

"El Futuro en Ruedas"

Pag. 21

HONDA

Motocompact, ¡De Scooter a Maleta en un Instante!

Starlink para móviles se lanzará en 2024.

El nuevo servicio de internet satelital para móviles, Starlink Direct to Cell, se lanzará en 2024 para smartphones LTE.

Pag. 12

Inversión para tecnología latam.

Kaszek Ventures anunció una inversión de 13 millones de dólares en la firma de tecnología financiera Cobre, con sede en Colombia.

Pag. 44

Netflix planea abrir ubicaciones físicas.

Netflix pretende abrir una red de tiendas que ofrezcan entretenimiento en vivo, comidas, merchandising y venta minorista.

Pag. 28

inwi - Podcast dedicado al emprendimiento.

Este innovador podcast destacará las "historias de éxito" de empresas emergentes y emprendedores del programa "inwi innov".

Pag. 58



Contenido.

Pag. **4** Noticias



Adobe MAX

Pag. 6 - Adobe presentó el vestido que cambia de diseño a voluntad del usuario, como parte de su propuesta Project Primrose.



Pag. 9 - Comisión Europea: Cuatro tecnologías críticas a evaluar como un riesgo a la seguridad.



Pag. 13 - España: El costo de ciberataques ha vuelto a ascender por segundo año consecutivo.



Pag. 16 - E.E.U.U Considera que ley para regular IA de la Unión Europea beneficia a grandes tecnológicas.



Pag. 22 - Huawei la líder a nivel mundial por el número de familias de patentes.



Pag. 27 - Microsoft: IA y la energía nuclear como un dúo estratégico.



Pag. 34 - Reino Unido: Aprobación final a la oferta de Microsoft por Activision Blizzard.

Pag. **36** Latam



expo

Pag. 37 - Más de 30 mil ciudadanos conocieron los beneficios de la Inteligencia Artificial.



5G

Pag. 39 - Entel Chile lidera experiencia 5G según OpenSignal.



IDEA **EDEC**

Pag. 45 - México: Abren laboratorio de producción virtual con Inteligencia Artificial.



DR

Pag. 49 - República Dominicana: Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial.

Pag. **52** Marroc



Voice of Africa

Pag. 60 - Las industrias creativas buscan un futuro prometedor en África.



Pag. 66 - Yassine Laghzioui: África necesita empresas emergentes.

Pag. **68** Eventos

LATAM SUMMIT

Pag. **69** Review

in

LLAMADA
ATEN DIDA ...

¿Necesitas que tu centralita virtual funcione de verdad?

Atendemos y gestionamos todas las llamadas de tu centralita virtual sin preocuparte por nada. Nos adaptamos a tu horario, a tu imagen corporativa y a tus preferencias.

910 971 718



llamadaatendida.com

25% de empresas encuestadas en todo el mundo desconocen beneficios de la IA Generativa.

La incorporación de la tecnología de Inteligencia Artificial Generativa en las empresas se encuentra en sus primeras fases de desarrollo, según una encuesta realizada por OutSystems.

Aunque esta tecnología muestra un gran potencial para transformar diversos sectores económicos, muchas organizaciones aún no comprenden completamente cómo aplicarla a sus operaciones y los beneficios que puede aportar.

La encuesta, que abarcó a 64 empresas de todo el mundo que son clientes de OutSystems, reveló los siguientes hallazgos:

- **25% de las empresas encuestadas todavía se sienten desorientadas al intentar identificar un caso de uso apropiado para implementar la IA Generativa.**
- **19% de las organizaciones mencionó la falta de experiencia en IA como un obstáculo.**
- **12% señaló preocupaciones relacionadas con la privacidad de los datos, la seguridad y la gestión.**
- **11% expresó dificultades en cuanto a integraciones. Solo un 7% indicó que están completamente preparados para la implementación de IA Generativa.**

Rodrigo Soares, Gerente de Arquitectura de Soluciones para América Latina de OutSystems, enfatizó que la adopción de la IA Generativa a través de plataformas de desarrollo de bajo código conlleva numerosas ventajas para las empresas.

El enfoque de bajo código simplifica el proceso de desarrollo y permite a las empresas, incluso aquellas sin conocimientos técnicos avanzados, crear y desplegar aplicaciones que aprovechen eficazmente los modelos de IA Generativa.

Esto no solo acelera los plazos de desarrollo sino que también reduce los costos, haciendo que la IA Generativa sea accesible para organizaciones de todos los tamaños. Según un informe de Allied Market Research, el mercado mundial de estas plataformas se valoró en 11,500 millones de dólares en 2021 y se espera que alcance los 125.600 millones de dólares en 2031, con una tasa de crecimiento anual promedio del 27.4% desde 2022 hasta 2031.

Sin embargo, en el caso de la combinación de bajo código y IA, es crucial que las empresas estén conscientes de las limitaciones y los posibles problemas relacionados, como la seguridad y la privacidad de los datos.

Estos aspectos deben ser considerados de manera rigurosa para garantizar el cumplimiento de las regulaciones y la protección de los clientes, ya que pueden afectar la calidad del desarrollo y dar lugar a deudas técnicas y vulnerabilidades más significativas.



61% de las pymes a nivel global utiliza **Inteligencia Artificial**.

Un 61% de las pymes a nivel global ya utiliza la inteligencia artificial o tiene planes de hacerlo en los próximos dos años, según un estudio presentado por Payoneer, una plataforma digital de soluciones financieras.

El informe 'El termómetro global de las pymes', que encuestó a 3.575 empresas de 15 países, se enfoca en analizar las oportunidades y desafíos que enfrentan los emprendedores y empresarios a nivel global.

Entre el 58% y el 65% de las pequeñas y medianas empresas muestran una actitud positiva hacia la digitalización y se comprometen a acelerar su ritmo de innovación en los próximos dos años, agrega el reporte.

Lo anterior tiene como propósito agilizar los procesos, optimizar la asignación de recursos y ofrecer productos y servicios mejorados que satisfagan las cambiantes necesidades de sus clientes.

Además, el estudio realza el reconocimiento por parte de las pymes de la transformación que pueden lograr mediante la adopción de tecnologías emergentes.

Entre estas tecnologías, se destacan la digitalización, la automatización y la IA, junto con otras herramientas avanzadas que mejoran la eficiencia, amplían las capacidades y desbloquean nuevas oportunidades de crecimiento.

Mar Fernández, Vicepresidente Senior de Crecimiento de Payoneer para Latinoamérica, señala que los avances tecnológicos, como las plataformas de comercio electrónico, las herramientas de comunicación digital y los sistemas de pago en línea, han reducido significativamente las barreras al comercio internacional.

Estos avances han permitido un mayor acceso a la demanda global y a un conjunto más amplio de

proveedores y soluciones que podrían no estar fácilmente disponibles a nivel nacional.

En cuanto a la adopción de nuevas tecnologías, el estudio señala que los sectores de bienes y servicios profesionales, como la tecnología de la información y otras empresas, se destacan como líderes en la adopción de tecnologías emergentes.

El 44% de los encuestados en estos grupos afirmaron ser los primeros en adoptar estas tecnologías, y un 32% adicional mencionó que las incorporan con rapidez.

Adobe presenta un vestido interactivo y cambiante.

El vestido fue creado a partir de módulos difusores de luz reflectantes, material que abre un nuevo espacio para los diseñadores. Adobe presentó el vestido que cambia de diseño a voluntad del usuario, como parte de su propuesta Project Primrose.

Tecnología en la cual desarrollan módulos difusores de luz reflectantes para sistemas de visualización flexibles no emisores.

La prenda animada e interactiva modifica su diseño y estilo, explicó la investigadora de la firma, Christine Dierk, en el marco del Adobe MAX 2023: Sneaks.

Con sólo presionar un botón, mostró que el vestido cubierto de estos módulos -como escamas- comenzó a cambiar sus patrones casi continuamente y según sus órdenes.

Dierk mencionó a los espectadores que también se pueden hacer diseños animados, el atuendo incluso puede detectar el movimiento del usuario, para que la combinación se balancee y brille en la dirección en la que se dirige el usuario.

La propuesta es crear ropa adaptable y flexible a base de este nuevo textil, para que los creadores puedan mostrar sus diseños, como si la ropa fuera un lienzo.

La firma describe que Primrose permite a sus usuarios mostrar contenido creado con:

Adobe Firefly,
Adobe After Effects,
Adobe Stock,
Adobe Illustrator.

Tecnología que esperan pueda incursionar en otras industrias como: bolsas de mano, muebles y otras superficies, abriendo posibilidades infinitas para los creadores.

Adobe MAX





Chatbots integrados con ChatGPT.

ChatGPT, desarrollado por la empresa OpenAI, es un modelo de lenguaje de última generación que tiene la capacidad de generar texto similar al humano. Al integrar ChatGPT con los chatbots empresariales, las empresas pueden ofrecer a los clientes una experiencia más natural y personalizada. Esta potente combinación permite mejorar el compromiso con el cliente, la eficiencia y, en última instancia, la satisfacción del cliente.

Entre las ventajas de esta confluencia está que mejora la experiencia del usuario al proporcionar respuestas instantáneas y precisas a las consultas de los clientes. ChatGPT, impulsado por el modelo de lenguaje avanzado de OpenAI, puede entender y generar respuestas similares a las humanas, haciendo que la conversación con el chatbot sea más natural y atractiva.

Además, la integración de ChatGPT con un chatbot permite a las empresas automatizar la atención al cliente, ahorrando tiempo y recursos. El bot puede gestionar un gran volumen de consultas simultáneamente, garantizando una asistencia rápida y eficaz a los clientes.

Hasta puede aprender de interacciones anteriores y mejorar sus respuestas con el tiempo, lo que se traducirá en una experiencia más personalizada y

adaptada a los usuarios. En general, la integración de Chatbot con ChatGPT puede mejorar significativamente la satisfacción del cliente y agilizar los procesos de atención al cliente.

Pueden utilizarse para la atención al cliente, proporcionando respuestas instantáneas a las consultas de los clientes y resolviendo problemas comunes. Pero además, los chatbots pueden ayudar en la generación de clientes potenciales y en las ventas, interactuando con ellos, respondiendo a sus preguntas y guiándoles en el proceso de venta.

Esto puede ayudar a las empresas a captar más clientes potenciales y convertirlos en clientes.

