

Google pone fin a las cookies

Google anunció que su iniciativa Privacy Sandbox, que busca mejorar la publicidad online preservando la privacidad de los usuarios.



¿Tienes dudas?
Chatea conmigo

STARLINK se enciende en latam.

Pag. 47

Para el primer trimestre del año ya habrá servicio de Internet satelital en Ecuador, Perú, Colombia y Panamá.

Cari AI, Respuestas con humanidad.

Pag. 7

Plataforma que le permite a empresas de todo tipo formar un chatbot para atender a sus clientes.

MONEI + WhatsApp Pagos por Whatsapp.

Pending payment from Phone House
Your payment for €1,00 to Phone House is pending.
Powered by MONEI 10:34 AM
Pay now

Pag. 28 1 UNREAD MESSAGE

Receipt from Phone House
Your €1,00 payment to Phone House with Card was successful.
Powered by MONEI 10:36 AM
Open receipt

Meta confluye con Monei para permitir el pago a través de WhatsApp.

Huawei, AI en el sector financiero.

El gigante tecnológico destacan el potencial de la nueva tecnología para revolucionar el sector financiero de marruecos y mejorar la eficiencia operativa y la experiencia.

Pag. 57

Contenido.

Pag. **4** Noticias



Pag. **36** Latam



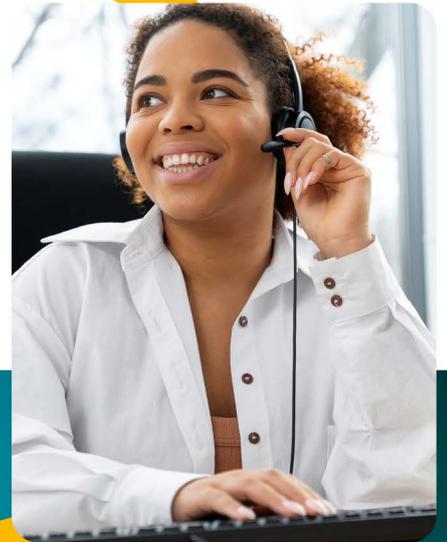
Pag. **52** Investing in Marroc Innovation



Pag. **68** Eventos

21 CUSTOMER EXPERIENCE SUMMIT 2023

Pag. **69** Review



Atendemos las llamadas de tu negocio.



Damos a tus clientes una atención individual y personalizada.



Aumentamos tus beneficios mediante publicidad y marketing.



Logramos tus objetivos con un desperdicio mínimo de recursos.

Reino Unido: Algoritmo de Inteligencia Artificial mejora el diagnóstico de un ataque cardíaco

Un estudio realizado en el Reino Unido descubrió que un algoritmo de inteligencia artificial (IA) mejora significativamente la precisión del diagnóstico de un ataque cardíaco.

La herramienta mostró una precisión del 99.6% y demostró un buen desempeño en todas las poblaciones analizadas. Es importante destacar que un diagnóstico incorrecto puede aumentar el riesgo de muerte en ciertos casos.

El estudio, publicado en la revista Nature Medicine, reveló que un algoritmo computarizado desarrollado utilizando inteligencia artificial fue capaz de diferenciar con precisión entre ataques cardíacos reales y falsas alarmas en situaciones de emergencia.

Esto proporciona una forma para que los médicos, que a menudo están sobrecargados de trabajo, puedan concentrarse en los pacientes más gravemente enfermos.

El algoritmo fue capaz de descartar de manera precisa la presencia de un ataque cardíaco en casi todos los pacientes analizados.

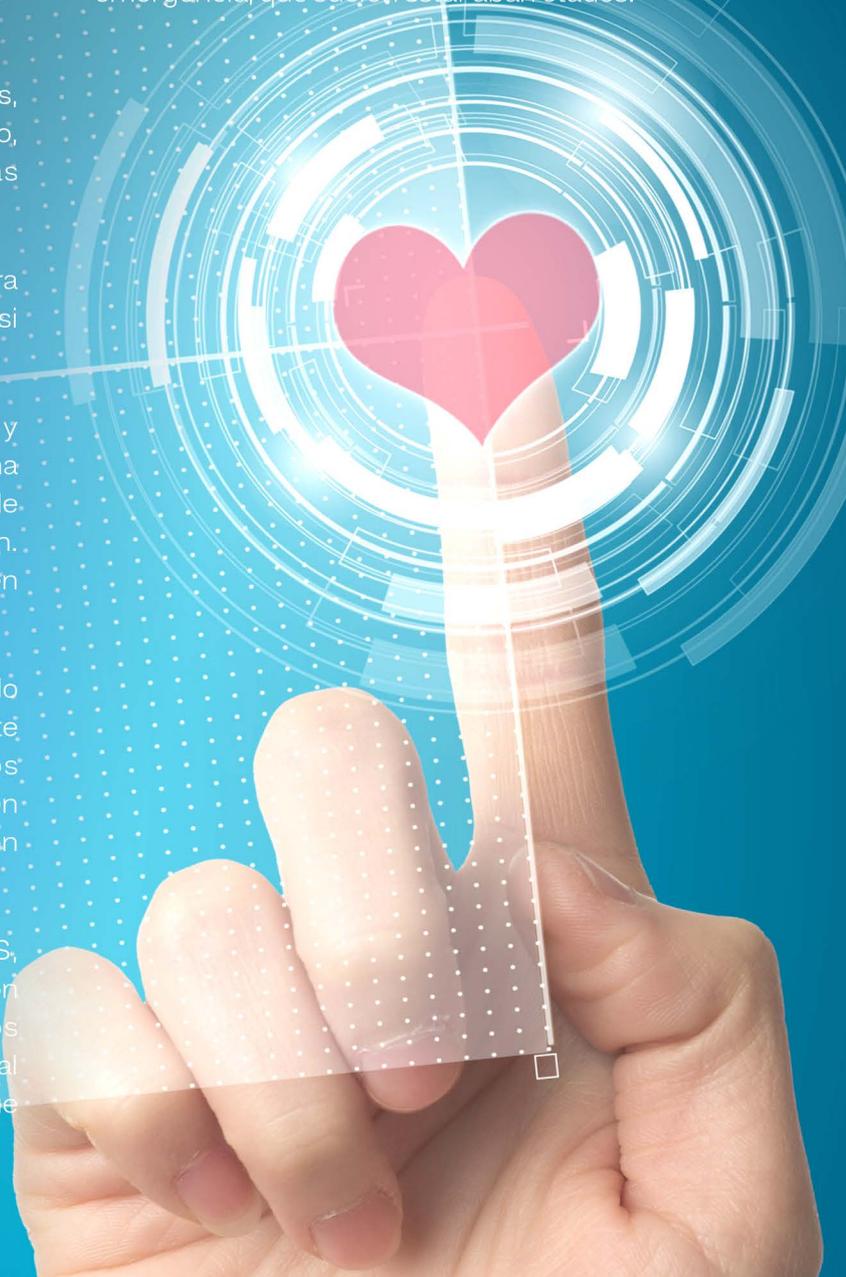
El estudio, que se llevó a cabo en seis países y evaluó a más de 10.000 pacientes, mostró una precisión del 96.6% al descartar la presencia de ataques cardíacos en aquellos que no los sufrían. Además, el algoritmo tuvo un buen desempeño en diferentes grupos de edad y género.

Las compañías farmacéuticas están realizando inversiones significativas en herramientas de este tipo para agilizar la búsqueda de nuevos medicamentos. Algunos expertos incluso predicen posibles aplicaciones en áreas como la educación médica, el manejo de pacientes y otros campos.

El algoritmo de IA, denominado CoDE-ACS, combina los niveles de proteínas con información individualizada, como la edad, el sexo, los resultados del electrocardiograma y el historial médico, para determinar la probabilidad de que ocurra un evento grave.

En palabras de Nicolás Mills, profesor de cardiología de la Universidad de Edimburgo y líder de la investigación: "Aprovechar los datos y la inteligencia artificial para respaldar las decisiones clínicas tiene un enorme potencial para mejorar la atención de los pacientes y la eficiencia de nuestros ocupados departamentos de emergencia".

Los investigadores afirmaron que la capacidad de descartar rápidamente un ataque cardíaco podría reducir las hospitalizaciones. Actualmente, se están llevando a cabo ensayos clínicos en Escocia para determinar si el algoritmo puede ayudar a aliviar la presión en los departamentos de emergencia, que suelen estar abarrotados.



App de ChatGPT para iOS

OpenAI presentó la aplicación de su chatbot con inteligencia artificial ChatGPT para dispositivos de Apple.

Esta app ya está disponible en Estados Unidos y se espera que próximamente se anuncie su lanzamiento para dispositivos Android.

La aplicación ofrece respuestas a través de comandos de voz, sincroniza el historial de conversaciones de los usuarios desde otros dispositivos y es gratuita.

Sin embargo, los suscriptores de ChatGPT Plus tienen acceso exclusivo a las capacidades de GPT-4, la última versión de la tecnología generativa de Inteligencia Artificial desarrollada por la compañía.

Una de las características distintivas de esta aplicación, en comparación con el sistema web es la inclusión de Whisper, el sistema de reconocimiento de voz de código abierto desarrollado por OpenAI, que permite la entrada de voz como método de interacción.

De acuerdo con un comunicado de OpenAI: "Con la aplicación ChatGPT para iOS, estamos avanzando hacia nuestra misión de transformar la investigación de vanguardia en herramientas útiles que empoderen a las personas y las hagan más accesibles".

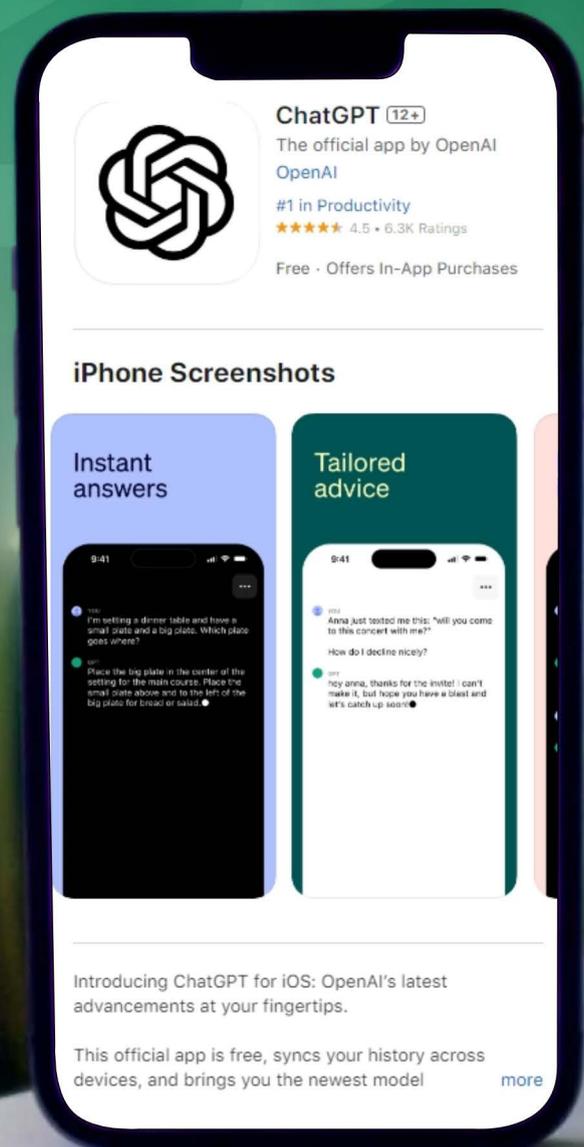
En la actualidad, la aplicación es compatible con iPhone e iPad en Estados Unidos, pero OpenAI tiene planes de expandirse a otros países en las próximas semanas.

ChatGPT fue lanzado al público en noviembre del año pasado y rápidamente se volvió muy popular. Aunque no se han confirmado oficialmente las cifras, según algunos medios

especializados, el chatbot ha atraído a 100 millones de usuarios.

Cabe mencionar que este año Microsoft invirtió en OpenAI y ha comenzado a colaborar estrechamente con la empresa.

De esta forma, el chatbot de inteligencia artificial de Microsoft, Bing, se beneficia de las tecnologías GPT-4 y Dall-e, ambas desarrolladas por OpenAI.



Beneficios del uso de la Inteligencia Artificial en los Contact Centers.

Podemos enumerar algunos de los beneficios que reporta el uso de la Inteligencia Artificial (IA) en el sector contact center:

Reducción de tiempos de espera y mejora en la resolución de problemas: La Inteligencia Artificial permite automatizar procesos y ofrecer respuestas rápidas y precisas a las consultas más frecuentes, lo que disminuye los tiempos de espera y aumenta la satisfacción del cliente.

Las herramientas de IA pueden escalar de manera eficiente para manejar grandes volúmenes de interacciones, lo que libera a los teleoperadores para que se centren en casos más complejos que requieren empatía y habilidades de resolución avanzadas.

Personalización y segmentación: La Inteligencia Artificial puede analizar grandes cantidades de datos e identificar patrones y tendencias, lo que permite a los contact centers ofrecer una atención personalizada y adaptada a las necesidades de cada cliente. Esto se traduce en una mejor experiencia del usuario y en una mayor probabilidad de fidelización y satisfacción del cliente.

Integración: La Inteligencia Artificial facilita la integración de múltiples canales de comunicación en un solo sistema, lo que permite a los contact centers ofrecer una atención uniforme y coherente a través de diferentes plataformas. Al abrir la posibilidad a los clientes de contactar a las marcas por el canal de su elección, se mejora su experiencia y se favorece su fidelización.

Análisis y mejora continua: A través de la IA es posible monitorear y analizar el desempeño de la operación en tiempo real, identificando áreas de mejora y oportunidades de crecimiento. Esto ayuda a las empresas a tomar decisiones informadas y a implementar estrategias que mejoren la eficiencia y la calidad de sus productos o servicios y del servicio al cliente.

Como se ve, la incorporación de la inteligencia artificial es fundamental para enfrentar los desafíos actuales y futuros, no solo en el ámbito de la atención al cliente. Las soluciones de Inteligencia Artificial permiten a las empresas mejorar la eficiencia y la calidad de sus servicios, brindando una atención personalizada, rápida y eficaz a través de múltiples canales.

La inteligencia artificial se consolida como una herramienta clave, que garantiza la satisfacción del cliente y el éxito a largo plazo de los negocios. Por lo tanto, aquellos que integren la IA en sus centros de contacto, sin duda, contribuirán a la transformación de la atención al cliente.



Chatbots de Cari AI logran respuestas lo más humanamente posibles.

Con más de 25 años en el mercado, Cari AI tiene una plataforma que le permite a empresas de todo tipo formar un chatbot para atender a sus clientes.

En palabras de Henry Fernández, CEO de la empresa: "Con Cari AI queremos ayudar al mercado a diseñar sesiones de interacción más sencillas, permanentes, e impactarla atención al cliente".

Fernández, explicó que dicha plataforma omnicanal, se basa en Inteligencia Artificial para un mejor entendimiento que lleve al sistema a dar una respuesta lo más humana posible.

La plataforma está pensada para dar una experiencia de excelencia al cliente, empezando por el número de canales que engloba y los esfuerzos en desarrollo que requiere.

El canal de Cari AI podrá crear flujos conversacionales para páginas web, correos electrónicos, teléfono, WhatsApp, Microsoft Teams, la suite de Meta y Telegram, además de Apple y Twitter, todos ellos desde un solo desarrollo que se conecta entre sí a través de API's.

Es el trabajo del canal determinar cuáles son los canales ideales para cada cliente, pues, aunque se hace un solo desarrollo para todos los canales, no es conveniente estar en todos, sino en aquellos donde los usuarios finales tienen más interacción con la marca.

También debe ayudarle a crear experiencias y hacer las adecuaciones necesarias, porque la atención al cliente es el principal diferenciador para las empresas.

El cliente se suscribe a la plataforma y va añadiendo los canales en donde está su audiencia. El costo de Cari AI depende de la cantidad de sesiones, definiendo una sesión como aquella conversación que transcurre a lo largo de un día.



¿Tienes dudas?
Chatea conmigo

Hay rangos de suscripciones: Mensual, anual o paquetes de sesiones a consumir en un año.

La ganancia del canal está en el fee de la suscripción, pero también en el cobro de sus servicios profesionales.

El canal natural de Cari AI que lleva estas soluciones al mercado son los BPO (Business Process Outsourcing), los Centros de Contacto y también los integradores de TI que conocen el nicho y la tecnología con la que funciona, y que pueden añadir a su portafolio estas soluciones para diferenciarse.



¿ChatGPT para buscar trabajo?

resumen estándar de tu carrera profesional en retail y redacte una propuesta pensando en el nuevo trabajo que quieres conseguir en determinado lugar. Lo que hará será tomar tu información más relevante y adaptarla a esta nueva opción", explica Olivares.

Investiga a las empresas: Si fuiste llamado a una entrevista de trabajo, investiga sobre la historia y principales hitos de la compañía, para que así tus preguntas sean mejores y el entrevistador note que tienes un interés real. "Con Chat GPT puedes pedir un resumen de la empresa y en segundos obtendrás información clave, ahorrándote la búsqueda en varias páginas para reunir los datos que necesitas saber. Incluso puedes pedir cosas extra, como los premios que ha recibido la firma, cuáles han sido sus principales desafíos, etc", comenta Olivares.

Preparar la entrevista: Para tratar con la tecnología, la clave son los prompts, o el conjunto de palabras que desencadenan la generación de contenidos a través de un software de Inteligencia Artificial. Mientras más precisos sean tus requerimientos, mejores serán los resultados. "Para ensayar las preguntas típicas de una entrevista laboral, puedes pedirle al chat que simule que es el entrevistador del puesto en la empresa de tus sueños y comience a entrevistarte. Esto puede ser muy útil para pensar en tus respuestas y llegar más preparado a la entrevista presencial", dice Catalina.

Ideas para un nuevo rumbo laboral: Puede ocurrir que lleves varios años en un mismo puesto y necesites un cambio, o que la experiencia profesional que has acumulado te permite acceder a otros trabajos de los que aún no eres consciente. Las preguntas son ilimitadas y con ChatGPT puedes tener nuevas perspectivas. "Algunos ejemplos pueden ser ¿A qué empresas me recomiendas postular con el currículum que te señalo a continuación? ¿Qué áreas puedo considerar? ¿Qué estudios necesito para perfeccionar mi carrera? Las respuestas pueden ser muy útiles para replantear tus objetivos", dice la experta.

En enero, ChatGPT se convirtió en la plataforma de más rápido crecimiento, con 100 millones de usuarios, y alcanzó 1.000 millones de visitas sólo en febrero. Twitter tardó cinco años en alcanzar los 100 millones de usuarios, mientras que Instagram tardó 2 años y medio y TikTok nueve meses.

Sus respuestas concretas y eficaces para casi cualquier tipo de pregunta lo convierten en una fuente de información y apoyo y el área de Recursos Humanos no es la excepción. En este caso, la tecnología puede ser de gran utilidad para las personas que están buscando trabajo o enfrentando las distintas fases que implica este proceso.

Catalina Olivares, Gerente de Búsqueda de Personas de Grupo Avanza, empresa chilena proveedora de soluciones de software, expone algunas recomendaciones para sacarle el máximo provecho a esta herramienta y así lograr nuestros objetivos. Veamos:

Optimiza tu currículum: Puedes pedirle a chat GPT que revise tu currículum y reestructure los contenidos para que sean más llamativos, o que prepare tu carta de presentación. Sólo tienes que entregarle una breve descripción de tu experiencia laboral y educación, para recibir de vuelta un resumen con los parámetros que solicitaste. "Por ejemplo, puedes pedirle al chat que analice un

China: Oso panda virtual que "vivirá" en el metaverso.

China diseña un oso panda virtual que residirá en el metaverso e interactuará con los usuarios mediante inteligencia artificial.

La Administración de Bosques de China anunció un acuerdo de colaboración con Tencent para crear el primer oso panda virtual en alta resolución.

Este proyecto empleará tecnologías de inteligencia artificial y realidad virtual, las cuales también se aplicarán en la construcción de parques nacionales, la preservación de ecosistemas y proyectos educativos.

Según el experto de Tencent, Luo Lin, la compañía utilizará técnicas de renderización en tiempo real y simulación de alta fidelidad en 3D para crear un oso panda que 'viva' en el metaverso y pueda interactuar en un hábitat hiperrealista con las personas mediante el uso de inteligencia artificial.

Luo aseguró que los detalles de los huesos, músculos, piel, pelaje y rasgos faciales se recrearán con precisión milimétrica, permitiendo que el público pueda sumergirse en el hábitat del panda a través de sus teléfonos móviles y aprender sobre sus hábitos de vida.

China ha utilizado anteriormente tecnologías similares en proyectos de conservación y divulgación de su biodiversidad, como en la reserva nacional de tigres y leopardos, que ya se puede visitar de manera virtual a través del móvil.

También ha utilizado la inteligencia artificial para analizar las huellas de leopardos de las nieves a partir de 100.000 fotografías tomadas cada tres meses en los parques nacionales donde vive esta especie, lo que ha permitido mejorar las medidas de protección especializadas.



