en línea en dificultades por temor al fraude, entre otras razones.

Marruecos no es una excepción. Merchant Machine nombró a Marruecos como el país más dependiente del efectivo del mundo, con el 74 % de las transacciones locales en efectivo. El informe agregó que el 71% de la población no posee cuentas bancarias y sólo el 0,2% de ellos tiene tarjeta de crédito.



## Banco holandés y acelerador panafricano se asocian para asesorar a empresas emergentes marroquíes y africanas.

**FMO**  
Finance for Development

**Startupbootcamp**  
AfriTech

El acelerador tecnológico panafricano Startupbootcamp (SBC) AfriTech se ha asociado con el Banco holandés de desarrollo empresarial (FMO) para capacitar a nuevas empresas tecnológicas en etapa inicial de Marruecos y otros países.

La lista de países elegibles incluye Costa de Marfil, Nigeria, Ghana, Kenia, Tanzania y Etiopía.

Los participantes seleccionados se someterán a tres meses de entrenamiento intensivo en Senegal sobre los fundamentos de escala, entre otros temas, con el objetivo de avanzar en las operaciones de las nuevas empresas en sectores clave como fintech, insuretech, agri-tech, climate-tech, e-commerce, salud electrónica y tecnologías limpias.

Diez de las nuevas empresas recibirán beneficios valorados en \$750 000, incluidos créditos de Amazon Web Services (AWS) y Google Cloud Services, y una inversión en efectivo de \$18 000, según Startupbootcamp.

Marieke Roestenberg, gerente del programa de empresas de FMO, dijo que el banco estaba ansioso por apoyar a Startupbootcamp AfriTech en la expansión de sus operaciones a más mercados de nivel medio y brindar más aceleración de clase mundial a los empresarios que se esfuerzan por

construir negocios que creen empleos y mejores medios de vida. Para sus familias y comunidades.

Philip Kiracofe, cofundador de SBC AfriTech, se hizo eco de la declaración de Roestenberg y dijo que la incubadora panafricana está decidida a "empoderar a los fundadores con soluciones disruptivas".

Cincuenta nuevas empresas africanas han completado el programa ASI en los últimos cinco años y el 90 % de los ex alumnos siguen trabajando para ampliar sus operaciones después de recaudar más de \$110 millones en fondos de seguimiento.

A pesar de la continua falta de capital, educación de calidad e infraestructura del continente, el ecosistema de empresas emergentes africanas ha aumentado en términos de la cantidad de empresas emergentes y el volumen de acuerdos que han concluido.

Para la primera mitad de 2022, las nuevas empresas africanas habían recaudado \$ 2 mil millones, lo que marca un crecimiento interanual del 192%. La financiación resultó de 387 acuerdos, un 31% más que en la primera mitad de 2021.

in

# descuelgo®

Portal de empleo para Call Center

**CANDIDATOS CUALIFICADOS  
Y OFERTAS DE TRABAJO EN EL  
SECTOR DEL CONTACT CENTER.**



[www.descuelgo.com](http://www.descuelgo.com)

## Evento: Tendencias y soluciones de ciberseguridad en **Infosecurity México.**

Este mes de octubre los canales y empresas podrán darse cita en Infosecurity México para conocer todo sobre la ciberseguridad con la que pueden protegerse.

Es la séptima edición de Infosecurity México, evento dedicado a tendencias, servicios, consultoría y mejores prácticas en seguridad informática para las organizaciones.

La ciberseguridad ha cobrado importancia, y es relevante reunir en un solo sitio a los principales exponentes, fabricantes consultores e integradores en un escenario, dado el número creciente de ciberataques.

Latinoamérica registró 156 mil ciberataques en el último año, 80 mil de los cuales se dieron a empresas mexicanas.

Es por ello que se espera reunir en el evento a dos mil visitantes interesados en crecer su conocimiento sobre ciberseguridad, conocer los lanzamientos de los principales fabricantes del gremio y buscar nuevas soluciones que satisfagan sus problemáticas, así como aliados que las instalen en sus empresas y las hagan realidad.