Los chatbots tienen el potencial de facilitar la comunicación con las empresas, ofreciendo escalabilidad en la atención a costos sumamente accesibles. Veamos escenarios posibles:

- **Atención 24/7/365:** Lo que mejora la satisfacción del cliente y reduce los tiempos de respuesta.
- **Automatización de tareas:** pueden encargarse de tareas repetitivas, liberando a los colaboradores humanos para que se centren en responsabilidades más complejas y estratégicas.
- **Captación de leads:** pueden ayudar en la generación de oportunidades y ventas al interactuar con los clientes, responder a sus preguntas y guiarles a lo largo del proceso de compra.

En el caso de los bots que implementamos, tienen la habilidad de entender la intención de una pregunta, captar los datos de la persona, enviarlos vía correo a un vendedor y generar una respuesta al cliente, todo automáticamente.

- **Captura de datos:** están en capacidad de recopilar los datos de los clientes, proporcionando información que puede utilizarse para temas comerciales y de marketing.

China: Desarrollo de la capacidad Informática en empresas locales.

China tiene previsto aumentar la potencia informática del país en más de un tercio en menos de tres años, una medida que beneficiaría a los proveedores locales y fomentaría la autosuficiencia tecnológica, en un momento en que las sanciones estadounidenses ejercen presión sobre la industria nacional.

La segunda economía más grande del mundo tiene como objetivo alcanzar una capacidad informática de más de 300 exaflops en todo su sector tecnológico para 2025, en comparación con los 220 exaflops de este año, según una declaración conjunta emitida por varias agencias, incluido el Ministerio de Industria y Transformación.

Este objetivo representa el último esfuerzo de Beijing por construir infraestructuras digitales que impulsen una economía sostenible.

Además, en los próximos dos años, China planea construir 20 centros informáticos inteligentes adicionales. Hasta 2025, se implementarán redes ópticas de mayor

envergadura y sistemas de almacenamiento de datos más avanzados. Esta potencia informática adicional respaldará sectores como la manufactura, la educación, las finanzas, el transporte, la atención médica y la energía, añade el comunicado.

China busca fortalecer la sinergia en la industria y asegurar la cadena de suministro mediante el desarrollo de soluciones controlables y promoviendo el uso de software confiable de producción nacional.

Empresas como Huawei Technologies y Semiconductor Manufacturing International Corporation (SMIC), que están en la lista negra de Estados Unidos, se encuentran entre las más activas en el avance de la tecnología local.

Ambas han logrado desarrollar chips sofisticados para los últimos teléfonos inteligentes de Huawei, lo que ha impulsado el esfuerzo general y ha suscitado dudas sobre la efectividad de las restricciones impuestas por Washington a China.



Comisión Europea: Cuatro tecnologías críticas a evaluar como un riesgo a la seguridad.

La Inteligencia Artificial es una de las tecnologías de las cuales la Comisión Europea recomienda evaluar todos los riesgos relacionados con la seguridad, uso militar y violaciones a los derechos humanos.

La Comisión Europea publicó una recomendación dirigida a los países miembros en donde enlista cuatro tipos de tecnologías críticas con alta probabilidad de convertirse en potenciales riesgos colectivos, relacionados con la seguridad.

La recomendación forma parte de las acciones derivadas de la Estrategia Europea de Seguridad Económica, adoptada en junio de este año. En ella se establece una serie de medidas que deben adoptarse para enfrentar diversos riesgos, incluyendo la ciberseguridad de las infraestructuras críticas, filtraciones de tecnología y el riesgo a que las tecnologías sean usadas como arma o medio de coerción económica.

Las tecnologías relacionadas con la **Inteligencia Artificial, semiconductores, tecnologías cuánticas y la biotecnología**, son consideradas por la autoridad europea como riesgos tecnológicos críticos que deben ser evaluados. Los criterios para seleccionar estas tecnologías se

basaron en el carácter facilitador y transformador de la tecnología, su relevancia para su uso civil y militar, así como su posible uso como herramienta para violar los derechos humanos de las personas.

El objetivo de la Comisión con estas recomendaciones es que los Estados miembros del bloque lleven a cabo evaluaciones iniciales de riesgos colectivos antes de que finalice 2023, con un enfoque global para abordar preocupaciones e intereses comunes relacionados con tecnologías críticas.

Los Estados deben considerar algunos principios rectores como la protección a la confidencialidad y realizar consultas al sector privado para realizar la evaluación. Por su parte, la Comisión fomentará la colaboración a través de foros con expertos. Al terminar las evaluaciones, la Comisión podrá presentar iniciativas para hacer frente a los riesgos a más tardar en la primavera de 2024.

En palabras de Vera Jurova, vicepresidenta de la Comisión Europea: "La tecnología ocupa un lugar central en la competencia geopolítica y la UE quiere ser un jugador, no un terreno de juego. Para ello, necesitamos una posición unida como bloque basada en una evaluación común de los riesgos".



Commvault y Lenovo simplifican la protección de datos en la nube híbrida.

COMMVAULT®



Lenovo

Commvault ha colaborado con Lenovo para ofrecer soluciones avanzadas de copia de seguridad y recuperación para la protección de datos empresariales. Las nuevas soluciones están diseñadas para proporcionar capacidades mejoradas de protección de datos a las empresas y permitirles administrar y proteger fácilmente sus activos de datos críticos.

Junto con los galardonados sistemas de hardware de Lenovo, Commvault simplifica la protección y gestión de datos para los equipos de TI con una vista única. Esto proporciona a los CIO flexibilidad, confiabilidad y un rendimiento increíble a una escala inmensa, lo que resulta en un mejor TCO y un tiempo de obtención de valor más rápido.

"La innovación a través de la colaboración siempre ha estado en el corazón de Commvault. Asociarnos con Lenovo nos impulsa hacia un futuro en el que las empresas pueden decir con seguridad que sus datos están seguros, protegidos y recuperables", afirmó Alan Atkinson, director de socios de Commvault. "Esta asociación es un testimonio del compromiso de ambas empresas de apoyar a las empresas globales a afrontar los desafíos multifacéticos que plantea el panorama empresarial actual basado en datos".

"A medida que continuamos operando en un entorno empresarial tan acelerado y basado en datos, garantizar la seguridad, la accesibilidad y la recuperabilidad de los datos empresariales críticos nunca ha sido más importante. Es exactamente por esta razón que Commvault y Lenovo se han

unido para ofrecer soluciones de respaldo y recuperación altamente confiables para organizaciones empresariales", dijo Brian Connors, vicepresidente y gerente general de software y desarrollo comercial de Lenovo.

Commvault es un reconocido proveedor de software que ofrece una profundidad inigualable en integraciones nativas de la nube, lo que lo convierte en una opción ideal para las empresas que buscan una solución de respaldo y recuperación confiable y eficiente. Gracias a su versatilidad, el software de Commvault puede admitir una amplia gama de aplicaciones, bases de datos e infraestructuras, lo que garantiza una protección de datos perfecta en una variedad de plataformas. En reconocimiento a su rendimiento excepcional, Gartner ha posicionado a Commvault como líder en el Cuadrante Mágico de Gartner para soluciones de software de recuperación y copia de seguridad empresarial durante 12 años consecutivos.

El liderazgo constante de Commvault en el campo de la protección y recuperación de datos es un testimonio de su confiabilidad y eficacia. Además, Commvault también ocupó el puesto más alto en seis de siete casos de uso en las Capacidades Críticas de Gartner de 2023 para Soluciones de Software de Recuperación y Respaldo Empresarial, lo que subraya aún más sus capacidades incomparables en el dominio de respaldo y recuperación.



Consejos para elegir un CRM.

Florencia Santovito, directora comercial de HAL Company, consultora especializada en automatización y omnicanalidad de marketing, ventas y atención al cliente, comparte sus consejos que facilitarán el análisis y toma de decisiones:

Revisar todas las alternativas: Es posible que la compañía ya haya elegido una solución que considera se adapta a sus necesidades. Aun así, la recomendación es no firmar un contrato hasta que no se revisen otras opciones.

Mercado del CRM competitivo y dinámico: Esto se traduce en que, por cada opción "inmejorable", probablemente haya otras dos o tres con características y precios similares.

Si las necesidades son básicas, las soluciones gratuitas pueden ser la primera opción. Posteriormente, según el crecimiento y los nuevos retos de la organización, es posible escalar a una opción más robusta, sin configurar todo de cero.

Involucrar a los directivos: El hecho de que los directores trabajen con el nuevo CRM puede tener un gran impacto a largo plazo. Sin embargo, es importante que todas las partes interesadas conversen sobre el tema. Esto incluye a los responsables de: ventas, mercadeo y tecnología, entre otros. El objetivo es crear un acuerdo unánime sobre la necesidad y los beneficios de su adopción. Sería imposible desarrollar un proyecto exitoso en este campo si ellos no lo utilizan en el día a día y no impulsan internamente su adopción.

Negociar un contrato seguro: Independiente del CRM seleccionado, la relación con el proveedor debe tener como base un contrato. Aquí es importante leer la letra pequeña sobre precio, alcance, propiedad de los datos, términos de renovación, seguridad y actualizaciones. Asimismo, se debe disponer de un acuerdo de nivel de servicios que permita definir las expectativas con respecto a rendimiento y asistencia técnica. El soporte técnico, tanto del lado del fabricante, como del partner certificado que se encarga de la implementación del software, constituyen otro aspecto clave. La prestación de dicho servicio en el idioma nativo del cliente, así como tiempos de respuesta razonables, son factores fundamentales al momento de decidir a qué CRM se va a confiar la gestión del negocio.

Capacitar a los empleados en forma continua: La falta de adopción por parte del usuario final es uno de los fracasos más comunes y frustrantes en el lanzamiento de cualquier sistema.

La capacitación deficiente o la no adaptación a nuevos flujos de trabajo son los obstáculos principales en muchas implementaciones que no llegan a buen puerto. Es importante mostrar el valor que aporta el nuevo sistema a su trabajo, no sólo a los jefes. Ejemplo de ello son las funciones que ayudarán a ahorrar tiempo, así como las plantillas de correos y automatizaciones que evitarán seguimientos repetitivos.

CRM

El servicio de Starlink para dispositivos móviles se lanzará en 2024.