De Internet al metaverso

En promedio, 53% de las empresas ya está invirtiendo en personal y recursos para subirse al metaverso de acuerdo con KPMG. Esto es, más de la mitad de los empresarios encuestados indicó que están invirtiendo en personal y recursos para subirse al metaverso.

La afirmación se desprende del estudio ¿Quiere ganar en el Metaverso? de KPMG, donde los directivos ya analizan las oportunidades de innovación y desarrollo para sus compañías.

El documento destaca que:

- El 53% de los empresarios afirma estar invirtiendo en personal y recursos para subirse estos mundos inmersivos.
- El 40% de estas inversiones están dirigidas a las áreas de marketing y marca, mientras que sólo 25% a la experiencia del cliente.
- El 61% de los encuestados cree que estas plataformas aumentarán los ingresos de las organizaciones.
- Mientras que 55% espera márgenes de ganancias mayores a las actuales, menos gastos operativos y un aumento de compra por parte del cliente final en los puntos de venta virtuales.

En palabras de Alain Almeida VP de Servicios de Tecnología de KPMG: "Si bien, las decisiones de meses pasados tomadas en Facebook para despedir miles de sus recursos pusieron en tela juicio la velocidad con que el Metaverso se convertiría en una realidad (...) La aceptación y consolidación de los modelos generativos de Inteligencia Artificial los ha convertido de la noche a la mañana en un acelerador exponencial para la construcción y evolución de los mundos virtuales".

El ejecutivo espera que más temprano que tarde veamos avances importantes en esta y otras tecnologías para operar desde realidades

alternativas. El estudio también muestra que los sectores en los que mayor apropiación del metaverso será en:

- Tecnología: 60% para gemelos digitales y planificación y despliegue de infraestructura.
- Medios: 56% para videojuegos multijugador, basados en estas plataformas.
- Telecomunicaciones: 63% para experiencias personalizadas para clientes.

Con los resultados, el informe da cuenta que aplicar estas soluciones es una oportunidad para todos los sectores en la innovación, pues el uso de estas tecnologías para la formación, comunicación e IoT, entre otras, parece algo mucho más factible ahora, que mejorar la experiencia del cliente.

Despidos de LinkedIn: por qué 700 empleados fueron despedidos en todo el mundo.

LinkedIn, la plataforma de redes profesionales propiedad de Microsoft, ampliamente preferida, anunció recientemente que despediría a más de 700 empleados en todo el mundo. Los despidos representan el 3,5% de la fuerza laboral global de LinkedIn. El anuncio se hizo público a través de un memorando a los empleados de Ryan Roslansky, director ejecutivo de LinkedIn.

Dijo que los despidos eran necesarios para "garantizar que estamos mejor posicionados para el crecimiento y el éxito a largo plazo". También afirmó que la empresa había "tomado la difícil decisión" de reducir la fuerza laboral en algunas áreas donde habían visto un crecimiento más lento o donde tenían funciones superpuestas.

"A medida que guiamos a LinkedIn a través de este panorama que cambia rápidamente, estamos realizando cambios en nuestra Organización empresarial global (GBO) y nuestra estrategia en China que darán como resultado una reducción de funciones para 716 empleados", dijo Roslansky.

Los despidos se producen en medio de una desaceleración más amplia en la industria tecnológica en la que, en los últimos meses, varias otras empresas tecnológicas han anunciado despidos, incluidas Meta, Salesforce, Amazon, Twitter y Netflix.

LinkedIn ha estado creciendo rápidamente en los últimos años. Los ingresos de la compañía aumentaron de \$2600 millones en 2016 a \$10700 millones en 2021. Sin embargo, el crecimiento se ha desacelerado en los últimos trimestres. En el primer trimestre de 2023, los ingresos de LinkedIn crecieron solo un 10 % año tras año. Roslansky dijo que los despidos permitirían a LinkedIn "invertir en las áreas donde vemos la mayor oportunidad de crecimiento". Dijo que la empresa se centrará en áreas como la inteligencia artificial, la computación en la nube y la seguridad.

¿Cuál es la estrategia china de LinkedIn?

El CEO de LinkedIn agregó en el memorando que la compañía cambiaría su estrategia en China y eliminaría gradualmente su aplicación de empleo local, InCareer. Roslansky dijo que la empresa centrará su estrategia en China en ayudar a las empresas que operan en China a contratar, comercializar y capacitar en el extranjero. Esto implicará mantener los negocios de Talento, Marketing y Aprendizaje de LinkedIn en China, mientras se elimina gradualmente InCareer para el 9 de agosto de 2023.

Roslansky dijo que InCareer había tenido cierto éxito el año pasado, pero que también había enfrentado una competencia feroz y un clima macroeconómico desafiante. Dijo que la decisión de eliminar gradualmente InCareer "no fue fácil", pero que era necesario "garantizar que estamos mejor posicionados para el crecimiento y el éxito a largo plazo en China".

Como parte del cambio en la estrategia de China, LinkedIn descontinuará sus equipos de productos e ingeniería en China y reducirá sus funciones corporativas, de ventas y de marketing. La compañía dijo que estos cambios afectarían a un "pequeño número" de empleados en China.

Roslansky dijo que LinkedIn estaba comprometido con su inversión a largo plazo en China y que la empresa continuaría "satisfaciendo las necesidades de la comunidad profesional china". Dijo que LinkedIn trabajaría con sus empleados en China para ayudarlos en la transición a nuevos roles dentro de la empresa o a nuevos trabajos fuera de LinkedIn.

Los cambios en la estrategia china de LinkedIn se producen en medio de una desaceleración más amplia de la economía china. En los últimos meses, varias otras empresas extranjeras han anunciado planes para reducir sus operaciones en China, incluidas Starbucks, Nike y Adidas.

El bloqueo de chats de WhatsApp.

Ahora, en WhatsApp al bloquear un chat, la conversación se traslada a una carpeta exclusiva que solo se puede acceder mediante una contraseña o datos biométricos.

WhatsApp presentó esta nueva función que permite el bloqueo de chats, con el objetivo de añadir una capa adicional de seguridad para las conversaciones más personales.

Al bloquear un chat, la conversación se traslada a una carpeta exclusiva que solo se puede acceder mediante una contraseña o datos biométricos, como la huella dactilar.

Además, el contenido de ese chat se oculta automáticamente en las notificaciones, brindando mayor tranquilidad.

Esta función resulta especialmente útil para aquellos momentos en los que los usuarios comparten su teléfono con familiares o cuando alguien tiene acceso al dispositivo justo en el instante en que se recibe un mensaje especial.

Para bloquear un chat, basta con tocar el nombre de la persona o del grupo y seleccionar la opción 'Bloquear'. Para acceder a los chats bloqueados, desliza lentamente hacia abajo en la bandeja de entrada y proporciona tu contraseña o datos biométricos.

Próximamente, se podrán bloquear chats en dispositivos vinculados y crear contraseñas personalizadas exclusivas para las conversaciones, independientes de la contraseña del teléfono.

De acuerdo con un comunicado de la empresa proveedora de WhatsApp: "Estamos comprometidos en seguir mejorando el bloqueo de chats en los próximos meses, incorporando nuevas opciones para ofrecerte una experiencia aún más segura y personalizada".

Bloqueo de chats para tus conversaciones más personales



El chatbot Omnicanal de Avaya.

Una de las particularidades del Chatbot Omnicanal de Avaya, es que se programa una vez para múltiples canales, ya sean WhatsApp, Facebook Messenger entre otros. Esto, para fines de estrategia del negocio resulta positivo porque las métricas estarán concentradas en una sola entidad, y los reportes tendrán información de todos los canales en tiempo real.

Al instalar el Chatbot Omnicanal, el canal no solo está implementando tecnología, sino que está diseñando la experiencia digital de su cliente, automatizando procesos y liberando la carga de trabajo de los agentes.

Su cobro es por consumo, sin contratos forzosos en cuanto a número de agentes o de interacciones; el Chatbot Omnicanal puede crecer y decrecer en capacidades, y a su venta el canal puede añadir servicios desde consultoría, integración de sistemas, desarrollo.

Es tan común la interacción con chatbots hoy en día que se piensa que todos tienen las mismas capacidades; no obstante, se recomienda a los partners ayudar al cliente a evaluar si el chatbot de su interés se integra con todo el ecosistema de tecnología del cliente: Sistemas de cobranza, el CRM, sistemas de administración y de pagos, entre otros.

En este sentido, el Chatbot Omnicanal de Avaya se basa en protocolos estándar que lo hacen compatible con todo tipo de marcas y sistemas.

Como partner, también debe hacer una consultoría, identificar casos de uso, conectar sistemas y ayudar al canal a crear una mejor experiencia de atención.

Un chatbot debe tener diseño sencillo; con Chatbot Omnicanal de Avaya solo debe arrastrar bloques sencillos de implementar y no requieren conocimiento previo.

Aunque lo recomendable es que el partner tome la certificación de Experience Platform, y busque desarrollar otras habilidades que le permitan desarrollar la personalidad del bot.

Con el lanzamiento a finales de 2022 de ChatGPT de parte de OpenAI, se está democratizando la Inteligencia Artificial generativa, que podría poner a la industria de los chatbots en una situación en donde las interacciones van a ser más conversacionales y menos dirigidas.

En lugar de que las empresas armen un flujo de interacción con base en respuestas, se utilice la IA generativa como ChatGPT para tener interacciones no estructuradas, abiertas, que utilicen lenguaje natural.

El uso de la IA generativa cambiará la forma de programar un chatbot haciendo aún más fácil su implementación, y lo más probable es que la tecnología de Avaya se encamine hacia allá.



El **Diseño biomimético** y la **Experiencia del Cliente**.

El diseño biomimético imita a la naturaleza para crear soluciones innovadoras. Los diseñadores estudian cómo los organismos han resuelto problemas similares y aplican esas soluciones a sus trabajos.

Esta técnica se basa en la observación y análisis de la naturaleza. Los diseñadores estudian cómo los organismos han evolucionado para resolver problemas y aplican esos principios a sus trabajos. Por ejemplo, un edificio puede inspirarse en la estructura de un hueso de ave para ser más liviano y resistente.

El diseño biomimético es importante para la experiencia del usuario por varias razones.

Permite crear soluciones más efectivas y eficientes al imitar la naturaleza, generando una conexión emocional con los productos y promoviendo la sostenibilidad.

CX, el diseño biomimético puede mejorar la funcionalidad y eficiencia de los productos, así como crear soluciones más sostenibles. Por ejemplo, un edificio inspirado en una hoja puede mejorar la eficiencia energética y reducir la huella de carbono.

La implementación del diseño biomimético en CX sigue un proceso sistemático. Se deben identificar los problemas, investigar cómo la naturaleza los ha resuelto, adaptar las soluciones a los requisitos del diseño y evaluar su efectividad.

El diseño biomimético utiliza la observación, innovación y sostenibilidad para mejorar las experiencias. Los diseñadores desempeñan un papel fundamental en este proceso.

El desarrollo sostenible es una tendencia en crecimiento y será clave para el futuro. El uso del diseño biomimético puede ayudar a las empresas a seguir esta tendencia y fortalecer sus experiencias con los clientes.

En

in



Nos importas tú y tus clientes.

Lo que importa son las personas. Las que nos llaman y las que les atendemos. Nos ponemos en su lugar y les ofrecemos un servicio a su medida.

Porque no somos solo un contact center, somos tu socio estratégico.

+212 - 808547833

okdiga.com



España: Telefónica alcanza 4 millones de unidades con su red mayorista.

Bluevía

Bluevía, el operador de servicios mayoristas de acceso de fibra al hogar de Telefónica, superó los 3 mil 500 municipios cubiertos en España.

Cumplió al momento el 80% de su plan, con 4 millones de unidades inmobiliarias comercializables; sumará un millón más hasta 2024.

La empresa expone: "Este despliegue supone ofrecer fibra en un total de 48 provincias que cuentan así con acceso de banda ancha ultrarrápida de fibra, que a la vez tiene menor impacto medioambiental que el cobre". Agregan que la inversión es resultado del esfuerzo privado y mecanismos de colaboración público-privada.

La red llega a sitios de alta densidad poblacional y otros aislados. Así, por ejemplo, ofrece servicios en Alquézar (Huesca) o Génave (Jaén), municipios con menos de mil habitantes, y Requena (Valencia) o Calatayud (Zaragoza), que cuentan con más de 20 mil habitantes.

La compañía, que también ofrece otros servicios de conectividad en el país, es resultado de una participación conjunta entre Telefónica España (30%), Telefónica Indra (25%) y el consorcio entre Crédit Agricole Assurances y Vauban infrastructure Partners, que cuenta con el 45 por ciento restante.

Estados Unidos: Nueva Jersey avala ley contra telemarketing.

El Estado de Nueva Jersey declaró la 'guerra' contra las llamadas no deseadas de telemarketing con esta nueva ley que busca restringir el horario en que se realizan, entre otras medidas.

El gobernador Phil Murphy firmó la llamada Ley Seinfeld que requiere que los vendedores por teléfono proporcionen el nombre, la dirección postal desde donde le están marcando y el número de la empresa que realiza la llamada durante los primeros 30 segundos de la conversación.

Además debe especificar de forma clara el motivo de la llamada.

También requiere que un vendedor telefónico no pueda hacer ninguna llamada no solicitada a ningún cliente entre las 9:00 p.m. y las 8:00 a.m.

Estas prohibiciones no aplican si los clientes solicitaron esta llamada.

El sobrenombre de Ley Seinfeld se le dio por una icónica escena de la comedia televisiva donde el protagonista se pelea con un vendedor de telemarketing por teléfono.

"La famosa escena de Seinfeld donde Jerry está irritado porque los vendedores telefónicos pueden llamar en cualquier momento, bajo cualquier pretexto y sin ningún tipo de pautas o consecuencias, minimiza una situación que muchos residentes de Nueva Jersey enfrentan todos los días, a veces varias veces al día", dijo el gobernador Murphy.

G7 acelerará la regulación de la Inteligencia Artificial.

Los líderes del G7 y sus socios coinciden en la necesidad de establecer mecanismos regulados para gestionar la Inteligencia Artificial y las tecnologías inmersivas.

Esto es lo que se desprende de la cumbre del G7 realizada en Hiroshima, Japón, donde los países acordaron avanzar rápidamente en la regulación de la inteligencia artificial generativa, que incluye a plataformas como ChatGPT, debido a los riesgos asociados con su rápida proliferación.

Los líderes del Grupo de los Siete y sus socios coincidieron en la necesidad de establecer mecanismos regulados para gestionar la Inteligencia Artificial y tecnologías inmersivas.

Durante el encuentro, se acordó que para finales de año se presentarán propuestas individuales que luego serán compartidas entre los países para este propósito.

Durante la primera sesión de la cumbre, el primer ministro japonés, Fumio Kishida, instó a sus colegas del G7 a trabajar en el establecimiento temprano de un marco internacional para regular estas tecnologías.

La cumbre de Hiroshima busca fortalecer la unidad del G7 y su papel en la comunidad internacional, promoviendo la cooperación en lugar de la división y confrontación.

La regulación de la inteligencia artificial fue uno de los temas discutidos durante las sesiones programadas de la pasada cumbre.



Google eliminará cookies en el segundo trimestre de 2024.

La tecnológica comenzará a testear su iniciativa Privacy Sandbox a principios de año con el 1% de sus usuarios.

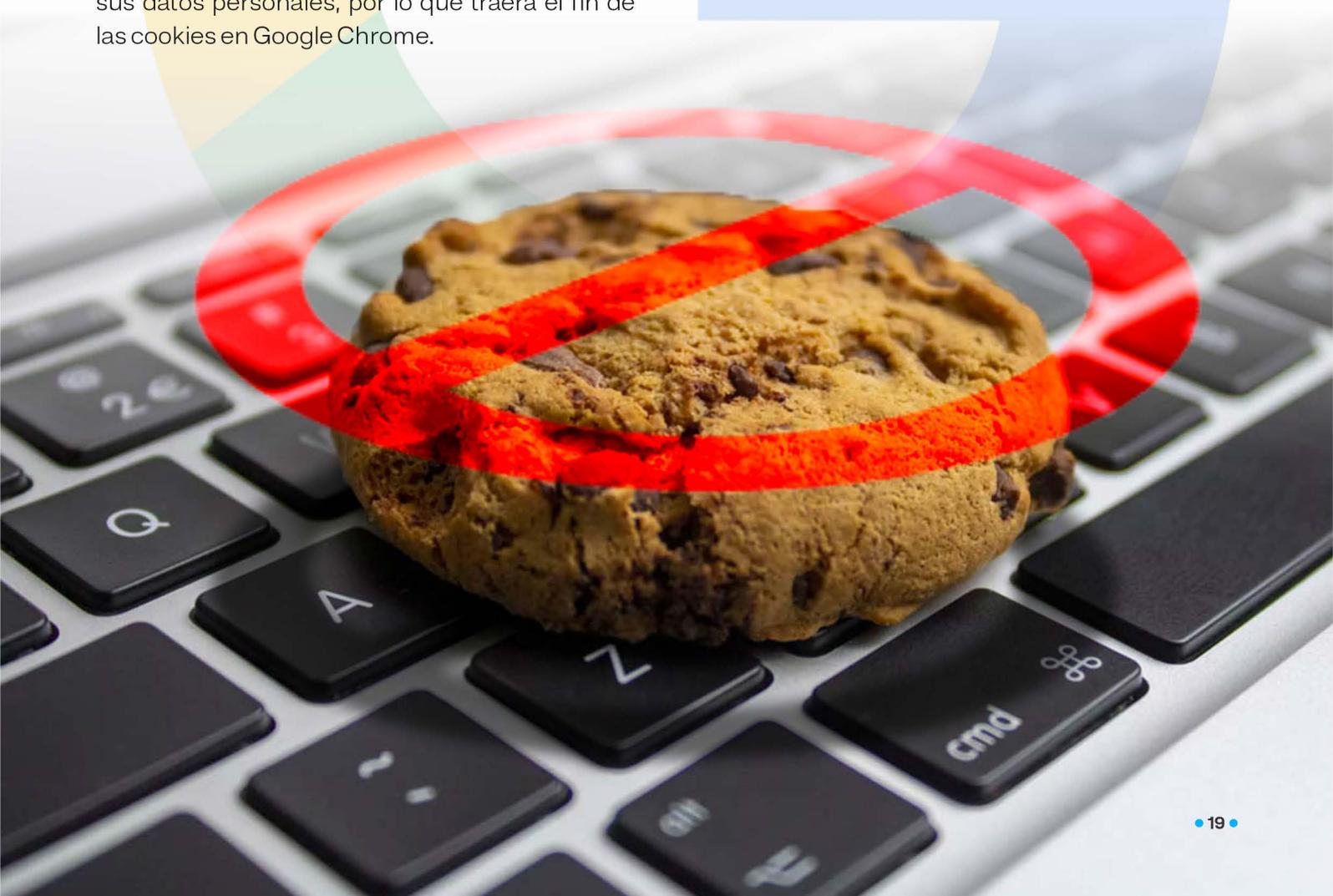
Así, el fin de las cookies de Google ya tiene fecha. Google anunció que su iniciativa Privacy Sandbox, que busca mejorar la publicidad online preservando la privacidad de los usuarios, ha entrado en una nueva fase y que comenzará a eliminar las cookies para un reducido número de usuarios (1%) a partir del primer trimestre de 2024.

Para finales de ese año, la medida habrá alcanzado a la totalidad de las personas que utilizan Chrome.

Privacy Sandbox es un sistema de privacidad que permite agrupar a los usuarios según sus intereses y patrones de navegación sin recopilar sus datos personales, por lo que traerá el fin de las cookies en Google Chrome.

El testeo de esta iniciativa, destinada a potenciar su negocio publicitario con un mayor respeto por la protección de datos, comenzará en julio de 2023, cuando la tecnológica pondrá a disposición de los desarrolladores las API de medición y relevancia de Privacy Sandbox para que éstos puedan realizar pruebas con tráfico a tiempo real.

Hacia fines de este año, los desarrolladores podrán simular la eliminación de cookies de terceros para un número limitado de usuarios y, como se mencionó anteriormente, a partir de principios de 2024 ya se comenzaría a eliminar las cookies definitivamente, para finalizar el proceso a fines de ese año.



Google: Inteligencia Artificial capaz de crear música a partir de un texto descriptivo.

Google puso a disposición del público, a modo de prueba, MusicLM, su nueva herramienta de Inteligencia Artificial que puede crear música a partir de descripciones de texto.

El público en general ya puede registrarse para probar MusicLM, su nueva herramienta de Inteligencia Artificial que puede convertir descripciones de texto en música.

La filial de Alphabet había anunciado este desarrollo experimental desde enero, pero lo puso a disposición masivamente hasta su evento estelar anual, Google I/O 2023, que fue dominado totalmente por la Inteligencia Artificial.

Los usuarios podrán probarlo en las versiones web, Android o iOS desde AI Test Kitchen.

A través de una entrada de blog, las gerentes de Producto de Google Labs, Kristin Yim, y Google Research, Hema Manickavasagam, explicaron que basta con escribir un mensaje como "jazz conmovedor para una cena" y MusicLM creará dos versiones de la canción.