Luis Zuñiga, director de Infosecurity México, señaló que el 72% de los invitados son tomadores de decisiones y tienen poder de compra en sus organizaciones, de ahí la relevancia del evento y del ambiente de networking que en él se propicia.

Las charlas que se tienen programadas en la agenda contemplan ciberataques de ransomware y malware en general, privacidad de los datos, cumplimiento, robo de datos personales, prevención de riesgos, gobernabilidad y certificaciones de industria.

Además de proveedores como Google Cloud, Tenable, Netstcope, Check Point, Servicenow, McAfee, Veeam, Darktrace, Total Sec, Ivanti, Ikusi, entre otros habrá organismos como ISACA que actualizarán al público respecto a sus manuales y mejores prácticas.



Zuñiga, señaló que entre los invitados se convoca a empresas de los sectores más atacadas: Sector financiero, manufactura, salud, gobierno, educación y hotelería, quienes también tienen pensado aumentar sus inversiones en ciberseguridad, especialmente seguridad de la red (88%) y gestión de vulnerabilidades (79%).

Habrán conferencias, talleres, simulaciones, lanzamientos, charlas de café sobre mejores prácticas, y la posibilidad de tener sesiones uno a uno exclusivo para clientes compradores pre calificados por los organizadores.

La cita es el 5 y 6 de octubre, se les invita a los asistentes del sector empresarial al evento presencial en la Ciudad de México, específicamente en el centro Citi Banamex previo registro en la página de Internet del evento.

## Proyector ViewSonic PX748-4K

Proyector ViewSonic PX748-4K, 4.000 ANSI Lumens 4K UHD Proyector de Juegos y Cine en casa con Entrada ultrarrápida de <5ms y frecuencia de actualización de 240Hz, corrección Trapezoidal, USB-C.

El PX748-4K de ViewSonic es un proyector 4K HDR de 4.000 lúmenes ANSI para el entretenimiento doméstico, la solución ideal para actualizar el nuevo estándar de calidad 4K.



- ✓ Experiencia Visual True 4K HDR/HLG.
- ✓ Alta Luminosidad.
- ✓ Equipado con una lente de zoom óptico de 1,3 aumentos, el proyector permite al usuario elegir la ubicación óptima que no interfiere con el diseño interior existente y al mismo tiempo proporciona el tamaño de imagen deseado.
- ✓ Conectividad USB-C Streaming Directo y Carga Simultánea.
- ✓ Máxima Experiencia de Entretenimiento Deportivo.
- ✓ Fácil Ajuste de la Imagen.
- ✓ Se Adapta a cualquier entorno.
- ✓ Proyección Perfecta Incluso en Superficies Curvas.
- ✓ Mejora tu Casa Inteligente.
- ✓ Perfiles De Color Personalizados.
- ✓ ViewSonic Projector Software Update está disponible en línea y te permite mantener el firmware de tu proyector actualizado de forma fácil y cómoda a través de tu ordenador portátil con conexión USB; ya no tendrás que llevar tu proyector a un centro de servicio para actualizar el software.

### Detalles técnicos:

Nombre del modelo: PX748-4K  
 Interfaz de hardware: USB  
 Marca: ViewSonic  
 Resolución de pantalla: 3840 x 2160

Disfruta de las imágenes ricas en detalles del formato true 4K HDR/HLG y de los colores hiperrealistas gracias a la tecnología Cinema SuperColor, puedes adquirirlo escaneando el QR:



# ParadaVisual®

Portal especializado en Customer Experience y Contact Center

**¡LAS NOTICIAS  
QUE BUSCAS  
A UN CLICK DE DISTANCIA!**



Toda la actualidad y noticias de interés relacionadas con el mundo del Customer Experience y Contact Center en España, América Latina y Marruecos.



[www.paradavisual.com](http://www.paradavisual.com)