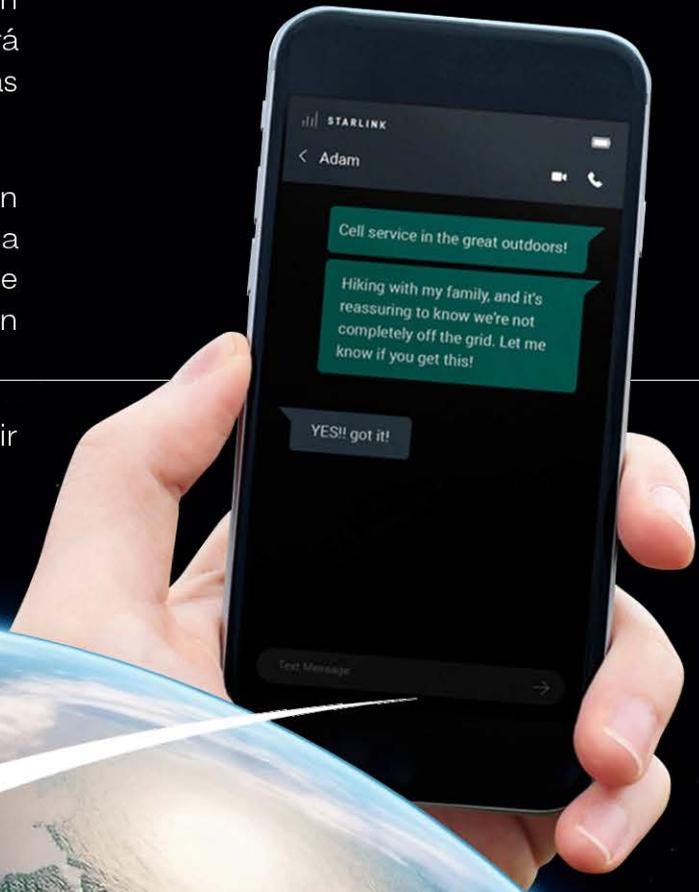
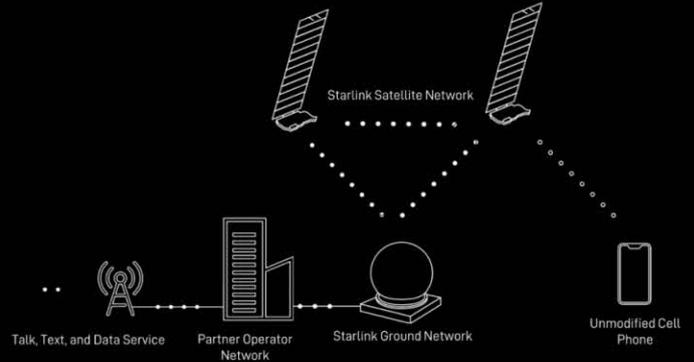
Starlink anunció su nuevo servicio de internet satelital para dispositivos móviles, Starlink Direct to Cell, que se lanzará en 2024 para smartphones LTE.

Para usar el servicio, que proporcionará acceso a texto, voz y datos, no será necesario hacer cambio alguno en el hardware, el firmware, ni aplicaciones especiales.

Sin embargo, no todos los servicios entrarán en funcionamiento el próximo año. De acuerdo con información en su sitio web, en 2024 sólo estará en funcionamiento el servicio de texto, mientras que voz y datos estarán disponibles en 2025.

Starlink Direct to Cell funciona gracias a un módem eNodeB avanzado que actúa como una torre de telefonía celular en el espacio, lo que permite una integración de red similar a la de un socio de roaming estándar.

Los usuarios ya pueden inscribirse para adquirir el servicio cuando esté disponible.



España: Costos de los ciberataques crece un 43%.

El costo medio de la suma total de ciberataques a las empresas españolas ha vuelto a ascender por segundo año consecutivo, experimentando en 2022 un aumento del 43%. Así se desprende de la última edición del Informe de Ciberpreparación 2023 de Hiscox. Un documento que evidencia una clara tendencia al alza, especialmente teniendo en consideración que el citado aumento se suma al experimentado el año anterior, en el que se duplicó el costo con respecto al ejercicio de 2020.

Al desglosar las empresas por número de empleados, este problema muestra la misma tónica, ya que aquellas que cuentan con más de 1.000 empleados también han visto aumentar este coste medio en un 34%, pasando de 248.568 euros en 2021 a 333.939 en 2022. Sin embargo, las grandes afectadas por este aumento han sido aquellas que cuentan con entre 10 y 49 empleados, cuyo coste ha experimentado un aumento del 49,3%, de 15.654 euros en 2021 a 23.374 euros en 2022.

No obstante, España, en comparación con el resto de países analizados en el informe, fue de los pocos en ver descender el impacto de la ciberdelincuencia en las empresas. Junto a Países Bajos, han sido los únicos en experimentar un descenso en la incidencia de los ciberataques, ya que en 2022 el 49% de las empresas españolas fueron ciberatacadas,

frente al 53% de 2021. Sin embargo, las empresas nacionales sufrieron una media de 224 ciberataques al año, solo por detrás de Estados Unidos (249), Francia (247) y Reino Unido (241).

Los ataques de tipo ransomware han sido uno de los mayores intereses de los ciberdelincuentes en los últimos años. Este año, en España, se han presenciado grandes ejemplos de ello, como el ciberataque al Hospital Clínic de Barcelona el pasado mes de marzo y por el que se pedía un rescate de alrededor de 4,25 millones de euros, o el reciente ciberataque al Ayuntamiento de Sevilla durante el mes de septiembre, por el que los ciberdelincuentes demandaban 5 millones de euros. En este sentido, el informe señala que el costo medio de recuperación del ransomware para las empresas españolas, aún incluso sin incluir los pagos por los rescates, aumentó un 88% en 2022, pasando de 10.415 euros en 2021 a 19.549 euros de media.

En las empresas de entre 250 y 1.000 empleados el ascenso es mucho más dramático, ya que vieron aumentar este coste un 322% (de 4.116 a 17.399 euros). También las micropymes (1 a 9 empleados) han asumido este aumento, ya que pasaron de 5.847 euros de media a 10.370, un 77% más que el año anterior. A ellas les siguen las grandes compañías de más de 1.000 empleados, que vieron incrementado estos costos en un 47%.

Para aquellas empresas que deciden pagar el rescate por los ataques de ransomware, las cifras también pegan el estirón. En este contexto cabe mencionar que el 49% afirma que decidió hacer frente a un rescate en al menos una o más ocasiones para recuperar los datos robados, y un 42% para evitar la publicación de datos confidenciales. La principal razón para optar por esta vía fue proteger los datos del personal, ya que fue indicado por un 39% de las empresas españolas, una cifra que asciende del 30% de 2021.

España: El uso de canales digitales para mejorar la experiencia del cliente.

Medallia ha celebrado en colaboración con Connecting Visions, en el espacio Cowork Digiespace de Alcobendas al que han acudido más de 30 marcas especializadas en la gestión de la experiencia de cliente.

En palabras de Javier Castro, Senior Solution Consultant en Medallia, el potencial de la Inteligencia Artificial (IA) para capturar grandes cantidades de señales de los clientes y el análisis avanzado de ese feedback no solicitado es casi una "necesidad para diferenciarse en el mercado e impulsar los resultados de negocio".

Javier ha explicado cómo tecnologías como la herramienta DXA (Digital Experience Analytics) de Medallia utilizan fuentes de datos tan dispares como las llamadas de los Contact Centers, conversaciones de chat o, incluso del comportamiento del usuario en sitios web, permitiendo una acción inmediata que mejore directamente su experiencia, sacando partido a esa información que los clientes no verbalizan.

Precisamente, Javier ha aludido durante el encuentro al indicador DXS de Medallia, que cuantifica y evalúa el 'body language' o la 'experiencia digital' de los usuarios en webs y aplicaciones en tiempo real - desde tiempos de carga hasta la interacción del usuario con ventanas emergentes y/o errores que les obligan a abandonar el proceso de compra - identificando así puntos de dolor comunes y otras áreas problemáticas.

Y agrega el Ejecutivo: "Es esencial que las marcas inviertan y dediquen esfuerzos en la mejora de sus canales digitales para gestionar la experiencia de los clientes. Todavía hoy el 60% de las compañías no utilizan los canales digitales para esta gestión cuando, en términos económicos, cuesta 80 veces menos resolver un problema del cliente a través de encuestas digitales en tiempo real, chatbots o

asistentes virtuales que a través de las llamadas al Contact Center".

Para ejemplificar la eficiencia del DXS de Medallia, Castro ha hecho alusión al caso de éxito de British Airways, que necesitaba entender por qué muchos clientes usaban la navegación global para buscar vuelos. Así, utilizaron mapas de atribución y se centraron en rastrear sesiones relevantes, gracias a lo que consiguieron reducir los clics no deseados en un 34% y aumentar las reservas on line en un 13%, lo que les permitió mejorar la navegación del sitio web y aumentar las conversiones.

En esta jornada, se ha resaltado la importancia de "reaccionar a lo que nos cuenta el cliente en tiempo real", así lo ha asegurado Paloma Paraja Álvarez, Responsable del equipo de Voz de Cliente en Santalucía, donde han conseguido capturar y analizar todas esas señales indirectas que deja el cliente gracias a la herramienta de Text Analytics de Medallia. "En la mayoría de las ocasiones los clientes han dejado señales previas de su insatisfacción que ahora podemos detectar antes de que termine en una queja o una reclamación", ha añadido Álvarez.

Asimismo, para Paloma Ladrón de Guevara, Gerente del área de Experiencia de Cliente en SANTALUCÍA "es fundamental contar con una herramienta tecnológica capaz de captar la voz directa e indirecta del cliente para que toda la compañía entienda que el Net Promoter Score (NPS), como indicador que mide la satisfacción del cliente, es un objetivo común a toda la organización para conseguir que la mejora de la experiencia impacte directamente en los datos económicos y en el crecimiento empresarial".

in

okdiga[®]

Contact Center
Customer Experience



**No somos solo
un servicio, somos
tu solución.**

+212 - 808547833

okdiga.com

Estados Unidos: Consideran que propuesta de ley para regular IA de la Unión Europea beneficia a grandes tecnológicas.

Estados Unidos advirtió a la Unión Europea que su propuesta de ley para regular la inteligencia artificial beneficia a las empresas con recursos para cubrir los costos de cumplimiento y perjudicará a las empresas más pequeñas, según documentos que no se habían divulgado anteriormente.

El análisis de Estados Unidos se centra principalmente en la versión del Parlamento Europeo de la ley de Inteligencia Artificial, que incluye normas sobre la IA generativa.

Este análisis ofrece una visión más detallada de la posición de Washington con respecto a la legislación de la Unión Europea, que podría establecer un precedente para que otros países redacten normas sobre la Inteligencia Artificial.

Una preocupación de Estados Unidos es que el Parlamento Europeo se enfoque en cómo se desarrollan los modelos de Inteligencia Artificial, mientras que Estados Unidos preferiría un enfoque centrado en el riesgo asociado con cómo se utilizan realmente esos modelos.