Enseguida, el usuario podrá escuchar ambas y otorgarle un trofeo a la pista que más le guste, lo que ayudará a mejorar el modelo.

Google aseguró que cree que la innovación no ocurre en aislamiento, por lo que ha estado trabajando con músicos como Dan Deacon y albergando talleres para averiguar cómo esta tecnología puede potenciar el proceso creativo.

Y compartió un vistazo detrás de cámaras de cómo un artista de sonido, en residencia en Artes y Cultura de Google, y un investigador de la empresa exploran las posibilidades de MusicLM.

Finalmente, Google afirmó que MusicLM es una herramienta experimental que puede ayudar a expresar la creatividad a un amplio espectro de usuarios, que abarca desde un amateur hasta un músico profesional.

MusicLM




Google ofrece ahora certificado de carrera en ciberseguridad.



Google Career Certificates, el programa de certificación y capacitación en línea del gigante tecnológico para profesionales principiantes, ahora ofrece un curso en ciberseguridad.

Bajo el nuevo programa, las personas aprenderán y obtendrán las calificaciones necesarias para una carrera en seguridad cibernética, con posibles títulos de trabajo como analista de seguridad y analista del centro de operaciones de seguridad. Cualquier persona mayor de 18 años puede inscribirse, aprender a su propio ritmo y terminar el curso en línea dentro de un plazo de seis meses. No se requiere titulación ni experiencia previa.

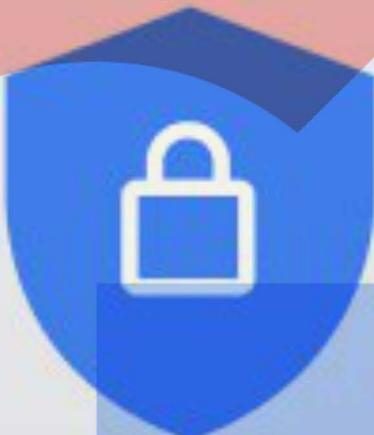
El plan de estudios y el contenido del Certificado de ciberseguridad de Google fueron desarrollados por expertos de Google y respaldados por empleadores de la industria. Específicamente, el programa consta de ocho cursos en Coursera que cubren riesgos de seguridad, redes, amenazas y vulnerabilidades, detección y respuesta, y otros temas relevantes para la ciberseguridad.

Las personas en el programa aprenderán a través de la experiencia práctica y adquirirán habilidades duras como el lenguaje de programación Python, el sistema operativo Linux, los sistemas de detección de intrusos y las herramientas de administración de eventos e información de seguridad.

Google dice que el programa también ayudará a los estudiantes a prepararse para el examen CompTIA Security+, cuya finalización viene con una certificación ampliamente reconocida.

Después de terminar el programa, las personas formarán parte de los profesionales de ciberseguridad solicitados encargados de proteger la infraestructura crítica. Según Google, hay una escasez global proyectada de 3,5 millones de trabajadores de ciberseguridad hasta 2025.

Otros programas notables que ofrece Google Career Certificates incluyen análisis de datos, gestión de proyectos y diseño de UX. Para los filipinos, la ayuda financiera está disponible a través de socios del programa, como el Departamento de Tecnología de la Información y las Comunicaciones y Globe Telecom.



India: **AWS** invertirá para desarrollar infraestructura de Centro de Datos.

Amazon Web Services (AWS) ha anunciado una inversión de 12.700 millones de dólares en la India, destinada al desarrollo de la infraestructura de centros de datos.

Esto, en respuesta al crecimiento de la demanda en el país, que se proyecta como la nación más poblada del mundo.

Esta inversión se destinará al desarrollo de la infraestructura de centros de datos en la India y se espera que esté completa para 2030.

Representa un incremento significativo en comparación con los 3.700 millones de dólares invertidos por AWS en el país entre 2016 y 2022.

El objetivo principal de este plan es satisfacer la creciente demanda de servicios en la nube por parte de los clientes en la India, según indicó AWS en un comunicado.

Con esta nueva iniciativa, la inversión total de AWS en la India alcanzará los 16.400 millones de dólares para 2030.

AWS ya cuenta con dos regiones de infraestructura de centros de datos en la India: una en Bombay, la capital financiera del país, y otra en Hyderabad, un centro industrial y tecnológico.

Según la compañía, su contribución al Producto Interno Bruto (PIB) de la India entre 2016 y 2022 fue de más de 4.600 millones de dólares, y su inversión respaldó aproximadamente 39.500 puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo en empresas indias.

Las proyecciones de Redseer Strategy Consultants sugieren que la industria de Internet en la India podría alcanzar una valoración de 5 billones de dólares para 2030, con una base de usuarios que se espera sea la segunda más grande del mundo, con 780 millones de personas.





La verificación paga de Facebook e Instagram comienza en el Reino Unido.

La empresa matriz de Facebook, Meta, ha comenzado a implementar un servicio de verificación de pago en el Reino Unido.

Similar a Twitter Blue de Elon Musk, el servicio ofrece a los usuarios de Facebook e Instagram una marca azul desde £ 9.99 por mes.

Los suscriptores deben tener al menos 18 años y enviar una identificación del gobierno para calificar. La función ya está disponible en EE. UU., Australia y Nueva Zelanda.

Las personas que registraron interés en Meta Verified recibirán una notificación cuando esté disponible para ellos. Se lanzará a otros en el Reino Unido en las próximas semanas.

Aquellos aprobados por Meta obtendrán una insignia verificada, que según la firma de tecnología les brindará más protección contra la suplantación de identidad, en parte porque monitoreará sus cuentas para verificar si hay falsificadores.

Dice que los usuarios verificados también obtendrán "acceso a una persona real" si tienen algún problema con su cuenta.

Verificación de Twitter.

El movimiento se produce después de que Musk implementara la suscripción premium de Twitter Blue en noviembre de 2022.

El servicio resultó controvertido en ese momento, ya que reemplazó el sistema anterior, donde se usaban marcas azules para verificar que las cuentas de alto perfil pertenecían a las personas que decían ser.

Musk eliminó lo que se denominó marcas de verificación "heredadas" de

los titulares de cuentas el 20 de abril, reservando la insignia azul "verificada" para aquellos que habían pagado por Twitter Blue y autenticado su número de teléfono.

El proceso de eliminación de la marca azul provocó una gran confusión, ya que usuarios de alto perfil como Hillary Clinton perdieron sus credenciales de verificación y los suscriptores pudieron editar su propio nombre de usuario para hacerse pasar por ellos.

Más tarde, Twitter decidió devolver las marcas azules a varias celebridades, gobiernos y organizaciones de forma gratuita.

Tanto Facebook como Instagram ya tienen un sistema de verificación para cifras notables, y Meta no parece estar planeando eliminarlo en el corto plazo.

Según las páginas de soporte de las plataformas, además de suscribirse a Meta Verified, los usuarios aún pueden solicitar una insignia verificada si son "una figura pública, una celebridad o una marca y cumplen con los requisitos de cuenta y elegibilidad".

La decisión de agregar un sistema de verificación pagado equivale a un cambio de dirección para Facebook e Instagram, que anteriormente eran de uso gratuito en todas las circunstancias desde que adquirieron prominencia.

Los servicios han dependido de los ingresos por publicidad, que constituyen la gran mayoría de los ingresos de Meta.

Si bien ambos aún se pueden usar de forma gratuita, la decisión de agregar un nivel pago que aumenta la prominencia es un intento de encontrar otras formas de monetizar las plataformas.



Las mejores prácticas para fidelizar clientes.

Veamos algunas de las mejores prácticas para la gestión de clientes potenciales, son las siguientes:

Planificar contenidos: Desarrollar una estrategia editorial, acompañada de un calendario para su ejecución, que permita crear y publicar contenidos.

Implementar un sistema de gestión de leads: Usar una herramienta para gestionar los leads generados y hacer seguimiento.

Medir resultados: Cuantificar el éxito de la generación de leads, mediante métricas, para su mejora continua.

Utilizar estrategias de marketing multicanal: Esta práctica usa diferentes canales para llegar a tus clientes potenciales, como correo electrónico, redes sociales y publicidad online.

Optimizar los formularios de registro: Estos formularios deben ser sencillos e intuitivos, incluyendo los campos de la información pertinente. Para ello, **estos son algunos consejos:**

- Solicitar solo la información necesaria. Solicitar demasiada información puede hacer que el lead se sienta incómodo y abandone el formulario.
- Usar formularios sencillos y fáciles de comprender, con un diseño claro.
- Utilizar un lenguaje claro y conciso.
- Ofrecer algo a cambio de la información del lead, como un libro electrónico o una consulta gratuita.
- Realiza pruebas A/B en los formularios para identificar los elementos que funcionan mejor.
- Para medir el éxito de tu programa de generación de leads, estas son algunas métricas:
 - Número de leads generados en un período de tiempo determinado.
 - Tasa de conversión para saber cuántos leads se han convertido en clientes.



- Retorno de inversión (ROI), con el cual sabremos cuánto dinero has ganado en relación con el dinero invertido en la generación de leads.
- Costo por lead (CPL).
- Estas métricas deben medirse periódicamente. Con su posterior análisis se podrá conocer la evolución de la gestión y la implantación de medidas correctoras, si fuera necesario.

En resumen, y como principales conclusiones, en la gestión de clientes potenciales es importante definir nuestro público objetivo para centrar los esfuerzos y recursos en él, usando diversos canales.

En el proceso de captación de leads, los contenidos relevantes y los formularios optimizados serán elementos clave. Y por último, mediante las herramientas de automatización, deberemos hacer seguimientos de los leads y mantener su interés en nuestra marca.

agencia**LEADS**[®]

¿Quieres conseguir más clientes para tu proyecto?



Estudiamos tu mercado, tu público objetivo y tu competencia y creamos soluciones personalizadas para captar y fidelizar a tus potenciales clientes.

Puede garantizarte oportunidades de negocio reales y rentables.

agencialeads.com

Lead Management, gestión de clientes potenciales

El lead management, o gestión de clientes potenciales, es el proceso de captación de leads gracias al seguimiento de todos los puntos de contacto con la empresa, como puede ser correo electrónico, chat o comportamiento dentro del sitio web, abarca todas las acciones que se llevan a cabo con el fin de generar nuevos clientes potenciales mediante estrategias de marketing, ventas y captación.

También incluye la gestión de los medios tecnológicos y tácticas utilizados para conseguir y gestionar prospectos comerciales.

Lead management y customer relationship management (CRM) son dos conceptos diferentes pero relacionados. El Lead management se enfoca en la generación de leads y en cómo convertirlos en clientes. Se busca identificar a los clientes potenciales y hacerles seguimiento hasta que compran.

Por su parte, el customer relationship management pretende gestionar las relaciones con los clientes, con el objetivo de lograr una relación duradera y fidelizada.

En resumen, el primero se enfoca en la adquisición de nuevos clientes y el segundo, en mantener y fidelizar a los clientes que se tienen.

Para implantar el lead management es conveniente seguir algunos pasos:

Definición de objetivos específicos. ¿Qué se quiere conseguir con la generación de leads? ¿Cuáles son los objetivos del programa?

Comprensión de las necesidades de los clientes. ¿Qué buscan? ¿Qué problemas tienen? ¿Cómo ayudarlos?

Evaluación de la capacidad de gestión. ¿Se tienen los recursos necesarios la generación de leads?

Desarrollo de criterios de calidad. ¿Cómo medir el éxito y con qué métricas?

Categorización del proceso en etapas, bien definidas y documentadas, identificando problemas y buscando soluciones.



Los chips y supercomputadoras de Meta

Meta ha presentado un plan de inteligencia artificial para desarrollar un chip de silicio personalizado, un diseño de centro de datos y una supercomputadora.

Es un ambicioso plan para incursionar en el campo de la inteligencia artificial (IA), el cual incluye el desarrollo de chips de silicio personalizados y la construcción de supercomputadoras con hasta 16.000 GPU.

En un comunicado, la empresa matriz de Facebook, WhatsApp e Instagram, destacó los avances recientes en su plan para construir una infraestructura de red troncal específicamente diseñada para Inteligencia Artificial.

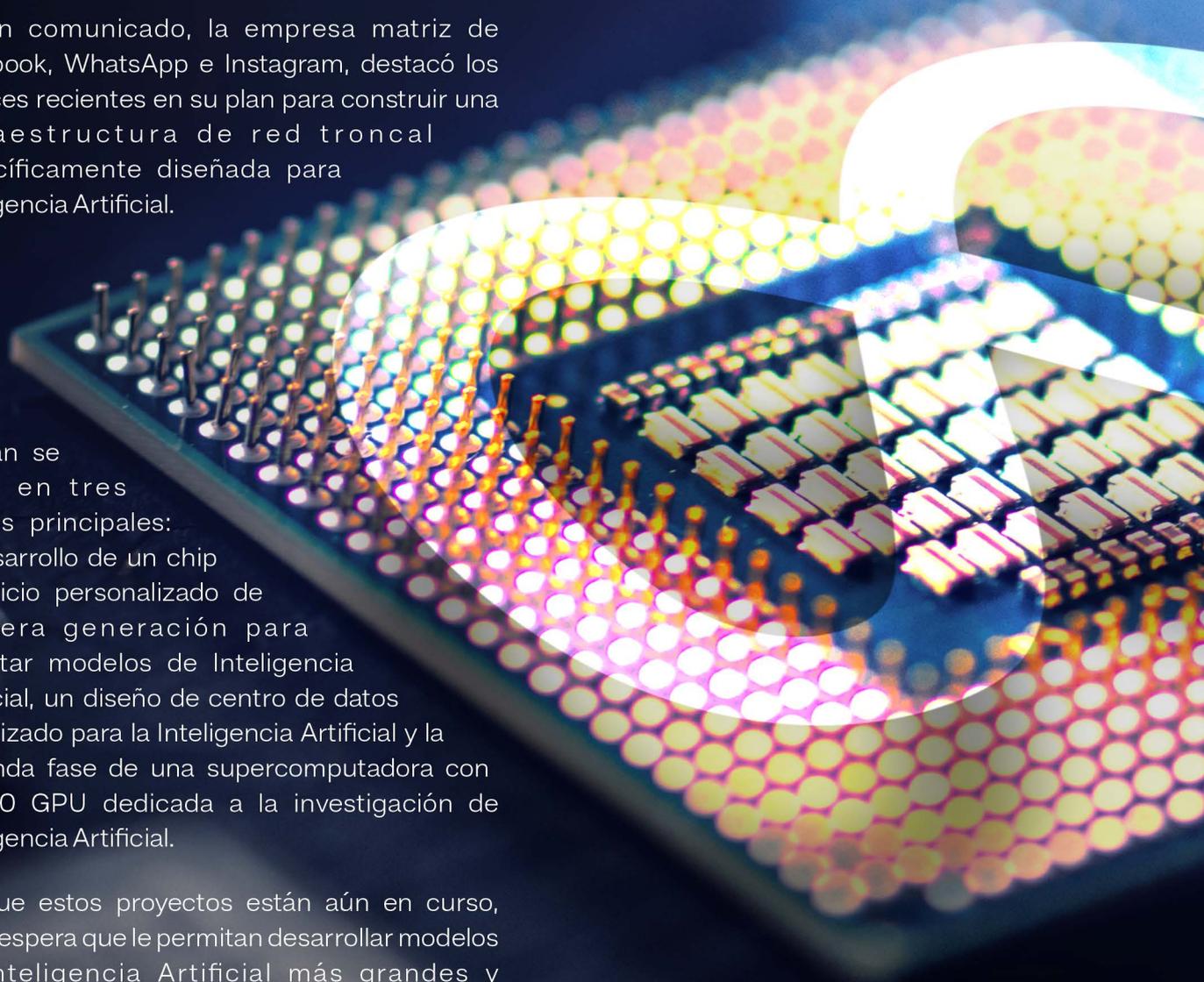
El plan se basa en tres pilares principales: el desarrollo de un chip de silicio personalizado de primera generación para ejecutar modelos de Inteligencia Artificial, un diseño de centro de datos optimizado para la Inteligencia Artificial y la segunda fase de una supercomputadora con 16.000 GPU dedicada a la investigación de Inteligencia Artificial.

Aunque estos proyectos están aún en curso, Meta espera que le permitan desarrollar modelos de Inteligencia Artificial más grandes y sofisticados, y luego implementarlos de manera eficiente a una escala menor.

Alexis Bjorlin, vicepresidente de infraestructura de Meta, confía en que, a pesar de que el diseño y

la construcción de chips de computadora son costosos para una empresa, la mejora en el rendimiento justificará la inversión.

Además, Meta ha estado revisando los diseños de sus centros de datos con el objetivo de enfocarse en técnicas de eficiencia energética, como el uso de refrigeración líquida, para reducir el exceso de calor.



Meta confluye con Monei para permitir el pago a través de WhatsApp.

MONEI



El anuncio viene tras el fracaso de WhatsApp Pay, un piloto que la tecnológica de Mark Zuckerberg anunció en 2020.

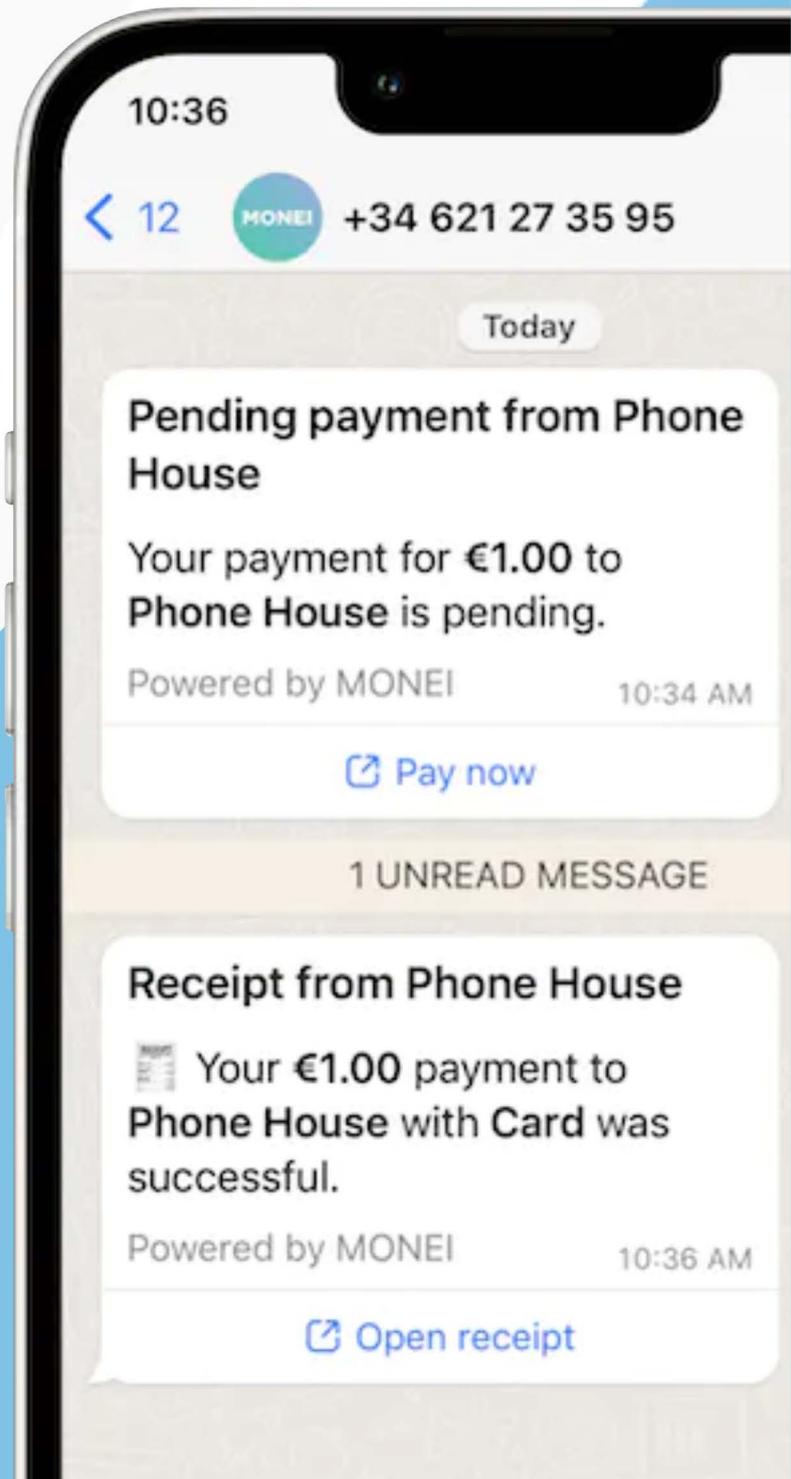
Es así como, al descartar WhatsApp Pay, la iniciativa de Meta para el pago a través de la conocida plataforma de mensajería, la compañía de Mark Zuckerberg se ha unido a la fintech Monei para volver a intentar su propuesta de pagos instantáneos con la aplicación en los comercios.

Con Monei, los comerciantes sólo necesitarán el número de teléfono de sus clientes, al cual podrán enviar un enlace a través de WhatsApp.

El enlace los dirigirá a una página de pago donde se podrá elegir entre distintas formas de pago, como tarjetas de crédito, Bizum, PayPal, Google Pay u otros.

La plataforma también permite al vendedor fijar un plazo de vencimiento del pago y elegir la moneda en la cual se realizará la transacción.

Con esto, Meta busca seguir con su plan de que WhatsApp incluya la funcionalidad del pago, idea que ya había sido testada con WhatsApp Pay en 2020, pero que fracasó debido a las complejidades de uso del piloto.



Meta y BMW llevarán realidad virtual a los vehículos.

Meta y BMW combinarán datos en tiempo real del sensor de movimiento inercial de un BMW con el sistema de seguimiento de las gafas de realidad virtual Project Aria de Meta.

Mark Zuckerberg, fundador de Facebook y CEO de Meta, anunció el progreso de su colaboración con BMW para llevar la realidad virtual (VR) a los vehículos.

En 2021, ambas compañías anunciaron su acuerdo, y ahora han logrado un avance significativo al combinar los datos en tiempo real del sensor de movimiento inercial (IMU) de un BMW con el sistema de seguimiento de las gafas de realidad virtual Project Aria de Meta.

Trabajando en conjunto, han desarrollado una forma precisa de anclar objetos virtuales incluso en vehículos en movimiento rápido. Además, han logrado mejoras en la transferencia de color y otras áreas.

Según Zuckerberg, esto hará que el tiempo que se pasa viajando sea más productivo y divertido.

El anuncio fue acompañado por un video publicado en Instagram y Facebook, ambas plataformas pertenecientes a Meta.

Richard Newcombe, vicepresidente de investigación científica de Reality Labs Research, destacó en un comunicado que el prototipo de investigación muestra la capacidad de proporcionar experiencias cómodas y entretenidas para los pasajeros, utilizando realidad virtual y realidad mixta (MR) ancladas en el propio automóvil.

Esto incluye aplicaciones como videojuegos, entretenimiento, productividad e incluso experiencias de meditación.

En palabras del Ejecutivo de Reality Labs Research: "La tecnología tiene el potencial de transformar la forma en que interactuamos de manera segura con nuestro entorno mientras viajamos".

A medida que se desarrolla contenido anclado en el mundo real y se mejora la confiabilidad de los visores de realidad aumentada (AR), Meta y BMW creen que será posible que los pasajeros vean marcadores para puntos de referencia, restaurantes, lugares de interés y mucho más.



Naciones Unidas: Llamamiento para lograr conectividad universal.

En 2022, aproximadamente 407 millones de personas de los países menos desarrollados utilizaron internet, lo cual equivale al 36% de su población, en contraste con el 66% de usuarios en el resto del mundo. Sin embargo, la conectividad universal aún no es alcanzable para estos países.

Según las Naciones Unidas, los países menos desarrollados requieren una mayor inversión en infraestructura digital.

En el marco del Día Mundial de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información, también conocido como el Día de Internet, celebrado en mayo, y con el propósito de concienciar sobre las oportunidades que las tecnologías de la información y comunicación brindan a las sociedades y economías, así como fomentar la reducción de la brecha digital.

Este año se centra en empoderar a los países menos desarrollados a través de las tecnologías de la información y la comunicación.

En ese sentido, la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), organismo especializado de la ONU para las tecnologías de la información y comunicación, insta tanto al sector público como al privado a comprometerse con la conectividad universal y la transformación digital en estos países a través de la 'Coalición Digital Partner2Connect'.

En un vídeo, la secretaria general de la UIT, Doreen Bogdan-Martin, menciona: "Juntos podemos lograr un desarrollo digital sin precedentes en los países menos desarrollados en 2023 y crear un mundo verdaderamente conectado, donde todos podamos compartir los beneficios de la tecnología, independientemente de nuestra ubicación (...) La conectividad universal efectiva, que implica disfrutar de una experiencia en línea segura, satisfactoria, enriquecedora, productiva y asequible, es el nuevo imperativo".

Según la ONU, la conectividad se ha vuelto más compleja y exigente en los últimos diez años, y ya no es suficiente con proporcionar acceso a internet para todos.

Los países menos desarrollados están lejos de alcanzar este objetivo y la brecha digital entre ellos y el resto del mundo no muestra signos de reducción. Existe el riesgo de que estos países queden aún más rezagados.

Los 720 millones de personas que aún carecen de conexión en estos países representan el 27% de la población mundial sin conexión, a pesar de que la población de estos países solo constituye el 14% de la población global.

Estos datos provienen del informe "Medición del desarrollo digital: datos y cifras" de la UIT y demuestran que la conectividad universal efectiva aún no está al alcance de los países menos desarrollados.



Para **Sixbell** la IA puede mejorar la atención al cliente y la **productividad** en los contact centers.

Al hablar sobre la transformación digital y cómo se ha transformado la manera en la que las empresas interactúan con sus clientes, la inmediatez y la personalización son vitales, más aún en los contact centers.

Los contact centers tienen que adaptarse rápidamente a las demandas de los usuarios para mantenerse competitivos y ofrecer una atención al cliente de calidad. Es posible imaginar a los agentes de un contact center, navegando en un océano de interacciones, donde cada cliente busca una solución rápida y personalizada a sus problemas. Los desafíos en este entorno son inmensos.

En primer lugar, deben gestionar el creciente volumen de interacciones, ya que los clientes no solo llaman por teléfono, también utilizan el chat en vivo, las redes sociales y otros canales para comunicarse con las empresas. Esta diversidad de canales pone a prueba la capacidad de los agentes para responder de manera efectiva a las consultas y problemas de los clientes.

En este escenario, la inteligencia artificial (IA) se convierte en una herramienta fundamental para enfrentar estos desafíos. A medida que los contact centers integran soluciones de IA, los agentes pueden concentrarse en casos más complejos y difíciles, mientras que la IA se encarga de las consultas más comunes y sencillas. Al mismo tiempo, la IA ayuda a los contact centers a gestionar de manera eficiente la diversidad de canales y a ofrecer una experiencia del cliente unificada y coherente.

En Sixbell se experimentó, de manera directa e indirecta, los efectos de la adopción de inteligencia artificial con reducciones en tiempo de espera por encima del 60%. Lo mejor es que esta transformación no solo mejoró la satisfacción del cliente, sino que también redujo los costos operativos, lo que permitió a las empresas invertir en otras áreas importantes de sus negocios. No es sorprendente en este contexto que el mercado global de soluciones de IA para contact centers

haya alcanzado los \$4.5 mil millones de dólares. El crecimiento de estas soluciones es una prueba indiscutible de los beneficios aportados por estas nuevas formas de interacción.

Al hablar sobre la productividad, en Sixbell se han experimentado aumentos de más del 30%. Nuevamente, esta cifra es respaldada por importantes consultoras, como McKinsey. Gracias a esta mejora, los agentes pueden centrarse en tareas más estratégicas y de mayor valor añadido, como resolver problemas complejos y atender a los clientes de manera personalizada.

Por lo que se concluye que los centros de contacto que adoptaron la IA transformaron sus interacciones y se convirtieron en un ejemplo de mejora significativa de la calidad y de la eficiencia en la atención al cliente.

Debido a esta razón, cada vez son más las empresas que han adoptado soluciones de inteligencia artificial para contactar a sus clientes, con el objetivo de brindarles experiencias excepcionales y, al mismo tiempo, aumentar la productividad y el bienestar de sus agentes.



Sixbell
Impulsemos tu transformación



Según los informes, **Twitter** acusa a **Microsoft** de violar su política de uso de datos.

Según los informes, el abogado personal de Elon Musk, Alex Spiro, envió a Microsoft una carta en la que lo acusa de usar la API de Twitter "para usos y propósitos no autorizados". Según The New York Times y The Wall Street Journal, Spiro escribió que "Microsoft pudo haber violado múltiples disposiciones del acuerdo durante un período prolongado de tiempo". En particular, acusa a Microsoft de usar indebidamente los datos de Twitter, como usar más de lo que se suponía y compartir esos datos con agencias gubernamentales sin permiso. Spiro también escribió que Microsoft se había negado a pagar por su uso de datos.

Microsoft había utilizado datos de Twitter a través de su API durante años en varios productos, incluidos los relacionados con Xbox, Bing y sus herramientas publicitarias. Sin embargo, después de que Twitter finalizó el acceso gratuito a su API, Microsoft decidió comenzar a distanciarse del sitio web. Eliminó Twitter de su herramienta de administración de redes sociales para anunciantes y también desactivó la opción de cargar capturas de pantalla y clips directamente a Twitter desde las consolas Xbox y la barra de juegos en Windows.

El gigante tecnológico no explicó el motivo de esas decisiones, pero Twitter ha estado cobrando a las organizaciones hasta \$50,000 al mes para acceder a su nueva API.

En respuesta a un tuit sobre la eliminación de Twitter de Microsoft de su herramienta de administración de redes sociales, Elon Musk dijo: "Entrenaron ilegalmente usando datos de Twitter. Tiempo de juicio". También vale la pena señalar que Musk y Microsoft han tenido una relación accidentada últimamente, y el primero afirma que el gigante tecnológico está controlando a su socio OpenAI.

Microsoft, que ha invertido un total de \$ 13 mil millones en el creador de ChatGPT, dijo que la afirmación "no es correcta en los hechos". Musk también le dijo a Fox News que le preocupaba que ChatGPT "está siendo entrenado para ser políticamente correcto" y que estaba buscando crear su propio chatbot generativo de IA llamado

"TruthGPT". OpenAI, que ayudó a iniciar como una organización sin fines de lucro en 2015, para convertirla en una empresa con fines de lucro.

No está claro si este evento culminará en una demanda, pero Twitter exige que Microsoft examine el uso de datos de sus aplicaciones. Twitter también quiere que Microsoft presente un informe para junio sobre la cantidad de datos que tiene la empresa y cómo se almacenan y utilizan. Además, quiere saber cuándo Microsoft le dio a las organizaciones gubernamentales acceso a sus datos.





Telegram defiende su arquitectura de seguridad en medio del riesgo de exploit de la cámara macOS.

Telegram ha implementado varias funciones de seguridad para mejorar la privacidad del usuario y la protección de datos.

La popular aplicación de mensajería Telegram ha abordado un reciente exploit de cámara y seguridad que podría permitir a los atacantes obtener el control de la cámara de un dispositivo macOS. Un portavoz de Telegram, Remi Vaughn, mencionó que los usuarios de Telegram no están en riesgo de forma predeterminada porque el exploit requiere la instalación de malware en el sistema.

En particular, el ingeniero de software Dan Revah llamó la atención sobre este exploit en una publicación reciente. En la publicación, Revah afirmó haber obtenido una escalada de privilegios locales más allá de lo que se proporcionó anteriormente al programa Telegram instalado, lo que permite atacar las cámaras web de los usuarios de macOS.

Según el ingeniero de software, el exploit permite grabar y guardar archivos desde la cámara del dispositivo mediante la inyección de una biblioteca dinámica en el sistema del usuario. Revah también afirma que el exploit permite a los atacantes eludir la zona de pruebas del dispositivo utilizando agentes de lanzamiento.

En su opinión, un atacante posiblemente podría obtener más derechos del sistema al obtener acceso a zonas de privacidad restringidas. Sin embargo, Vaughn reveló que Telegram realizó las mejoras que fueron aceptadas por la App Store de Apple a fines de mayo. "Los usuarios que descargaron la aplicación Telegram directamente desde el sitio web de la aplicación de mensajería no están en riesgo", señaló.

En particular, el aumento constante de los ataques cibernéticos observados en el ecosistema Blockchain puede haber generado preocupaciones para Revah.

A lo largo de los años, la industria ha visto un crecimiento continuo en las tasas de ataques cibernéticos, lo que hace que las personas se preocupen por los niveles de seguridad con cada nuevo avance de blockchain.

Mientras tanto, los criptoataques han resultado en pérdidas de al menos 721 millones de dólares solo en Japón, lo que representa más del 30 % de los más de 2300 millones de dólares perdidos en hackeos de criptomonedas en todo el mundo.

Telegram se esfuerza por aumentar las funciones de seguridad.

Telegram ha implementado varias funciones de seguridad para mejorar la privacidad del usuario y la protección de datos. En diciembre, la aplicación de mensajería lanzó una nueva versión que permite a los usuarios crear cuentas utilizando números anónimos basados en blockchain en lugar de números de teléfono móvil.

A través de la actualización, los usuarios podrán ocultar números a todos, lo que seguramente complacerá a aquellos que valoran los servicios centrados en la privacidad. Para aprovechar esta función, los usuarios deberán comprar un número anónimo basado en blockchain de la plataforma de subastas descentralizada Fragment.

Videsk: Video Contact Center.



Conociendo la importancia del contacto humano y cara a cara, nació Videsk, software chileno que ofrece un video contact center donde los clientes de una empresa pueden comunicarse con sus empleados, con los que pueden resolver sus problemas o dudas de una forma más personalizada y directa.

Videsk permite realizar la comunicación a través de videollamadas desde la misma web de la empresa en cuestión, facilitando el contacto para el cliente desde cualquier dispositivo. A la fecha, ya está presente en siete países de América Latina y entre sus clientes se encuentran Falabella, Sodimac, Consorcio, Metrogas, AFP Capital y Los Héroes.

Andrés Leiva, CEO de Videsk, explica en términos sencillos cómo funciona el servicio: "Por ejemplo, en Sodimac, típico cuando estás comprando algo, pero no sabes cómo se llama o necesitas 'la cosita de la cosita'. En la sucursal física uno puede preguntarle a un vendedor, pero desde casa es difícil. Así que en lugar de un chatbot, que estaría bastante limitado a nivel de asesoramiento, con Videsk puedes, en dos clics, sin descargar nada y

desde tu computadora o incluso desde tu teléfono, conectarte con un experto que te guiará en tiempo real".

Recientemente incluso han comenzado a brindar esta posibilidad a quienes se encuentran en una tienda física. En los casos en que haya poca disponibilidad de vendedores, los clientes pueden acceder, a través de un código QR, a una videollamada con un "ejecutivo de la nube" que les ayudará.

La historia de Videsk representa un viaje inusual en el mundo de las startups. El proyecto nació en 2017, cuando seis jóvenes recién egresados de la universidad quisieron crear una empresa de desarrollo de software. A pesar de su poca experiencia, muy pronto tuvieron una oportunidad gigantesca de darse a conocer. A finales de ese año, Zoom buscaba crear la API para un desarrollo que se iba a implementar en un servicio público mexicano. "Estaban tan desesperados que nos dieron una oportunidad y logramos tener un piloto en 24 horas. Con eso estaban locos, porque no habían encontrado a nadie capaz de hacerlo en meses y lo hicimos en 24 horas", dice Leiva.

Videsk te permite contactar a un ejecutivo por videollamada desde casa y desde cualquier dispositivo. Aunque lograron implementar con éxito el servicio que estaban desarrollando, Su poca experiencia les jugó una mala pasada y un intermediario que había trabajado con ellos acabó quitándoles el negocio. Lejos de echarse a morir, invirtieron el dinero que habían ganado en hacerse con una bodega en el centro de Santiago.

Aunque ya trabajan en siete países latinoamericanos, Leiva comenta que los planes a corto plazo son expandir Videsk a otros continentes, algo que potenciará De la mano de Devlabs, un Venture Capital estadounidense que invirtió en ellos y en otras startups chilenas.

Zoom y Athropic confluyen para integrar el chatbot Claude en su suite, empezando por su Contact Center

Zoom confluye con Athropic para integrar en la plataforma el asistente de Inteligencia Artificial (IA) que este desarrolla, Claude, que se integrará en su suite y que estrenará en su apartado Contact Center.

Athropic es una compañía fundada por exempleados de OpenAI -desarrolladora de ChatGPT- dedicada al desarrollo de herramientas y sistemas de Inteligencia Artificial, entre los que se encuentra este chatbot, que es capaz de recibir instrucciones para realizar tareas como buscar documentos, resumir información, escribir texto de forma natural y responder sobre cuestiones concretas.

A mediados de marzo Athropic dio a conocer este trabajo, momento en que también puso a disposición de los usuarios dos versiones de su servicio a través de una interfaz de programación de aplicaciones (API, por sus siglas en inglés). Entonces, también aseguró que Claude se sustenta en una técnica denominada 'IA constitucional', que se basaba en una serie de

principios como la beneficencia, esto es, maximizar el impacto positivo; y la autonomía, que consiste en respetar la libertad de elección.

Ahora, Zoom ha anunciado un nuevo acuerdo con Athropic para integrar este 'chatbot' en sus servicios -entre los que se encuentran Team Chat, Meetings Phone, Whiteboard y Zoom IQ-, comenzando por Zoom Contact Center.

Desde Zoom aseguran que con esta de herramienta de IA generativa "las empresas podrán llevar las relaciones con los clientes a otro nivel", en palabras de la directora de producto de la plataforma, Smita Hashim.

Además, la compañía ha apuntado en un comunicado que "en un futuro cercano, Zoom también utilizará Inteligencia Artificial para proporcionar los recursos adecuados a los agentes", por lo que los usuarios recibirán "experiencias de servicio excepcionales, independientemente del motivo de su llamada".



ANTHROPIC

WiFi 6 Ghz

Argentina: Banda de 6 GHz será destinada al 100% a Wi-Fi.

Argentina optó por entregar el 100% de la banda de 6 GHz al uso no licenciado, es decir, a Wi-Fi.

La decisión sobre la banda de 6 GHz en la Argentina pareció tomar un giro brusco hace un mes. Hasta ese momento, todo hacía prever que se iría hacia el "enfoque balanceado", es decir, destinar la mitad de los 1.200 MHz para el uso licenciado, básicamente, Wi-Fi, y la otra mitad, reservarla para 5G. Pero un mes atrás se supo que esa voluntad se estaba inclinando hacia el uso no licenciado en su totalidad, camino que ya tomaron Brasil, República Dominicana, Colombia, Perú y Costa Rica, entre otros, y sobre el que dio marcha atrás a finales del año pasado, Chile.

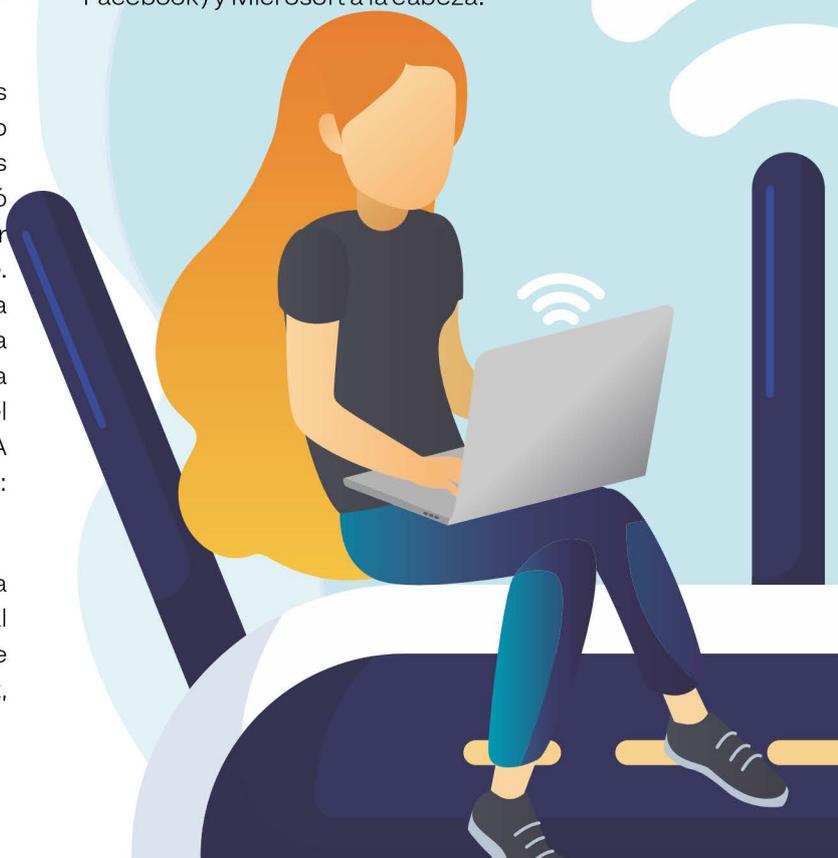
Este cambio en el enfoque que se había conocido hasta ahora motivó a que las empresas representadas por la GSMA, la asociación que nuclea a las principales operadoras y proveedoras de equipos de telecomunicaciones del mundo, enviaran una carta al ministro Massa insistiendo en las ventajas del "enfoque balanceado".

En ese escrito se reiteraron los principales conceptos del estudio que acercó la GSMA al Enacom el año pasado, además de repasarse las decisiones tomadas en los últimos meses en países como México -que optó por destinar 500 MHz al uso no licenciado, y reservar 700 MHz para el licenciado- y la marcha atrás de Chile. También se mencionó que Brasil estaría "analizando la maduración del ecosistema para considerar una posible revisión de la decisión". Esto pese a que, hasta ahora, esa posibilidad ha sido desestimada por el regulador, la Anatel. Esa carta lleva la firma de la GSMA y de las principales proveedoras de equipamiento: Nokia, Ericsson y Huawei.