El análisis advierte que las regulaciones de la Unión Europea corren el riesgo de "frenar el esperado impulso a la productividad y potencialmente llevar a una emigración de empleos e inversiones a otros mercados".

Las nuevas normas también probablemente obstaculizarían "la inversión en investigación y desarrollo y la comercialización de la IA en la UE, limitando la competitividad de las empresas europeas" debido a los recursos necesarios para entrenar grandes modelos lingüísticos.

Tanto el Departamento de Estado como la Comisión Europea han declinado hacer comentarios sobre el análisis.

Este análisis de Estados Unidos se alinea con los llamados del Departamento de Estado a favor de un enfoque no intervencionista en la tecnología para no sofocar la innovación.

El secretario de Estado, Anthony Blinken, se opuso a varias propuestas del Parlamento de la Unión Europea para controlar la IA generativa durante una reunión con funcionarios de la Comisión en Suecia a finales de mayo.

'Lo más importante que la administración Biden puede hacer es seguir manteniendo una conversación sincera con sus homólogos europeos sobre cuáles son los objetivos de la política de IA', afirmó Aaron Cooper, jefe de Política Global de BSA The Software Alliance.

A pesar de que la Unión Europea avanza con la Ley de IA, todavía está debatiendo cuestiones sobre cómo regular los componentes básicos de la tecnología, conocidos como modelos básicos, y la IA de propósito general. Algunas naciones están preocupadas de que una regulación excesiva de la tecnología pueda hacer que Europa sea menos competitiva.



Estados Unidos: La FCC quiere que Internet sea considerada un servicio esencial y propuso restablecer la neutralidad de la red.

La FCC volvió a plantear la necesidad de regular las telecomunicaciones. Así lo consideró su presidenta, Jessica Rosenworcel, al presentar un plan para restablecer la neutralidad de la red, condición perdida en 2018 durante el gobierno de Donald Trump.

La funcionaria presentó un proyecto para que Internet sea considerada un servicio esencial, al mismo nivel que el agua, la luz y la telefonía, aunque este último forme parte del combo de las telecomunicaciones en general. De adquirir ese carácter, Internet quedará sujeto nuevamente a las normas que determine el regulador de Estados Unidos. Hace dos años, el presidente Joe Biden solicitó a la FCC garantizar la neutralidad de la red, pero desde entonces no se avanzó en nada concreto para lograr ese objetivo. Tal vez la propuesta de Rosenworcel permita dar lugar a esa solicitud.

Se trata de una propuesta que estará en consulta pública. La intención de Rosenworcel es que el servicio tome el mismo status que tuvo entre 2015 y 2018 y que abarque tanto a la banda ancha fija como a la móvil.

Retomar esa condición permitirá, según la mirada de la funcionaria, una mayor apertura, pues los proveedores de Internet no podrán bloquear contenidos legales como tampoco reducir velocidades ni crear vías rápidas a favor de aquellos prestadores que puedan pagar por eso. A esto se sumará seguridad, pues la reclasificación del acceso de banda ancha permitirá tanto a la FCC como a otras agencias federales tomar medidas de seguridad cuando se presente una amenaza digital.

Esto se traducirá, el mismo tiempo, en una mayor seguridad para el usuario, siguió explicando la presidenta del regulador. Al tener reglas claras, la FCC podrá desarrollar políticas orientadas a mejorar la resiliencia de la red, la privacidad y obligar a las empresas a notificar sobre congestiones, cortes u otros problemas a los

consumidores. El reglamento propuesto por Rosenworcel también permitiría definir una estandarización nacional en cuanto a la neutralidad de la red, y no dejar librada la situación a cada estado.

La propuesta de la FCC tiene que ver específicamente con la situación en ese mercado. Por eso, la funcionaria insistió en la necesidad de considerar a Internet como un servicio esencial. Es el modo, agregó, para poder desarrollar políticas de universalización.

"A raíz de la pandemia y la inversión generacional en el acceso a Internet, tenemos una ventana para actualizar nuestras políticas y asegurarnos de que Internet no solo sea abierta, sino también rápida, justa, segura y protegida. Estoy comprometida a aprovechar esta oportunidad. Ahora es el momento de que nuestras reglas de conducta para los proveedores de servicios de Internet reflejen la realidad de que el acceso a Internet es una necesidad para la vida diaria. Hagámoslo", dijo la presidenta del organismo.



Lenovo comienza a vender PC de escritorio con Android.

Lenovo, el mayor fabricante de PC del mundo, parece tener predilección por una edición personalizada de Android diseñada específicamente para aplicaciones empresariales. La compañía ya presentó un nuevo dispositivo AIO listo para Android y planea lanzar tres sistemas más para fin de año.

Lenovo ha firmado un acuerdo de revendedor con Esper, una corporación de Android "líder en la industria", para ofrecer PC todo en uno compatibles con el omnipresente sistema operativo móvil de Google. El gigante chino de las PC ahora puede ofrecer una cartera de dispositivos bajo la marca ThinkCentre, brindando a los clientes la opción de ejecutar un sistema operativo tradicional de Windows, un sistema operativo personalizado Android compatible con x86 o quizás ambos en una configuración de arranque múltiple.

Esper Foundation para Android proporciona un sistema operativo Android "flexible, robusto y seguro" diseñado para ejecutarse en hardware ARM o x86, según afirma la empresa. Este sistema operativo personalizado combina el poder y la versatilidad de Android con personalizaciones y optimizaciones adaptadas a los dispositivos especialmente diseñados de los clientes. Esper Foundation se basa en el Proyecto de código abierto de Android (AOSP), pero ofrece capacidades de nivel empresarial para administración personalizada, actualizaciones y opciones de seguridad.

Lenovo ofrece actualmente la computadora de escritorio AIO ThinkCentre M70a de tercera generación con la opción de elegir entre Windows/Linux o el sistema operativo basado en Android 11 de Esper. Esta PC viene con marca personalizable, parches de seguridad trimestrales y soporte a largo plazo (tres años o más). La plataforma de administración dedicada de Esper permite la implementación, administración, monitoreo y actualizaciones remotas del dispositivo "desde un solo panel".

Lenovo sugiere que los hospitales, el comercio minorista y otras industrias están deseosas de adoptar un sistema operativo Android para gestionar operaciones, clientes y empleados. La empresa está preparada para satisfacer las cambiantes demandas de los clientes en todo el mercado empresarial. El director de operaciones y cofundador de Esper, Shiv Sundar, enfatizó el valor significativo de ejecutar operaciones de misión crítica en tabletas Android.

Los precios del ThinkCentre M70a Gen 3 AIO comienzan en \$ 900 (con una CPU Intel Core i3 de 12.ª generación, pantalla Full HD de 21,5" y 8 GB de RAM DDR4) y llegan hasta \$ 1250 (con un Core i7-12700, 16 GB de RAM y 512 GB SSD). Lenovo pronto ofrecerá Esper Foundation para Android en tres sistemas adicionales: ThinkCentre M70q, ThinkCentre M90n-1 IoT y ThinkEdge SE30 v2.



Google Cloud, IA Generativa y atención médica.

Google Cloud está creando una suerte de motor de búsqueda privado para hospitales y clínicas de salud, potencializado por la Inteligencia Artificial (IA) Generativa, que permite mejorar la gestión de información de pacientes.

Se trata de la adición de nuevas capacidades en Vertex AI Search, su motor de búsqueda empresarial, que ayuda a las organizaciones a optimizar la búsqueda y control de datos internos. Las nuevas funciones en la plataforma están dirigidas al sector de salud y ciencias biológicas. Google explicó que ayudarán a los hospitales y empresas de atención médica a llevar a cabo tareas administrativas y de asistencia a los trabajadores de la salud.

Por ejemplo, Vertex AI Search se puede usar para buscar datos sobre pacientes, datos clínicos, datos FHIR (una red de información para intercambiar datos electrónicos de atención médica), al igual que datos sobre la organización interna de personal.

Esta tecnología permitirá que médicos, enfermeros y otros trabajadores de la salud se enfoquen en sus actividades, en lugar de gastar más tiempo en labores de administración. Además, Google destacó que les apoyará en la toma de decisiones clínicas y para mejorar la calidad de atención a pacientes.

Google Cloud ha visto en el sector de la salud una oportunidad de mercado para la IA Generativa. De acuerdo con Statista, en este año se invertirán alrededor de 37 mil millones de dólares en

tecnología médica a nivel global y los desembolsos seguirán en aumento durante los próximos años.

Las tecnologías digitales han ganado aceptación en el sector salud por sus beneficios como la innovación en productos y servicios, disminuir costos e incrementar la calidad y capacidad de la atención médica, incluso a distancia (la telemedicina).

Con Vertex AI Search, la gigante tecnológica señaló que se resolverán problemas como la escasez de fuerza laboral, agotamiento de los proveedores y carga administrativa en el sector de salud y atención médica. Según Google, en 2022 los costos administrativos aumentaron 18 mil millones de dólares, lo equivalente a 30% anual, hasta los 60 mil millones de dólares. Esto, aunado a la protección de menos fuerza laboral de primera línea, como asistentes médicos, asistentes de atención médica domiciliaria y asistentes de enfermería, generaría un cuello de botella.

Por esa razón, Burak Gokturk, vicepresidente y gerente General de Cloud AI, afirmó que "llevar capacidades de búsqueda de Inteligencia Artificial con calidad de Google a todo el ecosistema de una organización, incluidos los EHR, tiene el potencial de mejorar drásticamente la eficiencia, brindar apoyo a las decisiones clínicas y aumentar la calidad de la atención que los médicos pueden brindar a los pacientes".

Google valora al consumidor omnicanal.

Google aconseja desarrollar la capacidad de atender a tus clientes en línea, tiendas físicas, redes sociales y por otros canales, para incrementar las posibilidades comerciales.

En palabras de Juan Vallejo, líder de la industria de retail para Google México: "Hemos visto que un consumidor omnicanal vale más de tres veces en comparación con un consumidor tradicional que solo acude a las tiendas físicas".

Afirmó que los comercios que se verán más beneficiados por este aspecto son los que ofrecen diversos canales de atención, venta y métodos de pago. Esto porque el consumidor omnicanal está acostumbrado a viajar entre canales online y offline, y espera facilidad en todos los contactos que hace, se aleja de las empresas que solo venden de 9:00 a.m. a 5:00 p.m., que no prestan servicios en línea y no están disponibles en ningún otro canal.

En función de que el consumidor omnicanal consume tres veces más, en comparación de los que solo lo hacen en tiendas físicas, Vallejo recomendó a las empresas Pymes y de cadena centrarse en estrategias que permitan una mejor experiencia omnicanal.

De cara a las temporadas altas de venta que se aproximan, señaló que el 55% de los consumidores planea aprovechar temporalidades como El Buen Fin, Black Friday y Cyber Monday, para adelantar sus compras navideñas.

Esta tendencia da lugar a una generosa ventana de 11 días de compras en el último trimestre del año, que inicia el 17 de noviembre con El Buen Fin y se extiende hasta el 27 del mismo mes con el Cyber Monday, pasando por el Black Friday el 24 de noviembre.

En específico sobre el Black Friday y Cyber Monday, compartió el interés creciente por este par de eventos, reflejado en las consultas hechas en el buscador de Google en México durante los últimos 5 años.

"El 51 por ciento de los clientes hace sus compras navideñas en noviembre, este es un dato poderoso, porque si bien el aguinaldo llega en diciembre, la gente lo está gastando antes por aprovechar las promociones", agregó Jorge Gurza, head de la industria de retail en Google México.



Motocompact: Scooter cero emisiones que se convierte en maleta.

Honda, el fabricante de automóviles japonés, lanzó la scooter 'Motocompact', una nueva versión eléctrica que le apuesta a la portabilidad sofisticada que se adapta a espacios compactos y desplazamientos dinámicos.

De acuerdo con la compañía, el cuerpo sin pedales permite que se pliega en una forma compacta en el espacio de almacenamiento. El Motocompact de cero emisiones está diseñado para la movilidad urbana.

La nueva scooter cuenta con una velocidad máxima de 24 kph, y autonomía sin emisiones de hasta 19 kms. Honda explica que la patineta se puede cargar completamente en tres horas y media utilizando un tomacorriente común de 110 V, tiene un motor de 490 W además tiene una capacidad de peso de 265 libras, es decir, la puede mover un piloto de hasta 120 kg.

La Motocompact tiene un asiento, estriberas de agarre seguro, almacenamiento, un velocímetro digital y un indicador de carga. Cuenta con una aplicación que permite a los usuarios ajustar sus configuraciones personales, incluidas la iluminación y los modos de conducción, a través de Bluetooth.

Finalmente, la scooter permitirá que cada usuario la diseñe a su antojo, ya que es perfecta para calcomanías y adhesivos. Sus dimensiones son: 73 cm de largo, 54 cm de alto y 9,4 cm de ancho, y su peso apenas si pasa los 18 kilos.

Las ventas comenzarán exclusivamente en [Motocompact.honda.com](https://www.motocompact.honda.com) y en los concesionarios de automóviles Honda y Acura este mes de noviembre.



Huawei lidera familias de patentes 5G.

Huawei se mantiene como la compañía líder a nivel mundial por el número de familias de patentes, así como por el número de contribuciones técnicas realizadas al grupo de estandarización de redes móviles 3GPP, según revela un nuevo análisis realizado por la empresa de investigación Lexis Nexis.

El informe se basó en más de 60 mil familias de patentes 5G declaradas, con unas 30 mil activas y concedidas en la Oficina de Patentes de Europa (EPO) o la Oficina de Patentes y Marcas Registradas de los Estados Unidos (USPTO) hasta el 15 de julio de 2023.

Lexis Nexis explica que la identificación de las patentes de 5G se realizó utilizando la base de datos de especificaciones técnicas (TS) del 3GPP, mapeando las TS declaradas por ETSI a la generación de tecnología 5G y considerando las tecnologías puente de 3G a 5G y de 4G a 5G.

Si se considera el número de familias presentadas por compañía, Huawei se mantiene a la cabeza tanto por la cantidad de patentes 5G relevantes presentadas ante las oficinas de patentes, como por las contribuciones técnicas hechas al 3GPP.

Sin embargo, si se toma en cuenta el Índice de Activos de Patentes elaborado por Lexis Nexis, Qualcomm se ubicaría a la cabeza del ranking. Según la organización, este índice representa el nivel de innovación alrededor del portafolio de patentes.

El Índice de Activos de Patentes (Patent Asset Index) se obtiene multiplicando la Relevancia Tecnológica, como citas globales recibidas de

patentes posteriores, y la Cobertura del Mercado, que considera el tamaño ponderado del mercado protegido por patentes activas y solicitudes de patente pendientes, según explica la empresa.

El informe busca medir el número de patentes por compañía propietaria o matriz, es decir, se consideran las patentes de filiales o centros de investigación que sean propiedad de una compañía particular. La mayoría de los propietarios finales de las patentes de 5G son fabricantes de teléfonos, de infraestructuras celulares, de chips o telecomunicaciones.

Sin embargo, explica que la concesión de licencias de patentes esenciales para 5G también es un mercado lucrativo para las compañías conocidas como entidades de ejecución de patentes (PAE), que se ubican entre las principales propietarias de patentes de 5G.

Por ejemplo, Brevet Capital es la empresa matriz de Unwired Planet y Optis Wireless, a través de las cuales posee una considerable cartera de 5G adquirida a Ericsson, Panasonic, Samsung y LG. Longhorn IP adquirió sus patentes 5G de ZTE, FG Innovation y Shanghai Langbo. Mientras que Sun Patent Trust adquirió la cartera de patentes 5G de Panasonic, y Advanced Standard Communications obtuvo su cartera de patentes 5G de ZTE.

Entre otros datos publicados por el informe, se encuentra que China tendría el mayor número de propietarios de patentes 5G en el mundo con un total de 12, superando a Estados Unidos con 10, Japón siete, y Corea del Sur y Taiwán con seis cada una.



India: Nokia inauguró un laboratorio 6G.

Nokia anunció el lanzamiento de su primer laboratorio 6G en la India, con el foco en acelerar la innovación y crear casos de uso, sobre todo, vinculados a la seguridad del transporte, la atención médica y la educación, pero también de robustecer el ecosistema digital de investigación y de desarrollo que se está montando en el país y sobre el que se cimienta parte de su ambiciosa arquitectura de desarrollo socioeconómico.

La apertura de Nokia se inscribe en una estrategia mayor, en ese país y en el mundo. En lo que a India respecta, hace un semestre anunció que ponía a 6G como su norte de desarrollo y bautizó a esa estrategia como Visión Bharat 6G. A escala global también cobró impulso cuando fue denominada "IMT 2030" por parte de la Unión Internacional de las Telecomunicaciones (ITU, por su sigla en inglés) que ofreció los lineamientos rectores para su desarrollo global. En ese marco, fue justamente el primer ministro de la India, Narendra Damodardas Modi, quien compartió su apuesta por convertir a la India en un actor protagonista en el desarrollo de 6G hacia 2030.

Este laboratorio de Nokia investigará la tecnología conocida por su nombre en inglés, Network as a Sensor, y por la que una red puede detectar objetos, personas y movimientos sin la necesidad de sensores; una apuesta por unir el mundo físico y el virtual, en la que 6G resulta clave. Tal como el fabricante lo describió, se trata de la posibilidad de contar con una integración tal de las redes que sea posible recopilar la información del entorno e incluso interactuar con objetos a distancia.

Se trata de un espacio que, además, proporcionará una plataforma experimental para investigar algoritmos, privacidad y diseño de sistemas sostenibles y que funcionará como una plataforma de colaboración para las partes interesadas de la industria, porque facilitará la prueba de soluciones innovadoras y estudiará su potencial de comercialización.

La apuesta de India en las telcos es grande: hace dos meses, anunció que aspiraba a establecer nuevas reglas para la compartición de infraestructura y hace un año ya que concretó una millonaria subasta de espectro para 5G en la que recaudó 19.000 millones de dólares tras poner en juego 72 GHz en las bandas de 3.5 GHz y de 26 GHz. A ello se sumó la Visión Bharat 6G, mediante la que se aspira a posicionar al país en el liderazgo tecnológico mediante el diseño, desarrollo e implementación de la tecnología 6G para 2030, en cuyo corazón exhibe principios como los de asequibilidad, sostenibilidad y ubicuidad. El contexto, además, se inscribe en los acuerdos internacionales que el país viene tejiendo.

Según lo reflejó la Fundación India para el Valor de Marca (IBEF), fideicomiso establecido por el Departamento de Comercio, Ministerio de Comercio e Industria del Gobierno de la India, el país obtuvo recientemente más de 127 patentes para la tecnología 6G de organizaciones internacionales. Ello revela el interés y la apuesta global por la estrategia que India está desarrollando de cara a erigirse como líder de los bienes y servicios 6G hacia fin de la década, con ecosistema, estándares y sinergia internacional.

El plan tentativo involucra que entre 2023 y 2025 se desarrolle la primera fase y las pruebas de concepto para que, en su segunda instancia hasta 2030, se concrete el plan comercial.



La aplicación Lupa de Google Pixel hace que sea más fácil ver texto y objetos pequeños.

Google ha lanzado una nueva aplicación para teléfonos Pixel: Magnifier, que te permite acercar texto y objetos para que sean más fáciles de descifrar. Entonces, si estás tratando de leer letra pequeña, distinguir señales de tráfico o simplemente estás... sangrando por la nariz en un concierto, puedes aprovechar las impresionantes capacidades de zoom de la cámara Pixel para ver más de cerca. Para obtener la aplicación, vaya a Google Play Store y busque Magnifier (necesitará un Pixel 5 o un modelo más reciente para descargarla). Pulsa Instalar.

Una vez que haya abierto la aplicación, puede usar el ícono más en la parte inferior derecha para ampliar hasta 30x. También puedes presionar el botón de configuración en la parte inferior izquierda para cambiar el contraste y el brillo, y agregar un filtro, lo que podría hacer que las cosas sean más fáciles de ver. Por ejemplo, puede convertir texto negro sobre un fondo blanco en texto azul sobre un fondo amarillo, si eso le resulta más agradable a la vista. También puede tomar una foto con el botón del obturador en la parte inferior central y luego realizar las mismas funciones, como acercar y cambiar el contraste o el brillo de la imagen.

Después de tomar una foto, también hay una opción en la parte superior de la pantalla para activar Google Lens (busque el pequeño ícono de la cámara). Aquí puedes hacer una búsqueda, desplazarte por la pestaña Compras de Google si quieres comprar lo que ves o traducir texto. También puedes tocar el botón "Escuchar" debajo de las pestañas Traducir o Texto para escuchar el texto y los números hablados en voz alta. Según mi experiencia al probar Magnifier, los objetos y el texto aparecen con una claridad impresionante en la pantalla, incluso cuando se amplía a 30x. Google dice que esto se debe a la estabilización del zoom por IA y al zoom de alta resolución en la cámara del Pixel.