Esto sucede en medio de la expectativa por la convocatoria a la licitación 5G que el Gobierno actual también prometió que concretará –sobre la que este martes el vicepresidente del Enacom, Gustav López,

dio un nuevo anticipo– y que tiene sumidos a los distintos actores en idas y venidas respecto al precio que se pretenderá recaudar por el espectro y a los compromisos de inversión que deberían emanar del proceso. En este escenario se enmarca la aprobación del Reglamento de Espectro que, en principio, establece ordenamientos necesarios para que estos procesos se encaucen del modo más "normal" posible. Es decir, con tensiones pero sin judicialización.

Las operadoras de telecomunicaciones y las proveedoras de equipamiento resisten que se entregue el 100% de la banda de 6 GHz al uso no licenciado. Y señalan que si esa es la decisión, el espectro que se licite para 5G tendría que tener precios mínimos. En el medio de la discusión surge también la cuestión geopolítica que postula que ir en la dirección que el Enacom estaría anunciando es ceder ante la presión de Estados Unidos. Y que esta determinación terminará beneficiando a empresas como Meta (ex Facebook) y Microsoft a la cabeza.



Argentina: El acceso a internet de la población.

En Argentina, el 62,6% de los hogares urbanos tiene acceso a una computadora y el 92,1% al servicio de Internet (fija y/o móvil) al tiempo que el 89% de la población tiene celular y el 88% usa Internet. Los resultados surgieron de la Encuesta Permanente de Hogares que el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del país (Indec) realiza de forma periódica.

El trabajo se aborda sobre la base del estudio de 31 aglomerados poblacionales de todo el territorio argentino, que sirven a los fines prácticos de establecer una estadística; y en el que se consultó sobre diferentes aspectos que hacen a la brecha digital del país.

Uno de los ítems que se abordó fue la disponibilidad que los hogares poseían de computadora con conectividad a Internet y arrojó que, en promedio, el 62,6% de tienen una PC o notebook, mientras que el 92,1%, el servicio de Internet.

Aunque este dato involucra aún la falta de acceso al dispositivo y al servicio, los indicadores reflejaron que en 2022 hubo un crecimiento promedio de 29,5% de hogares con ambas prestaciones y que en una comparativa quinquenal, por ejemplo, arroja un alza del 17,3% a favor de Internet.

"La principal razón de esta situación es que ha crecido significativamente el acceso a Internet en los hogares", dice el reporte y recuerda que en 2018 sólo el 80,3% de las viviendas tenía acceso; mientras que la posibilidad de tener una computadora se mantuvo estable y varió alrededor del 63% de la población en 2018 al 62,6% en 2022.

En aquellas ciudades que tienen menos de 500.000 habitantes, esa diferencia de acceso a Internet en relación con la disponibilidad de una computadora es mayor que el promedio nacional, del 31,6%. Y, en las poblaciones más pequeñas, oscila el 90,7% mientras que a computadoras, el 59,1%.

El trabajo también hace una recorrida por las regiones del país y refleja que Patagonia, por ejemplo, registran el mayor acceso de los hogares a Internet y de computadoras del 93,5% y el 71,1%, respectivamente.

El informe también precisa que 88 de cada 100 personas prefiere (o solo accede a) usar Internet desde su teléfono y que 89 de cada 100 tiene teléfono celular. A nivel país y en comparación con el período anterior, esta encuesta registró un incremento en el uso de Internet en celulares, del 1,2%, y una disminución de su acceso desde otro dispositivo, estimado en el 1,2%.

"El celular es la tecnología con mayor uso, debido a que 89 de cada 100 habitantes emplean teléfono móvil (el 89,3% de la población de los aglomerados relevados, valor que es 1,2% mayor que en el mismo período del año anterior)", dice el reporte.



salesforce

La experiencia del cliente en el **Salesforce** World Tour.

En el evento Salesforce World Tour Buenos Aires, se puso en foco la importancia de la experiencia del cliente y cómo la tecnología puede optimizar este proceso para las empresas.

Guido Ipszman, director general de Salesforce para Argentina y Perú, presentó las últimas novedades de la compañía en cuanto a la mejora del servicio al cliente. Entre ellas se destaca el lanzamiento de Einstein GPT, descrito como "la primera tecnología CRM de IA generativa del mundo". Esta innovación ofrece contenido generado por inteligencia artificial en todas las interacciones de ventas, servicios, marketing, comercio y TI.

La aplicación combina los modelos de IA patentados de Salesforce con la tecnología generativa de IA de un ecosistema de socios y datos en tiempo real de Salesforce Data Cloud, que unifica todos los datos de los clientes de una empresa. Esto permite a los clientes vincular esos datos a modelos avanzados de IA de OpenAI o elegir su propio modelo externo, y utilizar mensajes en lenguaje natural directamente en la plataforma CRM de Salesforce para generar contenido que se adapte continuamente a la información y necesidades cambiantes de los clientes en tiempo real.

Esta tecnología permite, por ejemplo, generar mensajes de correo electrónico personalizados para que los vendedores los envíen a los clientes, generar respuestas específicas para que los

profesionales de atención al cliente puedan responder rápidamente a sus preguntas, generar contenido para que los profesionales de marketing aumenten las tasas de respuesta de las campañas y autogenerar código para los desarrolladores.

Además, Salesforce y OpenAI anunciaron recientemente la aplicación ChatGPT para Slack. Esta aplicación ofrece resúmenes de conversaciones basados en Inteligencia Artificial, herramientas de investigación para aprender sobre cualquier tema y asistencia de escritura para redactar mensajes rápidamente.

Durante el evento, también se destacó la alianza entre Salesforce y WhatsApp, que permite a las empresas conectarse con sus clientes y crear experiencias de mensajería personalizadas de manera rápida y sencilla. El objetivo es aumentar el compromiso, la fidelidad, la comodidad, la interacción y la satisfacción tanto para el negocio como para el cliente.

Además, las empresas pueden aprovechar Salesforce Genie, una plataforma de datos que les permite ofrecer experiencias altamente personalizadas para ventas, servicio, marketing y comercio con datos en tiempo real. Esto incluye la posibilidad de utilizar anuncios de Click-to-WhatsApp en Facebook e Instagram para llevar a los clientes a una experiencia de mensajería personalizada.

Argentina: **Vocalcom**, objetivos y desafíos con visión 360° del mercado de Contact Center.



Nicolas Mestchersky, nuevo CEO de Vocalcom, oriundo de Francia, realizó una visita por las oficinas de Buenos Aires en Argentina, con el fin de dejar claro cuál es la nueva impronta que buscan dar al negocio de cara al futuro del mercado de contact center, y el rol importante que ocupa Latinoamérica en los objetivos planteados desde su casa matriz en Europa.

En palabras de Mestchersky: "Mi objetivo es hacer del grupo un verdadero equipo global ya que, desde sus orígenes en Francia, las tomas de decisión fueron centralizadas allá con una mirada más Europea. Cuando Vocalcom se fundó, se convirtió en el líder en el mercado de contact center desde el año 1995, siendo una empresa muy innovadora, que abarcaba a clientes de todos los segmentos. Esto empezó en Paris y se expandió poco a poco en el mundo, teniendo presencia directa a través de oficinas locales en más de 17 países.

En cuanto a la migración a cloud, Vocalcom ha sido una de la compañías pioneras en la oferta de plataformas 100% cloud. Ésta ha sido una estrategia muy desafiante la cual comenzó hace mucho años y actualmente la compañía tiene diversas plataformas instaladas alrededor del mundo dándole servicio una gran cantidad de clientes.

Actualmente la versión que se está comercializando es Hermes 360 lanzada en 2021 y hemos lanzado en el Q1 de 2023 la nueva versión 6.2 que incluye nuevas funcionalidades y evoluciones de producto hacen a la solución aún más flexible y escalable.

En este sentido tanto el board de Vocalcom, como nuestro grupo accionista, nos encontramos muy orgullosos por cumplir con un desafiante y ambicioso roadmap planificado hace algunos años atrás".

Y añade el ejecutivo: "Nuestro potencial hoy en día se encuentra en nuestra presencia geográfica porque somos bastantes fuertes aquí en Latinoamérica y en África, al igual que en Europa y un poco en Estados Unidos".

En cuanto a la actualidad del mercado regional, Mestchersky indica: "Lo veo muy dinámico y enfocado en la nube. Una de las grandes ventajas que vemos en el país es el alto nivel de recursos humanos, su nivel de capacitación, conocimiento y compromiso.

Es por esto que me enorgullece anunciar la creación de un Shared Service Center en Buenos Aires, que dará soporte a todo Vocalcom a nivel global en cuestiones como I+D, desarrollo, soporte y QA. Nuestro SCC abrirá sus puertas a partir de la segunda mitad de este año, y generará nuevos puestos de trabajo. Este desafío es muy positivo para nosotros ya que Argentina es un actor fundamental dentro de la estructura de Vocalcom Global, por el nivel de crecimiento que la filial ha tenido en los últimos años, por el posicionamiento en el mercado y por el equipo consolidado de profesionales que tenemos.

Por otro lado, y para dar una visión más técnica sobre las soluciones que impulsa Vocalcom en el mercado, conversamos con Patricio Daffis, Business Developer Executive de Vocalcom.

'El mes pasado hemos lanzado la nueva versión de Hermes 360°, y su versión más reciente Hermes Digital Journey.

A través de nuestra alianza con la empresa Infobip, la cual se encarga del management de mensajería en redes sociales. Con esto buscamos dar una experiencia 100% omnicanal, además de que nos permite ser más expeditivos en las experiencias tanto de los agentes, como de los usuarios".

Vocalcom ofrece su interfaz (que trabaja en forma nativa en la nube) ofreciendo sus servicios de correo y SMS, mientras que Infobip da cobertura en todo lo que es Instagram, Facebook, Whatsapp y Telegram. El diferencial es que pueden ofrecer todos estos servicios al cliente de forma nativa en cloud.



Brasil: Comparación de 5G en las capitales del país.

Un análisis de Opensignal mostró que los usuarios de 5G en Porto Alegre tienen la velocidad de descarga más rápida en comparación con las otras capitales de Brasil, con un promedio de 408.9 Mbps. Teresina y Curitiba completan el top 3, con 404.4 Mbps y 400.8 Mbps, respectivamente.

La consultoría también destacó que todas las capitales tienen una velocidad promedio de descarga superior a 250 Mbps. La ciudad con la puntuación más baja fue Macapá, con 257.8 Mbps.

De acuerdo con Opensignal, el impacto de las velocidades en la experiencia general de velocidad depende de la disponibilidad en 5G, que varía desde el 5.8% en Aracaju hasta el 14.8% en Río de Janeiro. Esto muestra que los usuarios todavía pasan poco tiempo con el 5G activo.

Belo Horizonte es la capital con la mayor velocidad promedio de carga, con 39.1 Mbps. Le sigue Porto Alegre, con 35.5 Mbps, y São Paulo, con 34.6 Mbps. En último lugar está São Luís, con una velocidad promedio de carga de 18.78 Mbps.

El análisis también presenta una comparación importante entre las velocidades de descarga y carga en comparación con 4G.

En este caso, Recife, Teresina y São Paulo registraron los mayores avances en la descarga en comparación con la cuarta generación de redes móviles, con incrementos de 17.9 y 15.8 veces. En la carga, Belo Horizonte, Maceió y São

Paulo tuvieron los mayores incrementos, con 3.5 y 3.4 veces.

Finalmente, Opensignal evaluó la experiencia de los juegos para verificar la latencia del 5G SA (independiente).

Según el informe, São Paulo ofrece la mejor experiencia, con una puntuación de 88.1 en una escala de 100 puntos. Le siguen Belo Horizonte, Río de Janeiro y Curitiba, con 86.8; 85.6 y 85.4 puntos. Todos registraron una experiencia excelente, ya que obtuvieron una puntuación superior a 85.

"Esto significa que la gran mayoría de los usuarios considera esta experiencia de red aceptable y casi todos los encuestados sienten que tienen control sobre el juego y reciben retroalimentación inmediata sobre sus acciones", dice el documento.

Macapá ocupa el último lugar en la categoría "Malo" (40 a 65), con 62.6 puntos.

El análisis destaca el impresionante avance del 5G en Brasil, con la implementación del 5G en la banda de 3.5 GHz impulsando la mejora de la experiencia con 5G.

La Anatel espera habilitar mil 610 municipios para fines de este mes de junio.

Chile: ClaroVTR ampliará su data center y se convierte en uno de los más grandes del país.

Los Centros de Datos son infraestructuras capaces de almacenar, distribuir y analizar miles de millones de datos por segundo de manera eficiente, segura y veraz, convirtiéndose en actores claves para el desarrollo de la economía digital y para posicionar a Chile como un hub tecnológico a nivel regional.

El gerente general de ClaroVTR, Alfredo Parot, expone: "nos sentimos muy orgullosos y damos un nuevo e importante paso hacia la consolidación de nuestros servicios y liderazgo en el segmento de las grandes corporaciones y empresas del país. Esta tercera fase de nuestro Data Center que estamos inaugurando sumará un total de 3.000 m² de salas a los 2.000 m² ya existentes, totalizando una inversión de más de 320 millones de dólares en el proyecto (...) Con esta gran inversión lograremos que las corporaciones y empresas del país cuenten con los mejores y más competitivos servicios digitales disponibles en Chile y la Región. Continuaremos siendo un gran aliado de nuestros clientes, creciendo junto a ellos, y poniendo a su disposición lo último en tecnología digital.

Este Data Center es de clase mundial y cuenta con los más altos estándares y certificaciones de seguridad y sostenibilidad en cuanto a eficiencia energética, manejo de residuos y construcción amigable con el medioambiente, en línea con nuestra visión de desarrollo sostenible".

El gerente general de ClaroVTR señaló que "esta inversión es una muestra más del gran compromiso nuestro y el de nuestros inversionistas, Liberty Latin América y America Móvil, con el desarrollo de nuestra industria y crecimiento de Chile. Además, esta inversión contribuye directamente a la consolidación de Chile como hub digital en la región".

El nuevo edificio, que se adiciona al actual, cuenta con 3 salas blancas de 1.000 m² cada una, llamadas B5, B6 y B7. Se trata de espacios especialmente diseñados y controlados para mantener un ambiente libre de partículas y contaminantes, que se caracterizan por tener un control riguroso de la temperatura, humedad y circulación de aire para garantizar un ambiente óptimo y seguro para los equipos de alta tecnología que se encuentran allí. Así, las instalaciones cumplen con estándares de clase mundial y certificación Tier IV y "LEED BD+C Data Center". Gracias a ello, su performance está vinculada a la eficiencia y reducción de huella de carbono, garantizando un mejor uso de los recursos energéticos.

"Nuestra apuesta como compañía es liderar el mercado de servicios tecnológicos para empresas, para lo que contar con un data center de clase mundial es clave. Grandes, medianas y pequeñas empresas e instituciones públicas nos han elegido para almacenar y procesar su información porque hemos dado pruebas concretas respecto a la calidad y seguridad con que operamos", afirmó Francisco Guzmán, director de Claro empresas. El ejecutivo agregó que esa confianza se manifiesta en que la nueva infraestructura antes de ser inaugurada ya contaba con un 40% de ocupación.

En los últimos años hemos visto un crecimiento constante de las capacidades de almacenamiento y procesamiento de la información. De hecho, un reporte de la consultora IDC estima que los metros totales de data center en Chile habrán aumentado un 71,31% respecto a 2018, pasando de 36.200 m² en 2018 a una proyección de 50.763 m² para 2023. Esto refleja el creciente interés y demanda por los servicios de data center en el país y el papel cada vez más importante que desempeñan en la economía digital.



Chile: Estudio revela que mediante la digitalización se podría incentivar la productividad ante la nueva ley de 40 horas.

Con el objetivo de medir el grado de aceptación de la ley de las 40 horas en Chile y conocer cuáles estrategias están evaluando las organizaciones para fomentar la productividad en este nuevo escenario, el centro de mensajería digital CLOSE-UP y la empresa de soluciones tecnológicas Defontana, desarrollaron el estudio "Percepción de los emprendedores y el mundo empresarial referente al Proyecto de Ley que implementará la jornada laboral de 40 horas semanales: su impacto en la productividad y la digitalización", el cual fue presentado en el encuentro Defontana Connect 2023, que contó con la participación del ex ministro de Hacienda, Ignacio Briones y el gerente de Innovación y Emprendimiento de la CORFO, Francisco Meneses, entre otros.

La encuesta se realizó entre el 17 de abril y el 11 de mayo, con 488 respuestas válidas de un universo de más 5.000 encuestados. Del total de respuestas, un 65,5% corresponden a trabajadores. Sobre el tamaño de las empresas participantes en el estudio, un 66,5% son micro y pequeñas empresas, mientras que 5 de cada 10 son empresas con más de diez años de antigüedad.

En relación a la aprobación de la ley, el 85,3% de los trabajadores declaró estar de acuerdo, mientras que el 50,6% de los empresarios se manifestó en desacuerdo. Al mismo tiempo, solo un 2,11% de los trabajadores y un 6,55% de los empresarios dijo que no le importaba el tema.

El 85,2% de los trabajadores y un 68,7% de los empresarios cree que la ley de las 40 horas ayudará a mejorar la calidad de vida. Sin embargo, el 77,4% de los empresarios o emprendedores manifiesta que la reducción de la jornada laboral tendrá consecuencias negativas para las empresas, sobre todo para las más pequeñas.

El estudio también reveló que 7 de cada 10 empresarios tiene la intención de incentivar la productividad vía la digitalización, mientras que 1 de cada 10 ya están digitalizados. Por el lado de los trabajadores, 7 de cada 10 expresó que mediante la digitalización se incentiva la productividad, mientras que 2 de cada 10 dijo que ya están 100% digitalizados.

El 34,5% de los empresarios (4 de cada 10) cree que se debe organizar el trabajo por objetivos, un 25,6% considera que es mejor modificar turnos, y un 21,4% que se debe enfrentar implementando tecnología. En tanto, más de la mitad de los trabajadores (51,2%) considera que la mejor forma de mantener la productividad es con trabajo por objetivos, mientras que solo el 19,7% apuesta por la digitalización.

En palabras de Diego González, CEO de Defontana: "La buena percepción sobre el aporte de la tecnología en este tema aún es muy bajo. Sin embargo, creemos que a medida que el tiempo pase y tanto las empresas como los trabajadores vayan ajustándose a la nueva realidad, el uso de distintas herramientas tecnológicas irá cobrando más valor (...) Estos datos dan cuenta de lo divididas que están las opiniones sobre la nueva ley. Estamos aún ante un tema en desarrollo, cuya implementación gradual nos irá arrojando respuestas más certeras sobre las estrategias adecuadas para implementar las 40 horas, sin que las organizaciones vean mermada su productividad y velando por el gran objetivo de este nuevo cuerpo legal: que los trabajadores chilenos perciban una mejora real en su calidad de vida".

Chile: Tableau de Salesforce arribará al país austral este año.

Tableau, empresa de analítica de datos de la estadounidense de CRM Salesforce, abrirá una filial en Chile antes de fin de año, dijo el vicepresidente y gerente general para América Latina de Tableau, Adriano Chemin.

La futura unidad chilena se suma a las operaciones de Tableau en Brasil, México, Argentina y Colombia.

En palabras del ejecutivo durante el evento World Tour de Salesforce en São Paulo: "Chile es un mercado muy interesante, pues presenta mucha demanda de

soluciones digitales y análisis de big data. Además, ofrece certeza jurídica y un entorno de negocios favorable".

No se proporcionaron detalles de la nueva operación.

En América Latina, los ingresos de Tableau han experimentado un notable crecimiento de dos dígitos en los últimos trimestres, según Chemin. Y la perspectiva es positiva para 2023 gracias a la mayor demanda empresarial de inteligencia artificial (IA) avanzada y analítica de datos. Salesforce anunció hace poco la integración de capacidades de Inteligencia Artificial generativa en dos de sus soluciones principales: Tableau GPT y Tableau Pulse.

Según la compañía, el objetivo es lograr que los clientes comprendan mejor los datos y su uso estratégico.

La integración se realizará para varias plataformas generativas de Inteligencia Artificial, incluidas ChatGPT y Bard.

Una encuesta reciente de Salesforce concluyó que, aunque un 73% de los directivos empresariales creen que los datos permiten tomar una mejor decisión comercial y reducen la incertidumbre, un 41% todavía no entienden correctamente los datos porque los consideran demasiado complejos o difíciles de entender para acceder en sus organizaciones.

De acuerdo con Chemin, las nuevas soluciones se ponen a disposición de los clientes de América Latina de manera gradual.

La demanda y el interés de las compañías de la región por estas tecnologías se ha disparado en los últimos meses a raíz del revuelo que genera ChatGPT.

Salesforce reportó ingresos globales por US\$8.384 millones para su cuarto trimestre fiscal 2023, finalizado el 31 de enero, alza de 14% respecto de un año antes y de 17% en términos de moneda constante.

Los ingresos del año fiscal completo sumaron US\$31.352 millones, 18% más interanualmente y 22% más en moneda constante, impulsados en parte por Tableau.



Fiber Connect Latam: La industria de fibra óptica en América Latina.



El evento Fiber Connect Latam, que se llevará a cabo los días 06 y 07 de junio en el Hotel W Santiago, Chile, reunirá a los líderes más destacados de la industria de fibra óptica de América Latina.

El objetivo de este evento es discutir los desafíos y oportunidades que enfrenta la región en términos de conectividad y desarrollo tecnológico.

Durante el evento, se realizarán paneles de discusión sobre aspectos regulatorios del sector, el papel fundamental de la infraestructura de fibra óptica en el despliegue de 5G y los avances en convergencia y redes neutras. Estos temas son de gran relevancia para la industria de fibra óptica en América Latina y su desarrollo futuro.

Uno de los puntos destacados del evento será la presentación sobre el nuevo Programa de Capacitación y Certificación del FBA LATAM, que se enfocará en la importancia de la formación y certificación de profesionales en el ámbito de la fibra óptica. Este programa tiene como objetivo promover

el desarrollo de habilidades técnicas y gerenciales en la industria, lo que contribuirá a mejorar la calidad de los servicios y expandir la tecnología de fibra óptica en la región.

El evento contará con la participación de expertos y líderes de la industria, quienes compartirán sus conocimientos y experiencias.

Entre ellos se encuentran destacados nombres como Claudio Araya San Martín, Subsecretario de Telecomunicaciones; Gary Bolton, Presidente y CEO de Fiber Broadband Association; y Pedro Huichalaf Roa, Investigador y Docente del Centro de Investigación en Ciberseguridad de la Universidad Mayor y ex-Subsecretario de Telecomunicaciones de Chile, entre otros.

Fiber Connect Latam ofrece una oportunidad única para estar al tanto de las últimas tendencias y desarrollos en la industria de fibra óptica, así como para establecer conexiones y contactos con expertos y líderes de la región.

Latam: Cepal advierte que 70% de empresas de la región tienen una presencia pasiva en Internet.

Un estudio reciente de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) revela que más del 70% de los sitios web de las empresas en Brasil, Chile, Colombia y México tienen una presencia pasiva en Internet; es decir, existen pero sólo son informativos y no proporcionan ningún medio de interacción con sus clientes.

El informe Medición de la economía de Internet en América Latina, elaborado por la Cepal y otros organismos, señala que en Brasil y México el 74 y 73% de los sitios web empresariales son pasivos, mientras que en Chile y Colombia el porcentaje es de 69 y 66 puntos, respectivamente.

En la actualidad, los sitios web con presencia activa de las empresas en América Latina son en promedio un 16%. En Colombia, el porcentaje es de 18%; en Brasil, 17 puntos; en Chile, 16; mientras que en México llega al 14%.

La cantidad de sitios web comerciales con un mayor aprovechamiento de Internet es todavía más baja. Chile y Colombia tienen un 10% de sitios de este tipo, que son especialmente comercios electrónicos; en tanto, México y Brasil tienen un 8 y 5%, respectivamente.

Hay otro tipo de sitios web empresariales relacionados con los servicios en línea y servicios TIC, pero existen pocos en comparación con el resto de categorías. Aún así, su huella económica es relevante aunque no supera la del comercio electrónico.

Otro dato relevante del informe es que la mayoría de las empresas de los cuatro países, más del 90%, carecen de un sitio web. Esto implica que aún no comienzan su camino para integrarse a la economía digital. Las microempresas acaparan esta categoría, lo cual muestra un bajo nivel de digitalización respecto a compañías de mayor tamaño.

Durante los últimos tres años, las empresas en la región han incrementado su huella en línea. Sobre

todo, a raíz de la pandemia tener presencia en Internet se volvió una parte fundamental de muchos negocios para mantener su comercialización y el relacionamiento con los clientes.

Varios sectores como el comercio mayorista, el comercio minorista, los servicios empresariales y de ingeniería, la construcción, la salud y la educación mejoraron su huella en el entorno digital, creando sus sitios web e incluso agregando e-commerces y opciones de pago en línea. Sin embargo, esta tendencia fue disminuyendo de forma progresiva tras varios meses de la pandemia.



Latam: Microsoft conectará a internet a 18 millones de personas en la región.

Microsoft se compromete a proporcionar conectividad de alta velocidad a 18 millones de usuarios en América Latina, a través de la Iniciativa Airband.

Son planes para ofrecer acceso a Internet de alta velocidad a 18 millones de personas en Guatemala, Chile, Brasil y Colombia para el año 2025.

Vickie Robinson, gerente general de la Iniciativa Airband de Microsoft, destacó que solo el 37% de los habitantes de áreas rurales en América Latina tienen opciones de conectividad, en comparación con el 71% de la población urbana.

La Iniciativa Airband colabora con otras empresas y organizaciones no gubernamentales para llevar la conectividad a estos países.

En Guatemala, se asociaron con Wayfree; en Chile, con la Fundación País Digital; en Brasil, con Brisagnet; y en Colombia, con Anditel.

En Brasil, el acceso a Internet de alta velocidad se ampliará para llegar a más de 11 millones de personas.

En el caso de Chile, el programa se enfocará en oportunidades económicas a través de la capacitación y el empleo de miembros de la comunidad local para mantener las nuevas redes, y se espera proporcionar acceso a Internet a un millón de personas adicionales para fines de 2025.

En Colombia, se acordó conectar a más de 600.000 personas en cinco años, y ese objetivo casi se ha duplicado. Ahora están expandiendo su asociación para cubrir a tres millones de personas adicionales para fines de 2025, según la portavoz de Airband.

En Guatemala, también se pretende proporcionar acceso a Internet de alta velocidad para fines de 2025 a tres millones de personas.

Airband también anunció asociaciones con varias organizaciones para ofrecer estos servicios en

países de África, como Costa de Marfil, Kenia, Nigeria, Tanzania y Uganda.

Robinson resaltó que en la actualidad muchas naciones africanas están experimentando un crecimiento económico significativo, pero brindar conectividad en un continente con extensas áreas rurales representa un desafío. En promedio, África tiene una tasa de uso de Internet del 40%.

Latam: Países de la región donde Starlink encenderá su servicio en 2023.

Con el objetivo de llevar conectividad a las zonas con menos cobertura, Starlink, la empresa de Internet satelital de SpaceX, continúa avanzando en su pisada en la región y ya programó los próximos lanzamientos. De acuerdo con la compañía, para el primer trimestre del año ya habrá servicios en Ecuador, Perú, en el centro de Colombia y Panamá. Luego, en los siguientes meses se sumarán Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Paraguay y Uruguay.

El servicio de banda ancha satelital propiedad de Elon Musk ya está disponible en Brasil, Chile, México, República Dominicana, Puerto Rico y Jamaica. También en parte de Colombia, ya que sus satélites iluminan la zona de Cartagena.

La red de SpaceX consta de 3 mil satélites diseñados para ofrecer Internet de alta velocidad y baja latencia en las zonas más remotas del planeta. Hasta ahora cuenta con un millón de suscriptores activos en el mundo, incluyendo consumidores como clientes empresariales.

La constelación de SpaceX sigue creciendo, el 19 de enero un cohete SpaceX Falcon 9 llevó más de cuatro docenas de satélites Starlink a la órbita terrestre baja en un lanzamiento desde la costa de California. Prácticamente en todos los países donde está próximo a lanzar servicio, Starlink logró las autorizaciones pertinentes. Además, los gobiernos anticipan con orgullo la llegada de la firma estadounidense, como una especie de salvación al problema de la conectividad rural.

En Colombia, el año pasado el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones otorgó el permiso de funcionamiento a Starlink. Por lo que, ya pasada las aprobaciones regulatorias, estaría listo para lanzar su servicio.

En Panamá, la Autoridad de Innovación Gubernamental (AIG) anticipó en diciembre último que Starlink operará "próximamente".

Por su parte, en Ecuador, a fines del año pasado, la ministra de Telecomunicaciones, Vianna Maino, aseguró que el sistema Starlink "llegará a Ecuador en pocas semanas".

Por otro lado, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de Perú otorgó a la empresa en mayo de 2022 la concesión única para la prestación de los servicios públicos de telecomunicaciones por el plazo de 20 años.

Mientras que, en Costa Rica, el presidente Rodrigo Chaves dijo en octubre que buscaban un acercamiento con Elon Musk para llevar Internet inalámbrico a las zonas rurales. Hay una zona de Brasil que aún no posee servicio, cercano a la costa de Fortaleza, pero la compañía espera tenerla cubierta para inicios de este año.

En México, el servicio está disponible por mil pesos al mes (aproximadamente 50 dólares), además de un pago único inicial de 8 mil 300 pesos para tener el equipo instalado. Las velocidades promedio son de 130 Mbps, oscilando entre 50 y 200 Mbps dependiendo de su ubicación. Por su parte, en Chile el servicio está operativo en todo el país desde octubre de 2021, siendo uno de los primeros países de la región en lanzarlo.

Starlink había anticipado que daría servicios en Argentina en el cuarto trimestre de 2022 e incluso habilitó a usuarios residenciales reservar su prestación en su página Web por 99 dólares. Esta posibilidad de reserva sigue estando, pero misteriosamente retrasó el lanzamiento para 2024.

La firma había recibido la aprobación para prestar servicios en el país en diciembre de 2020 y se inscribió en marzo del año pasado. Vale recordar que en el país funciona Arsat, la compañía pública de telecomunicaciones, que es la encargada de llevar Internet satelital a zonas remotas, como escuelas o establecimientos públicos.

México: Identifican jaguares con **Inteligencia Artificial** en reserva de Yucatán.

Expertos en conservación anunciaron que el proyecto Tech4Nature México ha identificado al menos cinco jaguares en la reserva natural de Dzilam Bravo, Yucatán.

Gracias al sistema de monitoreo continuo e integrado de Huawei Cloud, el proyecto analiza imágenes y datos de sonido para rastrear a los jaguares y sus presas.

La iniciativa cuenta con la participación de la UICN, la Universidad Politécnica de Yucatán, C Minds, Rainforest Connection, la comunidad local y las autoridades de Yucatán.

El equipo de Huawei ha recopilado más de 30.000 fotografías, 550.000 grabaciones de audio y videoclips de animales salvajes, proporcionando valiosa información sobre la vida silvestre y contribuyendo a la preservación de la biodiversidad de Yucatán.

Los datos se procesan en la plataforma ModelArts AI de Huawei Cloud y en la plataforma Arbimon AI de Rainforest Connection.

La información recopilada ha resultado útil para los esfuerzos de conservación, según confirmó Sayda Rodríguez, secretaria de Desarrollo Sustentable de

Yucatán. El proyecto ha permitido identificar 119 especies, incluyendo jaguares y otras especies amenazadas.

El equipo continúa trabajando en algoritmos para la identificación individual de jaguares, lo que ayudará a determinar la población en la región. El objetivo es establecer una plataforma de monitoreo de la biodiversidad a nivel estatal con Inteligencia Artificial en la nube de Huawei.

La existencia del jaguar en la región de Yucatán está amenazada por la caza ilegal, la deforestación y el cambio climático, y proteger a esta especie es crucial para preservar el ecosistema.

En México, se estima que viven entre 4.000 y 5.000 jaguares en libertad, y la península de Yucatán es una de las principales regiones para su conservación.

El crecimiento de la población de jaguares en México, de 4.025 en 2010 a 4.766 en 2018, es una señal alentadora.

Esto destaca la importancia de proteger al jaguar y su impacto positivo en las comunidades locales, en opinión de Juan Castillo, líder comunitario en la Reserva Dzilam de Bravo.



México: Zoho planea instalar centro de datos.

La compañía india de software Zoho Corporation **previsto** instalar un datacenter en México **el primero** de la empresa en la región— dentro de los próximos dos años.

"Queremos tener un centro de datos que se encuentre en Latinoamérica, justamente para fortalecer la parte de seguridad", dijo a BNAmericas Jorge Armando Viveros, responsable de éxito del cliente para el mercado medio, en un evento realizado por la firma en Buenos Aires.

Zoho tiene dos centros de datos en EE.UU. que se reflejan entre sí para ofrecer servicios ininterrumpidos. Este modelo también está previsto para la unidad de México.

En palabras de Raul Mendiola, representante de desarrollo de clientes de la empresa: "Estamos con un roadmap en el cual primero es nuestras oficinas corporativas, para poder tener nuestras propias instalaciones y a partir de allí se estaría realizando el análisis de situación geográfica para ver donde podría ser el mejor lugar. Por eso es un proyecto a dos años".

Zoho tiene oficinas en el datacenter de Querétaro y abrió sucursales en Brasil y Colombia. "Nuestro siguiente paso es la apertura de oficinas en Chile", anunció Tamara Arruñada, responsable de eventos de Latinoamérica. La compañía también tiene previsto inaugurar una oficina en Argentina.

En Brasil, su filial Manage Engine está evaluando la

instalación de un centro de datos en el país. La compañía considera construir una instalación por sí misma, junto a sus oficinas de Santa Catarina o São Paulo, o asociarse con una firma local.

"Queremos traer nuestro propio centro de datos a Brasil por la rentabilidad. Porque usar un datacenter de otro lugar es demasiado caro. Es costoso contratar Azure, AWS y ejecutar la infraestructura", manifestó el director regional de ManageEngine, Subin George.

También impulsa esta inversión la legislación brasileña de protección de datos LGPD, que exige que ciertos tipos de datos permanezcan en el país.

"En Zoho respetamos todo el tema de leyes de protección de datos. Entendemos que, si algún país de Latinoamérica exige datos locales, pues estaremos optando también por respetar estas leyes [y desplegar datacenters]", aseveró Ar

ruñada.

Zoho dice haber tenido un gran crecimiento en la región en los últimos 4 años, con la adición de 10 millones de usuarios finales de forma anual. El plan es mantener el ritmo durante 2023. Entre los productos más demandados se encuentra ZohoCRM. "Este fue prácticamente el primer producto que generó Zoho y no ha parado de crecer. Es también la aplicación más enriquecida en cuanto a automatizaciones", indicó Viveros.



Perú: Escenarios para el despliegue y la subasta 5G.

A tres años de que los planes para la licitación 5G en Perú se estancaran, ahora el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) plantea dos propuestas para retomar el reordenamiento y la subasta de la banda de 3.5 GHz en el corto plazo.

La dependencia publicó para consulta pública un documento que contempla dos posibles escenarios para la asignación de este espectro radioeléctrico. El primero consiste en dos etapas: la primera comprende el reordenamiento de la banda de frecuencias, y la segunda el concurso público.

En un primer momento todas las empresas que actualmente cuentan con frecuencias en dicha banda Telefónica, Entel, América Móvil y Americatel se someterían al proceso de ordenamiento y quedarían con 50 MHz cada una.

También tendrían que asumir compromisos de inversión en la cobertura y provisión de servicios de telecomunicaciones. Y si una compañía no quiere participar en el reordenamiento, igual tendrá que acatar los resultados del procedimiento.

Después se llevaría a cabo la licitación 5G por 200 MHz de frecuencias libres en la banda de 3.5 GHz. El MTC plantea poner a disposición 20 bloques de 10 MHz cada uno.

Cada asignatario tendría acceso a bloques contiguos, y se buscaría que el pago por el espectro se

salde en buena medida a través de obligaciones de cobertura.

Con este escenario, el gobierno proyecta que los actuales concesionarios en esta banda tendrán espectro suficiente para impulsar el despliegue comercial de la tecnología 5G y también existe la posibilidad de que otro operador cuente con una asignación de este espectro.

El segundo escenario que propone el Ministerio contempla realizar en primer lugar el concurso público por 200 MHz en los rangos de 3,300 a 3,400 MHz y de 3,600 a 3,700 MHz. También se otorgarían bloques contiguos de frecuencias, y se adoptaría una visión de pago del espectro por medio de la conectividad.

El reordenamiento de las asignaciones existentes vendría después. Se prevé que, en este caso, los operadores queden con un total de 80 MHz cada uno y también se sujetarían a obligaciones de inversión. Los resultados esperados para este camino serían casi los mismos que en el primero, pero en este el MTC advierte mayores riesgos.

La dependencia señaló que existe el riesgo de que un operador no participe en el proceso de reordenamiento, "en primer lugar, porque ya contaría con cierta cantidad de espectro radioeléctrico contiguo, por lo que la banda quedaría reordenada parcialmente".

Para evaluar cuál es el mejor escenario para disponer del espectro para el despliegue de las redes 5G en el país, el Ministerio está realizando una consulta pública con todas las partes interesadas, incluyendo a las empresas de telecomunicaciones que tienen licencias en la banda de 3.5 GHz.



mejora tu
experiencia

in

¿Sabes qué está pasando en tu centro de llamadas?

Te ofrecemos una solución integral para analizar y mejorar tu centro de llamadas, a comprender todos los procesos, las tecnologías y los recursos que intervienen en tu servicio al cliente.



mejoratuexperiencia.com



2ª convocatoria de solicitudes para el programa Investing in Innovation Africa (i3).

Investing in Innovation Africa (i3), una iniciativa panafricana para nuevas empresas que trabajan para desarrollar cadenas de suministro de atención médica, está solicitando innovadores africanos para la segunda cohorte del programa. Las postulaciones están abiertas hasta el 26 de junio de 2023 y las start-ups seleccionadas se anunciarán el 14 de septiembre.

Financiado por la Fundación Bill y Melinda Gates y patrocinado por AmerisourceBergen, Merck Sharpe & Dohme (MSD), Microsoft y Chemonics, i3 apoya el desarrollo de 60 empresas emergentes y en etapa de crecimiento prometedoras.

El programa conecta a estas jóvenes empresas emergentes africanas con una red de socios financiadores, industriales y gubernamentales para impulsar su impacto y crecimiento. Los innovadores seleccionados se presentan a clientes potenciales y se benefician de un apoyo específico para acceder a oportunidades de mercado. También reciben una subvención sistemática de \$50,000. i3 otorga especial importancia a las empresas emergentes lideradas por mujeres, así como a las empresas emergentes que operan en las regiones francófonas del continente.

La primera cohorte, seleccionada en septiembre de 2022, incluía 31 empresas emergentes que, a través de sus innovaciones, han mejorado el acceso a productos sanitarios en más de 24.000 hospitales, clínicas y farmacias en 26 países africanos, llegando a más de 2,4 millones de personas.

Cerca de 20 innovadores pudieron concluir asociaciones, lanzar proyectos piloto y expandirse a nivel nacional, regional o continental, fortaleciendo así a esta nueva generación de actores de HealthTech que están ayudando a construir la soberanía africana en salud.

Sobrus, DeepEcho y Medevice, tres empresas emergentes marroquíes de la primera cohorte, se

Investing in Innovation AFRICA

destacaron al centrarse respectivamente en soluciones en la nube, dispositivos conectados e inteligencia artificial para agilizar las relaciones entre las partes interesadas clave en el sector de la salud y ampliar el acceso a diagnósticos y medicamentos.

Estas nuevas empresas pudieron beneficiarse de una mayor visibilidad de sus actividades e identificar oportunidades de expansión regional a través del programa i3 y el apoyo operativo del acelerador de innovación africano, IMPACT Lab. También se beneficiaron de un módulo acelerado de preparación para la recaudación de fondos, a través de talleres, intervenciones de expertos y contactos específicos en el marco de importantes eventos panafricanos.

La crisis sanitaria ha puesto completamente patas arriba al mundo, y con ella, el ritmo de digitalización en los países, y Marruecos es uno de ellos. Las cifras de la Agencia Nacional de Regulación de las Telecomunicaciones (ANRT) así lo demuestran, el mercado de Internet se ha disparado más de un 18% para la red fija y casi un 10% para la red móvil. El uso de las nuevas tecnologías (NTIC) está más confirmado en el país. Además, la infraestructura tecnológica (TIC) disponible ha permitido que el Reino la aproveche en mayor medida.

¿Qué pasa con la inversión relacionada con la tecnología en Marruecos?

Las inversiones digitales en Marruecos son una realidad contrastada. El Reino se lo debe a su dinamismo y sus habilidades en el campo de las tecnologías de la información. Además de las inversiones nacionales en el campo, el país es un destino preferente para la inversión extranjera. A través de socios de renombre, el Reino está creando centros de capacidad digital y centros de innovación para nuevas empresas tecnológicas, lo que está creando oportunidades de empleo para los jóvenes del país y colocándolo en el mapa para sus inversiones en tecnologías.

África: el 28% de los bancos gastan más de 3 millones de dólares al año en transformación digital.

Solo el 28% de los bancos africanos gasta más de 3 millones de dólares (M\$) al año en transformación digital e innovación, y una cuarta parte de ellos gasta menos de 300.000 dólares anuales, según un informe publicado por la revista "African Banker" y la plataforma de tecnología financiera "Backbase".

Este hallazgo se explica por el hecho de que "la gran mayoría de los bancos africanos considera que la transformación digital es importante para sus estrategias de crecimiento, pero solo la mitad de ellos lo considera el factor más importante, lo que significa que 'una gran proporción de ellos no construyen sus operaciones en torno a sus plataformas digitales', se desprende de este informe sobre la transformación digital de los bancos en África para el año 2023.

Por lo tanto, el ritmo de la transformación digital continúa de manera "estable" y no "acelerada", a pesar del impulso que le ha dado la pandemia de Covid-19, observa la misma fuente, y señala que esta transformación sigue siendo impulsada por una combinación de factores, incluida la demanda de los clientes, el miedo a ser superado por los competidores y el deseo de aumentar los márgenes de beneficio y aumentar la cuota de mercado.