Magnifier se creó en colaboración con el Real Instituto Nacional de Personas Ciegas del Reino Unido y la Federación Nacional de Ciegos de EE. UU.



y es parte de los esfuerzos continuos de Google para hacer que sus productos y servicios sean accesibles a más personas.

Google también lanzó una actualización de su función Marco guiado, que se lanzó en 2022 para ayudar a los usuarios de Pixel ciegos y con baja visión a tomar selfies. La función utiliza señales de audio y hápticas para brindar a los usuarios una guía exacta para encuadrar sus selfies, y ahora también está disponible en la cámara trasera del Pixel.

El marco guiado identificará rostros de personas o mascotas y le explicará cómo mover su teléfono para asegurarse de que todos estén en la toma. Por lo tanto, podría indicarle que mueva el teléfono hacia la izquierda o hacia la derecha, hacia arriba o hacia abajo, o más cerca o más lejos del sujeto de la foto. Lo hace utilizando la tecnología de lector de pantalla TalkBack de Google, que dice en voz alta el texto y las imágenes que aparecen en la pantalla de alguien.

Una vez que todo esté perfectamente enmarcado, Guided Frame tomará la foto automáticamente. También funciona con alimentos, bebidas, documentos y otros objetos y garantiza que estén centrados antes de capturar automáticamente una imagen.

Para usar la función en tu Pixel, ve a Configuración y luego haz clic en Accesibilidad. Toca TalkBack y presiona el botón junto a Usar TalkBack. Ahora puede ingresar a su cámara y el marco guiado se activará automáticamente.

agencia**LEADS**[®]

in

Lead management 360



**Más leads,
más ventas,
más éxito.**

Generamos leads de forma
efectiva para tu empresa

agencialeads.com

La campaña 'Buy Again' de Amazon espera reavivar el impulso de las suscripciones.



Las empresas quieren tener una base instalada de usuarios ávidos: compradores entusiastas que se mantengan leales, realicen transacciones con frecuencia y no necesiten mucha extensión en términos de marketing y promoción. Estos clientes ayudan a los márgenes.

Para monetizar su ecosistema de clientes, Amazon está probando una nueva función en su aplicación, "Comprar de nuevo", que está diseñada para incitar a los usuarios a repetir sus compras.

La función "Comprar de nuevo" se encuentra en una pestaña que se muestra en la página de inicio de la aplicación y hace recomendaciones en una variedad de categorías.

Existe una posible vía de acceso hacia una mayor aceptación de las suscripciones. Los usuarios de "Comprar de nuevo" pueden encontrarse presionando el botón lo suficiente (compra por compra) como para darse cuenta de que es más fácil pasar a Prime o "Suscribirse y ahorrar" para que los artículos lleguen de forma automática y regular. Los clientes no se quedarían sin un producto básico del hogar y tendrían que presionar "Comprar de nuevo".

Otros modelos de suscripción en mente.

La medida se produce cuando, según se informa, la compañía está considerando nuevas ofertas de suscripción en comestibles y atención médica. Amazon podría introducir ofertas independientes

en esos segmentos. Los últimos resultados de ganancias de la compañía mostraron que los ingresos por servicios de suscripción aumentaron un 13% interanual a 9.900 millones de dólares en el trimestre de junio.

También sería una gran ayuda para los comerciantes si "Buy Again" se implementara en todo el universo de Amazon. Amazon ha estado apostando por el crecimiento de los servicios de vendedores externos, que incluyen logística y envío. Las compras repetidas podrían contribuir en gran medida a mantener firmemente leales a Amazon las empresas dentro y fuera de la plataforma.

En el último trimestre, Amazon dijo que sus ingresos por servicios de vendedores externos fueron de 32.300 millones de dólares, o casi el 24% de los ingresos brutos consolidados, y aumentaron un 17% año tras año. Un cambio hacia una mayor visibilidad en las compras repetidas, y especialmente en las suscripciones, significa que la gestión de inventario puede volverse más eficiente.

Amazon parece tener incentivos para recargar suscripciones. La empresa perdió aproximadamente un punto en su "cuota" de suscripciones en general hasta el 65% en mayo. Los suscriptores de la Generación Z cayeron aproximadamente un 10%, en comparación con el mes anterior. También ha habido una caída en el número de suscriptores que ganan entre 50.000 y 100.000 dólares al año.

La inflación también ha sido una preocupación. Los primeros datos del evento Prime Big Deal Days de Amazon mostraron que los consumidores están gravitando hacia artículos de cocina y prendas de vestir de bajo costo.

Y si bien las tendencias de gasto navideño aún no son totalmente evidentes, las compras repetidas están claramente en la hoja de ruta a largo plazo de Amazon.

Microsoft considera la Inteligencia artificial y la energía nuclear como un dúo estratégico.

AI

Microsoft considera que la inteligencia artificial y la energía nuclear forman un dúo estratégico clave. Cuando los sistemas de inteligencia artificial piensan y aprenden, consumen enormes cantidades de energía. Todas estas redes neuronales que se entrenan intensamente con datos de Internet tienen un gran apetito por la electricidad.

Las empresas que han apostado por su futuro en la Inteligencia Artificial son conscientes de esto y están trabajando en soluciones al problema.

Una de las más destacadas es Microsoft, que lidera la industria de la Inteligencia Artificial en colaboración con OpenAI.

Mantener esta posición de liderazgo requerirá una cantidad significativa de energía, y Microsoft ha comenzado a explorar la energía nuclear como parte de su estrategia.

En mayo, la firma tecnológica anunció un acuerdo para comprar energía a Helion Energy, que planea comenzar a generar energía nuclear a través de la fusión para el año 2028 (ya ha construido prototipos funcionales en el Valle).

Recientemente, Microsoft publicó una oferta de trabajo para un gerente de programa de tecnología nuclear, cuya responsabilidad será diseñar una estrategia de reactor para alimentar

los centros de datos que alojan la nube de Microsoft y la Inteligencia Artificial.

Si bien puede ser preocupante vincular una tecnología potencialmente peligrosa para la humanidad, como la IA, con la energía nuclear, es importante destacar que hoy en día, la energía nuclear se considera una parte crucial de las estrategias para abandonar los combustibles fósiles y combatir el cambio climático.

Microsoft está investigando reactores nucleares más pequeños y modulares (SMR) que se construyen con unidades prefabricadas, lo que teóricamente los hace más asequibles y confiables que los reactores más grandes y antiguos de la red actual.

El renacimiento de la energía nuclear se ve como una oportunidad para avanzar en la lucha contra las emisiones de carbono y el cambio climático.

A pesar de los riesgos asociados con la IA, se argumenta que su desarrollo continuará, ya que también puede ayudarnos a abordar desafíos y catástrofes futuras que ni siquiera estamos considerando en la actualidad.

En última instancia, está por verse el futuro que depara a la humanidad el uso de la IA y también esperan por respuestas los efectos del cambio climático.

Netflix planea abrir ubicaciones físicas.

Netflix cerró recientemente el antiguo servicio de DVD de pedidos por correo que provocó el cierre de tiendas de videos en todo el mundo y marcó el comienzo de la era del streaming. Pero ahora la empresa parece estar adoptando el ladrillo y el mortero.

Según un informe de Bloomberg que cita a Josh Simon, vicepresidente de productos de consumo de la compañía, Netflix pretende abrir una red de tiendas que ofrezcan venta minorista, comidas y entretenimiento en vivo que aprovechen sus programas de televisión y películas.

Netflix no ha anunciado qué venderá en las ubicaciones; No está claro si los DVD o cualquier tipo de medio físico formarán parte del inventario.

El transmisor planea abrir las dos primeras de estas ubicaciones de la "Casa Netflix" en ciudades no anunciadas de los EE. UU. en 2025. Espera expandir el concepto a las principales ciudades del mundo a partir de entonces.

"Hemos visto cuánto les encanta a los fanáticos sumergirse en el mundo de nuestras películas y programas de televisión", dijo Simon a Bloomberg. "Y hemos estado pensando mucho en cómo llevar eso al siguiente nivel".

Netflix no respondió de inmediato a la solicitud de comentarios de NPR.

Aunque Disney, un importante competidor de Netflix, ha estado en los espacios minoristas, gastronómicos y de entretenimiento en vivo durante décadas, dichas ofertas aún no han sido parte de la marca principal de Netflix. Pero la empresa ha estado incursionando recientemente en estas áreas.

A principios de este año, el transmisor abrió un restaurante temporal en Los Ángeles con elementos de menú creados por chefs asociados con programas de cocina de Netflix. La compañía también ha lanzado tiendas temporales que ofrecen productos de su exitoso programa *Stranger Things* en ciudades como París, Las Vegas y Chicago.



También participó en *The Queen's Ball: A Bridgerton Experience*, una producción itinerante que recreó decorados del programa *Bridgerton* de Netflix con actores, música en vivo y baile.

No es inusual que las marcas exitosas en línea graviten hacia el mundo físico. Amazon, por ejemplo, abrió tiendas físicas y adquirió Whole Foods Market.

"Netflix es un ecosistema. Abrió una tienda de productos hace un par de años. Está invirtiendo en juegos móviles. Es más que un simple lugar al que gravitar tu control remoto al final de un largo día", dijo Rick Munarriz, un analista senior de medios de la empresa de asesoramiento de inversiones *The Motley Fool*, en una declaración a NPR. "El éxito en el mundo real a través del entretenimiento basado en la ubicación es el botín de la victoria para un creador de tendencias líder. Si Disney y NBC Universal pueden operar parques temáticos, le doy a Netflix una oportunidad decente de tener éxito con esta empresa".

Pero el crítico de NPR TV Eric Deggans está menos convencido de las incursiones de Netflix en el mundo real.

"Parece que Netflix está intentando hacer lo que hace Disney", dijo Deggans. "Pero Disney ha estado haciendo lo que hace Disney durante mucho tiempo. Y la cantidad de dinero que Netflix tendría que gastar para competir con ellos no tiene ningún sentido para mí".

Deggans añadió: "Creo que es una especie de experimento extraño que probablemente no harán durante mucho tiempo".



OCDE y su propuesta de impuesto a servicios digitales.

La propuesta de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) de modificar los impuestos globales a servicios digitales haría necesario, por ejemplo, que México elimine los ya existentes, lo que eventualmente impactará a los usuarios, ya sea con menores o mayores costos.