Sin embargo, el estudio señala que el 40% de los encuestados considera que las fintech, los bancos "Challenger" y las empresas de telecomunicaciones ingresan al mercado como "altas amenazas", y señala que no sorprende que las empresas de telecomunicaciones brinden servicios financieros, ya que la banca digital depende de acceso móvil.

El mismo estudio también señala que la mayoría de los bancos ven su estrategia como una estrategia de "envolver y digitalizar", que implica reemplazar gradualmente la infraestructura

existente con tecnología digital, y solo una quinta parte de ellos se ven a sí mismos como "nativos digitales".

Además, la proporción de bancos en los que el director ejecutivo (CEO), presidente, director ejecutivo, vicepresidente u otro director determina la estrategia digital y el nivel de gasto aumentó del 15 % al 35 % en el transcurso del año. del año pasado, dijo el informe, y señaló que los bancos evaluados en mayor profundidad dijeron que obtener la aceptación de la junta era vital para ellos para garantizar su transformación digital.

Esta tercera edición del informe se basa en una encuesta exhaustiva realizada en un número récord de 153 bancos en el continente africano.

El Informe de Banca Digital de África es producido anualmente por la revista African Banker y el desarrollador de tecnología bancaria Backbase. Analiza los últimos desarrollos en la transformación de la banca digital en África, siguiendo el ritmo del cambio, las prioridades de los bancos y los medios que utilizan para crear aplicaciones móviles y servicios bancarios digitalizados.

Se trata también de consolidar la construcción de un banco relacional y ciudadano de referencia, innovador, ágil, competitivo y aprovechando la transformación digital, el Big Data así como las sinergias entre todos los componentes del Grupo.

La tercera ambición se refiere a la búsqueda de la alineación con los mejores estándares internacionales en términos de eficiencia operativa, gestión de riesgos y cumplimiento, asegurando así un crecimiento saludable y sostenible.

BIM Africa Summit 2023 presenta la construcción digital en Marruecos.

El BIM (Building Information Modeling) Africa Summit 2023, la primera gran cumbre de construcción digital en África, ha arrojado luz sobre el avance digital de la industria de la construcción y su efecto en la sostenibilidad, ya que el continente ha sido un "centro de innovación". en los últimos años con sus nuevos métodos de construcción.

La cumbre, que se llevó a cabo en el Centro de Conferencias Mohammed VI de Marrakech, tiene como objetivo mostrar cómo las nuevas tecnologías como el Internet de las cosas, el análisis de datos y los sistemas en la nube pueden brindar a los proyectos de construcción nuevos conocimientos sobre las mejores prácticas y adaptarlas a las necesidades de África.

También exhibió nuevas tecnologías e infraestructuras a empresas y entidades africanas para dinamizar el sector de las infraestructuras, y sirvió como ocasión para el networking y el intercambio de información entre diferentes actores.

"El evento fue una invitación abierta a todos los actores de la construcción en Marruecos para que vinieran e intercambiaran información con nosotros", dijo el director ejecutivo del Grupo Marroquí Continuum BIM, Ahmed Ayoub Rqaoui, a Morocco World News (MWN).

BIM, que significa Building Information Modeling, es un proceso de construcción relativamente nuevo que utiliza tecnologías digitales para el diseño y desarrollo de proyectos de construcción e

infraestructura de cualquier tipo, ya sean edificios, carreteras, puentes o vías férreas.

El proceso implica el uso de modelos 3D para crear una copia virtual del modelo físico que se puede usar para administrar y operar edificios más adelante.

Esto permitió a los arquitectos trabajar en los planes de construcción de manera tecnológica y utilizar la inteligencia artificial dedicada a los edificios, lo que les permitirá tomar las medidas necesarias para evitar posibles fallas relacionadas con los edificios. Es la razón por la que la digitalización es muy importante en este campo, según Othmane Olfí, director general de LMI-64 para aluminio.

La Universidad Politécnica Mohammed VI de Marruecos (UM6P) y el Departamento de Infraestructura para la región de Medio Oriente y África del Norte (MENA) del Grupo del Banco Mundial anunciaron una colaboración a principios de esta semana para ampliar su conocimiento y colaboración en sectores de infraestructura como energía, transporte, y desarrollo digital.

Las dos instituciones firmaron un Memorando de Entendimiento (MoU) como parte de la iniciativa "Road to Marrakech", que sirve como preparación para las Reuniones Anuales del Grupo del Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional (FMI), que tendrán lugar en Marruecos en octubre.



**BIM AFRICA
SUMMIT 2023**



El ecosistema de startups de Marruecos juega un papel clave en la aceleración de la digitalización industrial.

El ecosistema de startups de Marruecos ha estado creciendo constantemente en los últimos años, con un enfoque particular en la tecnología y la innovación. Si bien aún es relativamente pequeño en comparación con otros países, el ecosistema ha logrado avances significativos en la promoción de la digitalización y el Mantenimiento 4.0. Este último hace referencia al uso de tecnologías Industria 4.0 para optimizar los procesos de mantenimiento.

Varios expertos de Marruecos y del extranjero destacaron el papel central que juega el ecosistema de startups marroquí en la aceleración de la digitalización industrial y el Mantenimiento 4.0 en el país. Si bien reconocen que aún queda mucho trabajo por hacer, esperan que el crecimiento y desarrollo continuos del ecosistema conduzcan a una mayor innovación y progreso en estas áreas.

Los profesionales de la industria hicieron las declaraciones en la primera edición de la Cumbre Mundial de Mantenimiento 4.0, que tuvo lugar en la Universidad Politécnica Mohammed VI de Marruecos en Benguerir en mayo. Organizado por Cluster Maintenance 4.0, el evento incluyó discursos de apertura y talleres interactivos sobre un amplia gama de temas, incluidos blockchain, inteligencia artificial e Internet de las cosas (IoT).

Lyazid Zouine, gerente de marketing de OCP Maintenance Solutions y miembro del comité organizador de la cumbre, dijo: "Los marroquíes están acelerando lentamente el ritmo y comenzando a ser conocidos internacionalmente tanto en el continente africano como en otros continentes".

Explicó, "las nuevas empresas en Marruecos realmente están comenzando a tomar impulso y ofrecen excelentes servicios [y] excelentes productos que realmente están revolucionando las cosas".

Además, Zouine expresó su orgullo por presenciar el notable trabajo de las nuevas empresas y emprendedores marroquíes, que les ha permitido competir con jugadores internacionales con muchos más recursos y acceso a conocimiento e infraestructura.

Espera que las nuevas empresas y los emprendedores marroquíes conquisten la escena internacional en los próximos 10 años y dice: "Podremos ser uno de los actores clave en la industria y la digitalización".

Luego, Zouine habló sobre el compromiso del Grupo OCP de apoyar a los jóvenes emprendedores a través de oportunidades de tutoría, capacitación y financiación. Subrayó que el gigante de los fosfatos ofrece "todo el apoyo necesario" que necesitan las nuevas empresas, incluido el apoyo financiero, el acceso a la infraestructura, así como su experiencia de 100 años en minería, "pero con un toque digital".



FemForward: un programa que reúne a mujeres marroquíes e israelíes para feminizar los trabajos tecnológicos.

El muy esperado programa FemForward se lanzó recientemente en Casablanca. Esta iniciativa reúne a 12 mujeres de Marruecos y 11 de Israel, dispuestas a romper las barreras de género en el campo de las nuevas tecnologías.

Imagina 23 mujeres talentosas, decididas y ambiciosas, provenientes de diferentes culturas, pero que comparten la misma pasión por la tecnología. Esto es precisamente lo que ofrece el programa israelí FemForward: un espacio donde las mujeres marroquíes e israelíes se reúnen para apoyarse, aprender y crecer juntas.

Dirigido por Fleur Hassan-Nahoum, vicealcaldesa de Jerusalén, y Rachel Rosenzweig, el programa FemForward se creó hace tres años en Jerusalén para brindar a las mujeres que trabajan en el campo de la tecnología las herramientas y el apoyo que necesitan para ascender a puestos de responsabilidad.

Un modelo de tutoría intercultural.

En el corazón de esta iniciativa, lanzada en Marruecos, se encuentra su modelo de tutoría intercultural, donde cada participante se empareja con un mentor de otro país, ambos evolucionando en el mismo campo de la tecnología. Este enfoque único fomenta conexiones profundas y fomenta una perspectiva global entre los participantes, lo que realmente encarna el espíritu de los Acuerdos de Abraham, como lo expresa Fleur Hassan-Nahoum, vicealcaldesa de Jerusalén.

Felicity Aziz, Especialista en Compromiso Público de la Embajada de los Estados Unidos en Jerusalén, expresa su satisfacción por poder financiar una vez más este programa que promueve la diversidad, la inclusión y el

fortalecimiento de la cooperación regional. Para ella, romper estereotipos es una prioridad, y FemForward encarna a la perfección las posibilidades de colaboración entre mujeres desde su primer encuentro.

Ruth Moatti, ex Delegada de la Juventud de Israel ante las Naciones Unidas y Directora del Programa, está convencida de la importancia de reunir a mujeres jóvenes de todo el mundo, especialmente de la región de Medio Oriente, para crear nuevas relaciones y amistades, basada en el emprendimiento y los negocios. Ella espera que los participantes en el programa FemForward creen asociaciones, incluso negocios juntos, cumpliendo así el propósito mismo del programa.

Promover el empoderamiento de la mujer.

Por lo tanto, el lanzamiento de FemForward marca un paso importante en la promoción del empoderamiento de las mujeres en Marruecos en el sector tecnológico. Fomentando su desarrollo profesional y fortaleciendo su red, el programa pretende superar los obstáculos a los que suelen enfrentarse las mujeres en el campo de la tecnología, muchas veces dominado por hombres y promover su ascenso a puestos de responsabilidad.

A través de esta iniciativa, los organizadores y socios del programa FemForward, incluido el UAE-Israel Business Council, muestran su compromiso con la igualdad de género, la diversidad y la inclusión en el sector tecnológico. También esperan que esta iniciativa sirva como modelo e inspire otros programas similares en la región de Medio Oriente y África del Norte, alentando a más mujeres a seguir carreras en tecnología y contribuir al crecimiento y la innovación en la industria.

Huawei fomenta la adopción de inteligencia artificial en las instituciones financieras marroquíes.

El gigante tecnológico global Huawei ha subrayado la importancia de adoptar la Inteligencia Artificial (IA) en los bancos e instituciones financieras marroquíes, destacando el potencial de la nueva tecnología para revolucionar el sector financiero y mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

El CTO regional para la industria de servicios financieros de Huawei en el norte de África, El Mehd El Jair, dijo que "la IA es una tecnología fundamental que las instituciones financieras marroquíes deben adoptar".

El Jair hizo las declaraciones al margen de la segunda edición de la Cumbre de Finanzas Inteligentes de Huawei (HIFS), que tuvo lugar en

Casablanca. El evento convocó a "actores importantes" de la industria financiera de Marruecos para compartir las últimas tendencias en el sector, con un enfoque en el uso y adopción de nuevas tecnologías, dijo El Jair.

El mensaje central del evento es "presionar a las instituciones financieras para que avancen hacia el Banco 4.0", enfatizó El Jair. Explicó que Bank 4.0 "suelta ecosistemas y utiliza tecnologías emergentes como blockchain, nube híbrida, inteligencia artificial (IA) y tecnologías móviles para innovar, crear nuevos servicios financieros y distribuirlos a través de ecosistemas".

Al describir la IA como una tecnología emergente, El Jair destacó su potencial para transformar industrias y crear avances y beneficios en muchos sectores. Sin embargo, señaló que también se considera una tecnología "perturbadora", particularmente con los desarrollos recientes de ChatGPT, un chatbot impulsado por IA.

"Todos vimos cómo ChatGPT alteró nuestro mundo y cómo alteró nuestra forma de vida", dijo, y enfatizó que la IA tiene el poder de alterar la industria financiera de muchas maneras.

Por ejemplo, la IA podría afectar "cómo innovamos y creamos nuevos servicios y productos financieros", así como la forma en que funcionan los bancos, dijo El Jair. En este sentido, destacó las diversas soluciones de IA que ofrece Huawei, diseñadas específicamente para instituciones financieras.

Dio el ejemplo de las "infraestructuras robóticas e inteligentes", una herramienta impulsada por IA que utiliza Huawei en la industria bancaria. La herramienta aprovecha tecnologías avanzadas como el aprendizaje automático para abordar desafíos específicos que las instituciones podrían enfrentar.

Además, El Jair subrayó el papel de la IA en la mejora del servicio y la experiencia del cliente, como brindar recomendaciones personalizadas y aumentar la satisfacción del cliente.

Inteligencia artificial: Einstein GPT disponible a partir de junio para clientes de Salesforce.

Salesforce, un actor global en soluciones de administración de relaciones con los clientes (CRM), lanza Einstein GPT.

Es una solución de inteligencia artificial de última generación que permitirá a las empresas comprender e interactuar mejor con sus clientes. Estará disponible para los clientes de Salesforce a partir del 1 de junio de 2023.

"Einstein GPT se basa en la tecnología GPT-3 de OpenAI, uno de los modelos de lenguaje más avanzados del mundo y adecuado para cada interacción con equipos de ventas, servicio al cliente, marketing, comercio electrónico. y TI a gran escala", dice Salesforce sobre este tema.

A través de esta solución, la empresa de vestuario presente en Marruecos desde 2010 confía en la IA generativa para transformar la experiencia de cada cliente proporcionando contenido relevante y confiable.

Esta solución permitirá a las empresas automatizar las interacciones con los clientes a escala, brindando respuestas instantáneas y precisas a las

preguntas más comunes, además de ofrecer recomendaciones personalizadas basadas en el historial de compras y el comportamiento de los clientes.

Entre las posibilidades que ofrece Einstein GPT, los equipos de ventas pueden generar automáticamente correos electrónicos personalizados para enviar a sus clientes.

Asimismo, los agentes de atención al cliente pueden crear respuestas específicas para responder más rápidamente a las preguntas de los clientes.

En cuanto a los especialistas en marketing, pueden diseñar contenido específico para aumentar las tasas de respuesta de la campaña.

Los desarrolladores, por otro lado, pueden generar código automáticamente, en función de las solicitudes comerciales, en lenguaje natural.



salesforce



La **Inteligencia Artificial** y la **Analítica** aceleran la transformación digital del sector económico en **Marruecos**.

SAS, el líder mundial en análisis, organizó un día exclusivo para jugadores clave, expertos y tomadores de decisiones de empresas marroquíes. El evento, celebrado en el hotel Sofitel Tour Blanche de Casablanca, se centró en cómo la tecnología, la analítica y la IA pueden apoyar al sector económico de Marruecos y por qué desempeñan un papel vital a la hora de definir su futuro.

Las turbulencias en los mercados económicos, los temores de recesión, las tensiones geopolíticas globales, el aumento de las amenazas cibernéticas y la escalada de la crisis climática requieren la acción inmediata de organizaciones de todo tipo para mantener su trayectoria positiva actual.

En este entorno impredecible, los expertos de SAS hablaron e ilustraron cómo el análisis y la inteligencia artificial pueden convertirse en los aliados más valiosos de la industria. Describieron las estrategias necesarias para el éxito y compartieron información valiosa sobre el viaje de transformación digital de las principales instituciones financieras que han sido pioneras en la adopción de la IA.

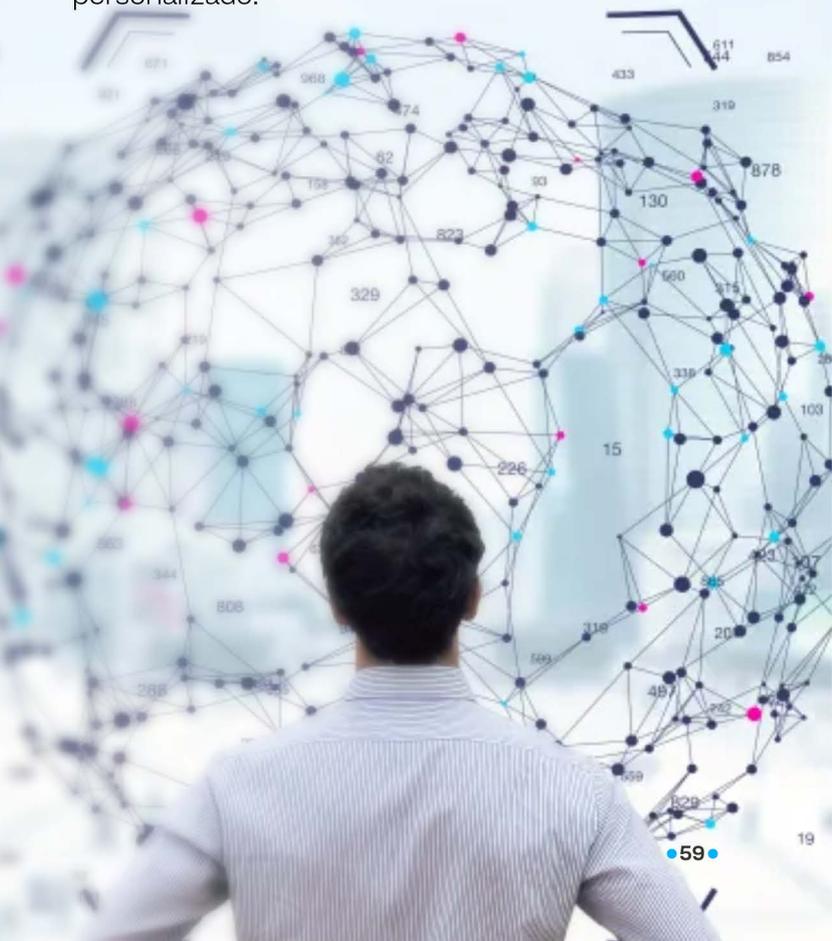
Zafir Junaid, Director Regional de Mercados Emergentes de Medio Oriente y África en SAS, dijo: "Con la rápida aceleración de la digitalización, el aumento de las amenazas cibernéticas, la fragmentación económica y las desigualdades económicas y sociales generalizadas, el sector económico se enfrenta a un momento decisivo. Las decisiones que sus líderes tomen hoy redefinirán la industria en su conjunto".

Y para añadir "Al adoptar la tecnología y la innovación, los operadores económicos pueden allanar el camino para una evolución adecuada para este sector. Con los avances de SAS en análisis de datos, nube, inteligencia artificial y toma de decisiones inteligente, podemos ayudar a la industria de servicios económicos a prosperar en este panorama cambiante".

A través de la organización de esta mesa redonda, cuyo debate fue ameno y las sesiones de presentación y debate enriquecedoras, SAS destacó el potencial de la IA y la analítica para afrontar los retos del sector.

Para satisfacer una amplia gama de demandas comerciales estratégicas y garantizar el éxito frente a la disrupción, los actores económicos deben adoptar tecnología de punta, incluidos análisis, IA y la nube. En el área de gestión de riesgos, se necesita una toma de decisiones rápida y basada en datos para responder a la volatilidad del mercado.

Además, las técnicas integradas de inteligencia artificial y aprendizaje automático pueden ayudar al sector económico marroquí a identificar transacciones fraudulentas en tiempo real, lo que les permite anticiparse a los cambios en los patrones de fraude. Del mismo modo, pueden aplicar IA a la transmisión de datos de clientes para automatizar las decisiones de experiencia del cliente a escala y permitir un servicio al cliente personalizado.



La Nube y la inteligencia artificial, las tendencias 2023 de la transformación digital.

La Nube y la inteligencia artificial están, hoy, en el centro de la dinámica de aceleración de la digitalización de empresas y organizaciones. Más allá del aspecto tecnológico, estas herramientas deben entenderse como parte de una estrategia de transformación digital completa, con objetivos claros e indicadores de desempeño. Un reto que no se puede afrontar sin desarrollar el talento y trabajar en un ecosistema.

La segunda edición del Foro de Transformación Digital , organizada recientemente en Casablanca, se centró en la tecnología Cloud y su papel en la aceleración de la digitalización de las empresas de los sectores público y privado. Para esta edición, los organizadores han optado por hacer un acercamiento a las múltiples aportaciones de la Nube como el tratamiento de datos informáticos mediante inteligencia artificial, la optimización de costes y recursos, etc.

"Lo digital se ha convertido hoy en día como el aire que respiramos, ya no podemos hacer nada sin esta herramienta. Durante nuestro trabajo sobre el Nuevo Modelo de Desarrollo , notamos que lo digital representa solo el 1% del PIB nacional.

La ambición es aumentarla al 5% para 2035 y esperamos más, porque es una gran oportunidad para nuestro país y nuestro continente que debe ser llevada por nuestra juventud", declaró la ministra de Educación Superior, Investigación Científica e Innovación, Abdellatif Miraoui, en la apertura de esta reunión.

Para ello, el funcionario ministerial afirmó que su departamento trabaja para aumentar el número de egresados de los establecimientos de educación superior de 8.000 a 25.000 en 2026 y a 50.000 en 2030.

Codificación para todos los sectores.

Además, Abdellatif Miraoui recordó que el Plan Nacional para Acelerar la Transformación del Ecosistema de Educación Superior, Investigación Científica e Innovación (ESRI-2030 PACTE) prevé el establecimiento de nuevas formaciones en programación accesibles a estudiantes de todos los sectores. Y señalar que la nueva reforma promete una universidad de futuro con una docencia flexible y personalizada, así como una investigación orientada hacia las nuevas tecnologías."Hemos desarrollado iniciativas de hibridación formativa que allanarán el camino de la tecnología digital a todos nuestros jóvenes, incluso a aquellos que no están en el corazón de la profesión.

Orange Marruecos: 100.000 millones de dirhams para apoyar proyectos de digitalización.

Por su parte, el director general de Orange Marruecos, Hendrik Kasteel , reiteró el compromiso del operador de telecomunicaciones de apoyar los diversos proyectos de transformación digital lanzados en el Reino a través de herramientas y experiencia, pero también a través de iniciativas para la formación de talentos en este sector.

"Desde la creación de la empresa, hemos invertido más de 100 mil millones de DH en infraestructura y desarrollo de redes para respaldar los diversos proyectos de digitalización lanzados en Marruecos y seguimos invirtiendo allí porque creemos en ello fundamentalmente.

También nos hemos dado la misión de permitir que nuestros clientes aprovechen las oportunidades que ofrecen la Nube, la seguridad, el big data y la inteligencia artificial en una relación de confianza con nuestros recursos expertos movilizados", dijo.

La solución de comercio electrónico de **Chari** atrae una segunda **inversión** de Plug and Play.

Plug and Play, una plataforma de innovación global, ha anunciado su segunda inversión en la startup marroquí de comercio electrónico B2B Chari. La inversión se produce cuando Plug and Play reconoce el inmenso potencial de Chari para revolucionar las operaciones y los procesos de reposición de existencias de los mercados de bienes de consumo de rápido movimiento (FMCG) en los países en desarrollo.

La inversión inicial de Plug and Play en Chari tuvo lugar en 2020 y fue impulsada por una visión compartida de transformar el panorama de FMCG. Con esta inversión posterior, Plug and Play reafirma su confianza en el potencial de Chari para crear soluciones más eficientes y basadas en datos para el sector FMCG.

Plug and Play explicó en un comunicado de prensa que las tiendas tradicionales dependen de mayoristas y agentes distribuidores para reponer existencias, un proceso que suele ser "ineficiente y lento". La plataforma de innovación global señaló que confiar en los métodos tradicionales de reposición de existencias da como resultado una "falta de datos" para que las marcas FMCG evalúen sus campañas y estrategias de marketing para los consumidores finales.

A través de su inversión en Chari, Plug and Play pretende abordar estos desafíos aprovechando el poder del comercio electrónico y la tecnología. Chari sirve como el primer centro de compras de productos FMCG diseñados específicamente para tiendas locales tradicionales.

Al utilizar su aplicación de comercio electrónico, estas tiendas obtienen

acceso a una amplia gama de productos a precios más bajos, con la comodidad adicional de la entrega en 24 horas.

Además, Chari proporciona información valiosa sobre datos a las marcas de bienes de consumo masivo. Estos datos permiten a las marcas evaluar sus campañas de marketing, tomar decisiones informadas y comprender mejor las necesidades y preferencias de sus consumidores finales.

"Invertimos por primera vez en Chari en 2020 porque sabíamos que habían encontrado una oportunidad importante para revolucionar la forma en que operan estas tiendas y reponer sus existencias", explicó Plug and Play en su comunicado de prensa.

La inversión marca un hito importante para Chari, que les permite expandir sus operaciones, mejorar su infraestructura tecnológica y consolidar aún más su posición como actor clave en el espacio de comercio electrónico B2B. Aziz El Hachem, director de Plug and Play para el norte de África, comentó sobre esta colaboración y dijo: "La escena de inicio de Marruecos está creciendo, con más y más empresas que obtienen financiamiento en etapas más avanzadas de crecimiento".

Continuó: "Estamos encantados de ser parte de este ecosistema dinámico, y estamos particularmente entusiasmados con Chari, quien llamó nuestra atención por primera vez como parte de nuestra cohorte inaugural en Marruecos en asociación con la Universidad Politécnica Mohammed VI y Stargate".

A principios de este mes, Chari apareció en la lista de las empresas de más rápido crecimiento en África en un ranking de la revista británica The Financial Times.



Mercado laboral: el Ministerio de Empleo apostará por la IA para facilitar la investigación.

El ministro de Inclusión Económica, Pequeñas Empresas, Empleo y Habilidades, Younes Sekkouri, dijo el miércoles en Rabat que el ministerio está trabajando para crear un observatorio del mercado laboral basado en inteligencia artificial.

Al intervenir en la apertura de una jornada de estudio sobre el sistema de orientación educativa y profesional y asesoramiento universitario organizada por el Consejo Superior de Educación, Formación e Investigaciones Científicas, Sekkouri explicó que este observatorio, que se creará próximamente, contendrá una base de datos de oficios, agregando que en este caso ofrecerá a los demandantes de empleo la posibilidad de enviar su CV.

A partir de los datos disponibles, el demandante de empleo tendrá así acceso a los oficios correspondientes a su currículum ya su ubicación geográfica, precisó.

Se trata de un autoguiado basado en inteligencia artificial y dinámicas laborales.

Según el ministro, este observatorio, fruto de un largo trabajo en colaboración con la Universidad Politécnica Mohammed VI, asistirá a los actores del mercado laboral e informará sobre la oferta y la demanda.

“Vamos hacia un sistema de empleo que reconoce menos los títulos y favorece las competencias profesionales directas relacionadas con los oficios demandados”, concluyó.

Mediante esta jornada de estudios, el Consejo Superior de Educación, Formación e Investigaciones Científicas pretende contribuir al establecimiento de un eficaz sistema de orientación educativa y profesional y de asesoramiento universitario, de conformidad con lo dispuesto en la ley marco 51.17, mediante el diálogo con todos los sectores afectados.

Metaverse podría contribuir con hasta \$ 5 mil millones al PIB de Marruecos para 2035.

Las tecnologías Metaverse tienen el potencial de aumentar el producto interno bruto (PIB) de Marruecos hasta en \$ 5 mil millones, dice un nuevo informe encargado por Meta, anteriormente conocido como Facebook, y producido por Deloitte.

Titulado "El metaverso y su potencial para MENA", el informe examina el potencial económico del metaverso y los factores clave que permiten ofrecer todo el potencial de la tecnología en toda la región.

El informe sugiere que se proyecta que las "aplicaciones de metaverso exitosas" generen valor en áreas económicas importantes como el turismo, los juegos, el comercio minorista y los bienes raíces. Sin embargo, debido a que el metaverso aún se encuentra en sus primeras fases de desarrollo, el estudio agrega que el momento preciso y el alcance de su influencia son "inciertos".

Para la región MENA, el informe encuentra que la contribución al PIB podría ser de \$360 mil millones por año para 2031. Mientras tanto, se prevé que la contribución económica del metaverso al PIB anual de Marruecos alcance entre \$2,6 y \$5 mil millones para 2035.

Se prevé que Arabia Saudita obtenga entre \$38,1 mil millones y \$20,2 mil millones de la tecnología, mientras que se espera que Egipto reciba entre \$22 mil millones y \$11,6 mil millones.

La contribución económica del metaverso al PIB anual de los EAU podría oscilar entre

\$16,7 mil millones y \$8,8 mil millones, mientras que la tecnología podría generar entre \$1,7 mil millones y \$900 millones en Jordania.

El informe señaló que la región MENA se está embarcando en un viaje de transformación económica y digitalización citando varios planes de transformación ambiciosos como el "Horizonte 2025" de Marruecos, un proyecto que busca digitalizar el gobierno marroquí y acelerar el desarrollo de la economía digital de Marruecos.

El informe enfatiza que las tecnologías Metaverse pueden brindar nuevas perspectivas para los países MENA a medida que buscan la digitalización, la inversión interna y el crecimiento de los sectores no relacionados con los hidrocarburos.

La investigación argumenta que el metaverso se puede usar en una variedad de industrias, incluido el turismo, para ayudar a promover los activos naturales y culturales de la región a un público más amplio a través de campañas virtuales y ecoturismo.

En la industria minorista, el metaverso podría ayudar a impulsar el crecimiento a través de compras virtuales para productos tanto digitales como físicos.

El uso del metaverso en la industria minorista ya ha dado resultados; Según los datos del informe, IKEA en Jordania y Marruecos permite a los compradores visualizar artículos mediante la realidad virtual, lo que supuestamente aumenta las ventas en un 20%.

Operadores de telecomunicaciones: el poder de la experiencia del cliente B2B digital.

Impulsados por las exigencias de un entorno pandémico que es necesariamente virtual y remoto, las empresas han reorientado masivamente su atención al cliente hacia los espacios digitales. Ahora es esencial para los operadores de telecomunicaciones dirigir sus recursos y procesos hacia el cliente e integrar su voz en las decisiones estratégicas.

Como actor principal en telecomunicaciones para el mercado B2B, Orange Business Services (OBS) está trabajando hoy para digitalizar la experiencia de sus clientes, con el fin de adaptarse a los nuevos hábitos socioprofesionales de la era poscrisis. Para cumplir con este requisito, se llevó a cabo una investigación de acción en estrecha colaboración entre UIR Rabat Business School y OBS, movilizando una base de datos masiva de clientes en diferentes sectores y desarrollando algoritmos innovadores de aprendizaje profundo. Presentamos los resultados del estudio relacionados con las prácticas para digitalizar la experiencia del cliente B2B.

Mejores prácticas para digitalizar la experiencia del cliente B2B.

Este estudio identificó varios enfoques para digitalizar la experiencia del cliente B2B para OBS. Explicamos las mejores prácticas que tienen un efecto notable en la mejora de la rentabilidad y la calidad del servicio.

- **Business Intelligence:** La digitalización mejora las relaciones con los clientes a través del análisis de datos. Ayuda a los operadores a comprender las variaciones del mercado y crear campañas de marketing dirigidas y servicios personalizados para satisfacer las necesidades de cada segmento. Durante esta investigación, se implementaron tableros de clientes para permitir a las empresas clientes realizar un seguimiento y comprender su propio consumo y mercados, ayudar a los equipos operativos a gestionar la calidad del servicio y actuar para minimizar el tiempo de inactividad. Estos tableros permiten a los clientes monitorear el

desempeño de la red en términos de volúmenes, ubicaciones geográficas y dinámica del centro de llamadas.

- **Controladores de borde de sesión virtual:** los controladores de borde de sesión son elementos de red que controlan el flujo de señalización y voz sobre IP. Sirven como puerta de enlace de seguridad entre la red interna y la Internet pública. Al virtualizar estos controladores, el operador optimiza el uso y el costo de la infraestructura de TI porque varios controladores pueden ejecutarse en una sola máquina física. Esto da como resultado economías de escala, mayor flexibilidad y una mejor escalabilidad de la red.
- **Sondas virtuales:** Las sondas virtuales son software que permiten a las organizaciones monitorear sus redes de forma remota y en tiempo real. Están diseñados para recopilar datos de una variedad de fuentes, incluidos conmutadores, enrutadores, firewalls y servidores. Estas sondas permiten al operador detectar la presencia de altos niveles de tráfico en la red y tiempos de respuesta lentos. Esto optimiza la configuración de la red, lo que resulta en una mejor experiencia para el cliente, costos reducidos de hardware y mantenimiento, y la prevención de tiempos de inactividad costosos en términos de tiempo e ingresos.
- **Robótica (RPA) y automatización inteligente de procesos (IPA):** RPA involucra la automatización de tareas repetitivas utilizando robots de software, mientras que IPA se enfoca en tareas más complejas que involucran la toma de decisiones, el razonamiento y el procesamiento del lenguaje natural. RPA permite al operador automatizar los procesos de facturación, reduciendo los errores que afectan la satisfacción del cliente.

IPA se implementa para automatizar la supervisión y el mantenimiento de la red y optimizar el tiempo de inactividad.

Spring School Data Science: cómo la IA está revolucionando la toma de decisiones.



SPRING SCHOOL DATA SCIENCE

Optimice la comprensión y los usos de la inteligencia artificial (IA), brinde capacitación de alto nivel sobre la toma de decisiones basada en datos. Estos fueron los principales objetivos de la semana de formación "Spring School" de la École Centrale Casablanca en colaboración con Siana, Lydec, Ausim y Enhance (alianza de siete universidades tecnológicas europeas).

La inteligencia artificial vive actualmente un auge mundial, particularmente con avances como el Chat GPT y la IA generativa. Pero la IA también ofrece posibilidades notables para las empresas, como la toma de decisiones basada en datos.(3DM). Este enfoque permite que las decisiones tácticas o estratégicas se basen en hechos, mediciones y datos en lugar del instinto o la experiencia.

"Ya sea en la educación, la industria, la atención médica... hoy en día existe un impulso en torno a la IA y una conciencia de que esta tecnología está en camino de ocupar su lugar completo en la mejora de los procesos y brindar excelencia operativa", explica la Prof. Amal El Fallah Seghrouchni, experta internacional . en inteligencia artificial y sistemas multiagente .

Señala, sin embargo, que uno de los desafíos a cumplir para promover esta dinámica es el relacionado con los recursos humanos y las habilidades en el campo de la IA. Por lo tanto, se vuelve urgente multiplicar iniciativas como la de la "Escuela de primavera". Así, y para ayudar a las empresas a explotar los beneficios de la IA, la Sociedad Marroquí para el Mantenimiento de Trenes de Alta Velocidad (SIANA) y la Ecole Centrale Casablanca organizaron la segunda edición de la "Spring School Data Science".

"Esta escuela fue diseñada por los profesores Fouad Riane , director del departamento de ingeniería industrial, y Mohammed El Rhabi , director del departamento MID@S (Math-Info y D@ta Science) Luciano Borges, el CEO, Abdelhalim Naciri, Director de Performance y Proyectos de SMMRGV (ONCF y SNCF), y Mohamed Sedki , Head of Projects SIANA-SMMRGV (filial ONCF-SNCF), también están involucrados en el proyecto", recuerdan los organizadores.

Repartida en cuatro días, la "Ciencia de datos de la escuela de primavera" ofrece capacitación con el objetivo de familiarizar a los participantes con las herramientas básicas de manipulación de datos e identificar oportunidades para implementar IA en su organización. En esta edición participaron más de 60 expertos internacionales en ciencia de datos y/o soporte de decisiones.

De esta forma, pudieron compartir sus experiencias e impartir talleres y tutorías a profesionales, estudiantes y estudiantes de ingeniería. También es una oportunidad para que las empresas aprendan de reconocidos especialistas en la materia para iniciar o mejorar procesos dentro de sus estructuras.

Transformación digital: The **Cloud Academy** en camino.

Orange Marruecos refuerza sus vínculos con el mundo académico. El operador selló recientemente dos acuerdos de colaboración basados en el apoyo y la capacitación tecnológica. El primero se celebró con el Ministro de Educación Superior, Investigación Científica e Innovación. Se trata de un acuerdo marco relativo a la creación de la "Cloud Academy".

Así, la creación de la "Cloud Academy" se enmarca en la implementación del Plan Nacional para Acelerar la Transformación del Ecosistema de Educación Superior, Investigación Científica e Innovación (Pacte ESRI-2030), particularmente en su apartado relativo a la adecuación de la oferta formativa a las necesidades de los sectores socioeconómicos.

El objetivo es proporcionar a los estudiantes las habilidades necesarias en el campo de las tecnologías innovadoras. Citemos en este sentido el Cloud Computing, el Big Data o incluso la Inteligencia Artificial y la ciberseguridad.

El segundo acuerdo fue sellado entre Huawei Technologies, Orange Marruecos y la Escuela Nacional de Artes y Oficios (ENSAM). Su finalidad es impartir formación en TIC en el marco de la creación de dicha academia. Tendrán acceso a programas de aprendizaje innovadores, talleres prácticos y recursos educativos de última generación.

Estos acuerdos se firmaron al margen del acto inaugural de la segunda edición del Foro de Transformación Digital, colocado bajo el lema "La Nube al servicio de la aceleración de la digitalización de las empresas marroquíes". Hablando al respecto, Abdellatif Miraoui, Ministro de Educación Superior, Investigación Científica e Innovación, enfatizó las oportunidades que se pueden aprovechar de lo digital.

Los avances tecnológicos en el campo digital brindan grandes oportunidades en términos de acelerar la modernización de nuestra economía y mejorar la competitividad de nuestros negocios. Por eso, el Pacto Esri 2030 sitúa la tecnología digital en el centro de sus opciones estratégicas y presta

especial atención a la formación de un conjunto de habilidades en las profesiones digitales, al igual que la promoción de la investigación científica en este campo boyante.

En este sentido, el Ministro compartió las ambiciones de Marruecos de fortalecer el papel de la digitalización de manera transversal. De acuerdo con las recomendaciones emitidas como parte del Nuevo Modelo de Desarrollo, se prevé aumentar la contribución de lo digital al PIB del 1 al 5%. La ambición también es aumentar el número de ganadores digitales de 8.000 a 25.000 para 2026 y a 50.000 para 2030.

Por parte de Orange Marruecos, su director general, Hendrik Kasteel, subrayó que "hoy la transformación digital que vive la sociedad se acentúa aún más por la rapidez de los desarrollos tecnológicos que frustran todas nuestras previsiones y estimaciones. Desarrollos que nos pueden desafiar y que sobre todo traen grandes oportunidades al servicio de nuestros clientes, usuarios y empleados".

Y para continuar: "La creación de la Academia de la Nube en alianza con el Ministerio de Educación Superior, Investigación Científica e Innovación refleja nuestro deseo común de formar una nueva generación de talentos digitales, listos para enfrentar los desafíos tecnológicos de hoy y de mañana".



¿Buscas empleo?

El sector del Contact Center te está esperando.

Ofertas disponibles
en diferentes
áreas.

descuelgo®

in



www.descuelgo.com



21 CUSTOMER EXPERIENCE SUMMIT 2023

10 y 11 de Mayo

Hotel Hilton Cartagena

Se realizó la edición 21ª del CX Summit 2023, liderado por la Asociación Colombia de BPO (BprO). En la actualidad, la globalización y la digitalización han dado lugar a una competencia empresarial extendida, por lo que es fundamental que las empresas ofrezcan una experiencia del cliente diferenciadora para destacar y mantenerse en el mercado. Para lograrlo, las empresas deben centrarse en simplificar y hacer más agradable la experiencia del cliente, eliminando barreras y obstáculos en el proceso.

La simplicidad es una herramienta poderosa que puede marcar la diferencia entre una experiencia positiva y una negativa para los clientes, y precisamente ese fue el objetivo principal del CX Summit: dar esas herramientas a sus asistentes.

La apertura del CX Summit estuvo a cargo de la presidenta del BprO, Ana Karina Quessep, quien destacó la importancia de contar con presencias de ejecutivos de distintos países, como Guatemala, Panamá y Argentina, "porque este es un evento que excede a Colombia en sí, es un punto de conexión y relacionamiento para toda la comunidad de BPOs".

Agregó: "Desde la asociación queremos acompañar el camino y los proyectos de las empresas, de una forma simple y atractiva. Es fundamental trabajar en la toma de decisiones, facilitando una mejor gestión y por ende una experiencia final a los clientes súper positiva".

Dentro de la agenda hubo más de 25 conferencistas nacionales e internacionales,

incluyendo nombres destacados como Adam Toporek, experto reconocido mundialmente en Experiencia de Cliente y líder de opinión en el sector. Este conferencista se ha destacado a nivel internacional por sus publicaciones relacionadas con servicio al cliente y sus asesorías a equipos de experiencia al cliente en temas como psicología del lenguaje y allanar el camino para viajes positivos del cliente.

En su ponencia, el ejecutivo afirmó que la experiencia del cliente no es fácil, pero a la vez lo es todo. Los humanos somos seres emocionales y sensibles. Una mala gestión puede dañar para siempre la relación con esa persona. Es fundamental contar con herramientas y aprovechar las nuevas tecnologías, para estar a la altura de lo que se espera de nosotros.

El panel de expertos, formado por Mauricio Salguero, gerente de Facturación de Cartera y Gestión, de ETB; Carlos Suárez, gerente Experience & Contact Center, de OLX; presentación que mostró los puntos imprescindibles para que las experiencias del cliente sean superlativas.

Al respecto, Suárez indicó que el comportamiento que se va dando minuto a minuto en el sector bancario no se ve reflejado en la gestión, y eso los clientes lo notan. Es necesario trabajar con mejores herramientas, que nos permitan contar con datos actualizados y con una mejor parametrización y automatización'.



Proyector ViewSonic PX748-4K



USB Type-C



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.

Ventajas:

- 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.**



Hours
20,000

4 Hours per Day
More than 13 Years



ParadaVisual®

**TE INFORMA,
TE ENTRETiene,
TE CONECTA Y TE
PONE EN CONTACTO
CON EL MUNDO.**

Te informamos de todo lo que pasa en el mundo del customer experience, el contact center, la tecnología, las reviews y los eventos de interés.

www.paradavisual.com