La OCDE publicó un tratado multilateral que propone sustituir la combinación de impuestos nacionales sobre los servicios digitales, si es ratificado por un número suficiente de países.

Recordemos que desde el 1 de junio de 2020, con el nuevo esquema mediante el cual las empresas extranjeras que prestan servicios digitales a usuarios en México, por medio de aplicaciones, están obligadas al pago del 16% Impuesto al Valor Agregado (IVA) por sus servicios.

Por lo que de aplicarse el tratado publicado ayer, México tendría que eliminar los impuestos que aplica actualmente y apegarse a los establecidos por la OCDE, señaló Ariana Martínez, integrante de la Comisión de Desarrollo Fiscal del Colegio de Contadores Públicos de México (CCPM).

Si bien eso conllevará un ajuste en materia de regulación fiscal, todavía será necesario conocer cómo se aplicarán esos impuestos, qué tasas serán aplicables y los beneficios que tendrán empresas como plataformas.

El tratado de la OCDE se basa en las normas para la fiscalidad transfronteriza de las empresas multinacionales, acordadas en 2021 por casi 140 países, pero cuya aplicación está resultando lenta y complicada.

Esas normas establecen un tipo impositivo mínimo de 15%, que los países deben empezar a aplicar a partir del próximo año.

En México, al 31 de agosto de este año, se encontraban inscritos en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC), 196 prestadores de servicios digitales, entre ellos Uber, Netflix, Spotify, Airbnb y Amazon.

A nivel internacional, la experta consideró que este cambio va a representar una "dura amenaza" a la estabilidad de todo el sistema fiscal, porque implicará cambiar el régimen de pago de los impuestos digitales nacionales. Sin embargo, resaltó que lo que se busca es aplicar una sola tasa, de modo que las multinacionales dejen de instalarse en los países con los impuestos más bajos o donde no los hay.

De acuerdo con diversas naciones, el fragmentado sistema fiscal mundial permite a dichas empresas - en particular a las grandes tecnológicas estadounidenses como Google- pagar pocos impuestos en las jurisdicciones donde obtienen grandes ingresos, por lo que algunas implementaron sus propios impuestos digitales, como México. Para entrar en vigor, los 30 países que albergan 60% de las empresas multinacionales afectadas tienen que ratificar el tratado.



Passwordless: Un cambio de paradigma en la autenticación.

Las tecnologías passwordless (sin contraseña) representan una nueva y poderosa forma de abordar la autenticación en la era digital. A pesar de haber estado presente en el mercado durante varios años, su adopción aún no es generalizada. La contraseña tradicional ha sido durante mucho tiempo el pilar fundamental para acceder a servicios digitales, redes sociales, banca en línea, sistemas empresariales y correo electrónico, entre otros. No obstante, las contraseñas a menudo se convierten en el eslabón más débil de una estrategia de seguridad.

La tecnología passwordless busca eliminar completamente el uso de contraseñas tradicionales. La autenticación passwordless es un enfoque de seguridad que busca prescindir de contraseñas tradicionales. Contrario a depender de contraseñas que pueden ser vulnerables a ataques de fuerza bruta, ataques de diccionario o phishing, passwordless utiliza métodos de autenticación más robustos y convenientes como la autenticación biométrica, por token, por correo electrónico o SMS, por aplicaciones móviles y por clave pública.

Este tipo de autenticación se basa en la criptografía simétrica, por lo que utiliza una clave pública y una privada. Si bien pudiera sonar complicado, este proceso es bastante sencillo, y lo es porque parte de que el usuario final que conoce, ni memorizar una clave privada. Esta estará almacenada de

forma segura en un dispositivo de confianza, como su teléfono inteligente.

Otro de esos dispositivos de confianza puede ser una llave de seguridad USB, que es un dispositivo físico que se utiliza para proporcionar una capa adicional de seguridad en el proceso de autenticación en línea. Su principal función es ayudar a proteger cuentas y sistemas de acceso no autorizado al requerir que el usuario tenga físicamente la llave USB y la conecte al dispositivo en el que está intentando iniciar sesión.

La ventaja de usar tecnologías sin contraseña como estas es que no tienen que usarse contraseñas complicadas; bastará con capturar un número de cuatro dígitos (PIN) fácil de recordar, autenticarse mediante nuestra huella digital o rostro. La clave radicará en el dispositivo de confianza, sin el cual no se podrá tener acceso a servicios, sistemas o aplicaciones. Los beneficios de esta tecnología passwordless son:

- **No emplear más contraseñas. Ya no es necesario recordar contraseñas complicadas.**
- **Reducción del riesgo. El riesgo de ataques se reduce significativamente, ya que los ciberdelincuentes no pueden acceder sin el dispositivo de confianza.**
- **El usuario no tendrá que recordar contraseñas complejas, ni las tendrá que reutilizar para diferentes servicios o sistemas.**
- **Con estos tres beneficios, los flujos de trabajo serán mucho más ágiles. Utilizar el reconocimiento de huellas digitales, el iris o el rostro se convierte en uno de los puntos más robustos de la ciberseguridad.**

En conclusión, passwordless no es una tecnología, no es una arquitectura; es un cambio de paradigmas y mentalidad, en el que debe hacerse consciente al usuario final de que existe una nueva forma de autenticarse de forma más confiable y conveniente.



Proyecto Kuiper: Amazon se plantea proporcionar servicios de internet de banda ancha desde la órbita terrestre.



Amazon tiene como objetivo probar su capacidad para proporcionar servicios de Internet de banda ancha desde la órbita terrestre, al lanzar los primeros satélites de prueba para el proyecto Kuiper se apresura a construir una extensa constelación de Internet desde el espacio para competir con Starlink de SpaceX.

Los satélites de prueba despegaron a bordo del cohete Atlas V de United Launch Alliance en Florida como parte de la misión 'Protflight'.

Estos satélites, que Amazon esperaba tener en el espacio hace un año, tienen como objetivo probar la capacidad de la compañía para proporcionar servicios de Internet de banda ancha desde la órbita. Esta será la primera prueba en vuelo de la ambiciosa iniciativa del Proyecto Kuiper, para la cual la empresa se ha comprometido a invertir más de 10 mil millones de dólares.

Al igual que Starlink de SpaceX, Kuiper tiene como objetivo proporcionar cobertura global con una constelación de 3.236 satélites en órbita terrestre baja. Los clientes que adquieran las pequeñas terminales podrán enviar y recibir señales de estos futuros satélites.

Kuiper es solo una de las muchas megaconstelaciones de banda ancha planeadas

para esta década, pero aspira a ser el segundo servicio operativo para consumidores individuales, después de Starlink.

Si bien Starlink ha demostrado que existe un mercado para Internet de baja latencia desde el espacio, no está claro cuán rentable será el segmento directo al consumidor y si Amazon podrá hacerlo funcionar.

Para cumplir con su licencia bajo la Comisión Federal de Comunicaciones, que regula las frecuencias para comunicarse con satélites, Amazon debe tener la mitad de su constelación planificada en órbita para mediados de 2026.

En 2022, la compañía firmó un contrato para 83 lanzamientos de cohetes destinados a desplegar satélites Kuiper a través de tres proveedores diferentes, marcando la mayor adquisición comercial de vehículos de lanzamiento de la historia.

Sin embargo, surge la pregunta de cuántas personas podrán realmente pagar los precios que se cobran por Internet a través de estas megaconstelaciones, especialmente considerando que muchas ya tienen acceso a banda ancha por cable en gran parte del mundo desarrollado y en las ciudades más grandes.

Qué es el **dropshipping**.

El dropshipping es una manera de iniciarse en el comercio digital relativamente barato y que puede llegar a ser ventajoso, tiene que ver con la posibilidad de vender productos a través de internet sin que se tenga que contar con un stock propio para hacerlo, sino más bien aprovechar el stock, la logística y las posibilidades de envío de un tercero.

Hay empresas que ofrecen la modalidad de dropshipping para emprendedores que quieran aprovecharlo. Es decir, precios competitivos, se encargan de enviar los productos al cliente final, y el emprendedor colocará los productos en la tienda a un precio mayor, que será su ganancia, y gestionará todas las relaciones con los clientes.

El dropshipping es un proceso de compraventa en el que el vendedor, que en este caso es una tienda online, ofrece un producto a la venta, pero cuyo stock está realmente en un proveedor de dropshipping, que a menudo es un fabricante o un mayorista.

Cuando un cliente de esa tienda realiza un pedido del producto que está bajo régimen de dropshipping, la tienda envía dicha solicitud al proveedor original, y el proveedor se encargará de enviar el producto directamente al cliente final, sin que la tienda tenga que intervenir.

En ese proceso, la diferencia entre el precio de venta al cliente final y el precio de compra de la tienda online al proveedor de dropshipping será la ganancia del negocio. Y en algunos casos, es una ganancia que podría justificar dicha idea de inversión.

La principal ventaja del dropshipping frente a otros métodos de creación de tiendas online es que se puede comenzar con muy poco dinero. Incluso,

si se tienen conocimientos de marketing, de diseño de tiendas online o se cuenta con herramientas de gestión de clientes que sean gratuitas y de calidad, podría decirse que se inicia a coste cero.

Pero además de eso, hay otras ventajas interesantes:

Variedad en el stock: al no requerir de espacio físico para su almacenamiento, la imaginación es el límite de todo lo que se puede ofrecer a los clientes finales.

Validar ideas en el mercado: a menudo, algunas tiendas "normales" quieren probar si un producto es demandado o no. En lugar de invertir en comprar dicha mercancía, una idea menos riesgosa es colocarlos en stock mediante el dropshipping. Así, es posible ver si se vende, si hay ganancias, y si no las hubiera, tranquilamente se retiran de la tienda online.

Reducción del coste operativo: vender productos requiere facturación, preparación de envíos, embalaje, gestión de stock, gestión de comunicaciones con clientes y demás. En el dropshipping, la tienda solo vende. El resto lo hace el proveedor de dropshipping.



Qué son las redes privadas y cuál es su utilidad.

Las redes privadas son redes móviles que funcionan de forma muy similar a las redes públicas, es decir, aquellas mediante las cuales cualquier persona puede conectarse a Internet si cuentan con un dispositivo compatible y un plan de servicio. Pero, como su nombre lo indica, se trata de una solución privada porque se establece para un usuario en específico, generalmente empresas y organizaciones con necesidades de conectividad particulares.

Nestlé, por ejemplo, desarrolló junto con la empresa de telecomunicaciones Ericsson una red privada 5G para conectar una de sus fábricas en Brasil. Vodafone instaló también una solución privada en el Centro Tecnológico de Automoción de Galicia, España, donde se prueban, elaboran y validan vehículos autónomos.

Cuando hablamos de redes privadas, entonces nos referimos a una especie de modelo a escala de una red pública, pero mucho más eficiente, dado que su administración es interna y está a cargo de la propia empresa o de un operador que atiende únicamente los requerimientos de dicho cliente.

¿Te ha pasado que estás conectado a Internet y el servicio comienza a fallar o ponerse lento en horas pico, como por la noche? Esto puede suceder porque muchas personas están utilizando la misma conexión al mismo tiempo, no sólo en tu hogar sino en tu zona de cobertura.

Por ejemplo, cuando sucede un sismo las redes móviles suelen "caerse" o presentar fallas, en parte debido a que una gran cantidad de personas intentan comunicarse con sus seres queridos para saber si se encuentran bien.

Esta congestión e inconvenientes de la red de conectividad enojan y afectan a las personas de a pie, pero en el caso de las empresas y organizaciones representan un serio problema que puede generarles pérdidas económicas, costos operativos e incluso afectaciones a su capital humano.

Por esa razón, las redes privadas buscan dar respuesta a las necesidades concretas de las diferentes empresas e industrias, brindándoles exactamente la capacidad, velocidad y latencia que necesitan para que sus procesos se lleven a cabo de manera eficiente incluso en entornos exigentes.



Reino Unido: Aprobación final al acuerdo **Microsoft-Activision**.

El regulador británico aprueba la oferta de Microsoft por Activision Blizzard.

La Autoridad de Competencia y Mercados del Reino Unido (CMA), el regulador británico, dio su aprobación final a la oferta revisada de Microsoft, valorada en 75.000 millones de dólares, para adquirir la empresa de videojuegos Activision Blizzard, conocida por la popular franquicia Call of Duty.

Esta decisión marca el cierre de una batalla que se prolongó durante casi dos años, después de que la CMA bloqueara la oferta original de 69.000 millones de dólares presentada en abril pasado.

La CMA había expresado previamente su preocupación sobre la adquisición, pero finalmente concluyó que no resultaría en una disminución sustancial de la competencia.

El acuerdo revisado incluye la concesión de los derechos para distribuir los juegos de Activision a través de la nube a la compañía francesa de videojuegos Ubisoft.

No obstante, Microsoft retendrá el control de títulos clave como Call of Duty, World of Warcraft y Candy Crush, que son fuentes significativas de ingresos para la empresa.

Según la CMA, el acuerdo revisado allana el camino para que la transacción se lleve a cabo a nivel mundial y preservaría los precios competitivos en la industria del juego, además de proporcionar a los consumidores más opciones y servicios mejorados.

A principios de este año, tras el bloqueo inicial de la adquisición por parte de la autoridad de competencia, el presidente de Microsoft, Brad Smith, calificó la decisión de la CMA como perjudicial para el Reino Unido.

ACTIVISION BLIZZARD



La directora ejecutiva de la CMA, Sarah Cardell, señaló que con la venta de los derechos de transmisión en la nube de Activision a Ubisoft, se han asegurado de que Microsoft no tenga un control absoluto sobre este mercado en rápido desarrollo.

Además, enfatizó que toman decisiones sin verse influenciados por consideraciones políticas o presiones de grupos empresariales.



Unión Europea: Se profundiza el lobby para que las bigtech financien parte de las redes 5G.

La Unión Europea (UE) parece tener decidido que obligará a las big tech a hacerse cargo de las inversiones en infraestructura de redes que hoy están a cargo, mayormente, de las operadoras de telecomunicaciones. El jefe de industria de la UE, Thierry Breton, decidirá en los próximos días una estrategia para activar a partir de 2024 y estará orientada a que las grandes empresas digitales financien el despliegue de 5G en la Eurozona.

Se trata de un reclamo añejo de las grandes operadoras de telecomunicaciones, Telefónica, Orange, Deutsche Telekom, Telecom Italia y Vodafone, que lo llaman "contribución justa".

De hecho, en estos mismos días, las asociaciones que las representan volvieron a poner el tema en la agenda, en coincidencia con los números que circulan en torno al déficit de inversión en redes, estimado en unos 200.000 millones de euros. El objetivo es que Google, Meta, Netflix, Microsoft y Amazon asuman parte de las inversiones en redes porque gran parte del tráfico se debe a los servicios que brinda, particularmente, los vinculados con el video.

La expectativa inicial es que este mismo año se definiera alguna legislación en ese sentido, luego de un proceso de consulta pública realizado por el comisario francés, ex director ejecutivo de France Telecom. Ahora, la mira está puesta en el año próximo y en lo que sucederá con los objetivos a largo plazo de la Comisión Europea, que incluiría el asunto referido.

Se trata de la preocupación por los movimientos que los fondos de inversión están realizando en el mercado de las telecomunicaciones. Se estima que las discusiones abarquen varios encuentros que realizará la Comisión en semanas sucesivas.

Que el sector de las telecomunicaciones europeo esté tan activo en relación a este tema durante estos días responde a un factor concreto: en este mes de noviembre finaliza el mandato de la actual Comisión, y se necesitan definiciones urgentes.

El lobby está encaminado a que lo que se disponga ahora comience a ejecutarse a partir del año próximo.



Chile: Gremio de call center se reestructura y transforma en Asociación de Empresas de BPO (BPOCH).

Con el objetivo de continuar desarrollando la industria de servicio al cliente, abordando las nuevas tendencias, fortalecer la entidad como referente en este mercado y brindar mejores beneficios a sus asociados, la Asociación Gremial de Empresas de Call Center se encuentra en un proceso de reestructuración que apunta a posicionarla ahora como Asociación Gremial de Empresas de BPO (Business Process Outsourcing).

Dada la evidente evolución que ha tenido la industria del call center de la mano de nuevas tecnologías y enfoques, la Asociación Gremial de Empresas de Call Center (ACEC) se encuentra en pleno proceso de reestructuración tendiente a potenciar el enfoque integral que hoy se requiere para abordar el servicio al cliente.

Luis Acevedo Giglio, Presidente de la Asociación: "El teléfono es uno de los tantos canales con los que interactuamos, por lo que, de gestionar interacciones, hoy pasamos a gestionar procesos, formando una nueva Asociación Gremial de Empresas de BPO Chile A.G, BPOCH".

La asociación está compuesta, además, por Andrés Canistra, Vicepresidente; Juan Manuel Alonso, Tesorero; Iván Morero, Secretario; Luis Rodríguez, Director y cuenta con 16 empresas socias.

Entre sus principales objetivos busca fomentar las buenas prácticas para fortalecer esta industria en Chile, la que provee una gran fuerza de trabajo para las personas en el país, junto con potenciar acuerdos con importantes partners tecnológicos, de educación, servicios, entre otros, para poner a disposición de los actores del rubro las últimas tendencias que están liderando en el mercado.

Agrega Acevedo: "Hoy somos un libro en blanco, que debemos completar con todo lo que contribuya al progreso de nuestro sector, generando un impacto positivo en nuestros socios y valor para los clientes de estos últimos (...) En nuestro sector damos trabajo a más de 30 mil personas, y para muchos es su primer empleo. Estoy seguro que desde ese primer empleo podemos contribuir al desarrollo del país, aprovechar nuestra fortaleza académica en nichos específicos y convertirnos en un polo de exportación para el mercado europeo o norteamericano".

A futuro, BPOCH también aspira a una certificación o sello de la Asociación, que garantice un estándar mínimo en la industria. "Con el paso de los meses iremos decantando todas las ideas y ejes de trabajo que desarrollaremos, teniendo con certeza muy buenas noticias para nuestros socios y la industria en general. Esto último, dado el alto valor que agregaremos al mercado", finaliza el Presidente.



Bolivia: Más de 30 mil ciudadanos conocieron los beneficios de la Inteligencia Artificial.

Durante diez días de la Expocruz 2023, la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes – ATT socializó los beneficios y riesgos del uso de la Inteligencia Artificial en las diferentes áreas en las que se desarrollan los ciudadanos, teniendo como resultado más de 30 mil visitantes que aprendieron a utilizar las herramientas tecnológicas y crear contenidos novedosos y creativos.

En palabras de director ejecutivo de la ATT, Néstor Ríos: "Estamos entrando a la quinta revolución industrial donde la Inteligencia Artificial (IA) está teniendo un rol muy importante para todo, por ejemplo: los servicios, los bienes, la salud y la educación. Por ello, nuestra sociedad tiene que estar preparada para acoger a la IA en las áreas de su vida, pero de manera productiva y positiva, haciendo un manejo ético y responsable".



El stand de la ATT, bajo el hashtag #DescubreLaIAEnBolivia, contó con tres estaciones en las que las personas podían experimentar con la Inteligencia Artificial. La primera fue un recorrido interactivo, utilizando lentes de realidad virtual que mostraron cómo se puede implementar la IA en campos como la educación, emprendimientos económicos, salud y entretenimiento.

La segunda estación que los visitantes de la feria conocieron fue la más experiencial, ya que interactuaron con diversas herramientas IA, disponibles para el público en general, como Leonardo.ai para generar imágenes, Kits.ai para simular voces de personajes famosos y ChatGPT para realizar conversaciones con la Inteligencia Artificial acerca de cualquier tema.

La autoridad del Ente Regulador indicó que las personas que visitaron el stand de la ATT, "aprendieron a generar contenido creativo porque debemos entender que lo positivo de la IA es que nos permite desarrollar soluciones de manera rápida, así como resolver necesidades a un clic".

El stand de la ATT también contó con profesionales en tecnología que brindaron información acerca de los riesgos del uso irresponsable de la Inteligencia Artificial, a través de material interactivo. También, se invitó a las personas que participen del desafío creativo, en el que debían generar imágenes creativas con IA sobre varios tópicos de Santa Cruz. Las mejores creaciones están publicadas en las redes sociales de esta entidad pública.

"La IA traerá una revolución en el mercado laboral, que hará que apuntemos a otro tipo de profesiones, por eso es fundamental que todos los profesionales entren al mundo de la IA para aprovechar sus beneficios y contextualizarse en lo que será la competencia, a nivel nacional y mundial", enfatizó Ríos.

Chile: El 45% de las personas invertiría en criptomonedas como forma de ahorro.



El informe anual de blockchain de Sherlock Communications, que destaca aspectos clave del panorama de las criptomonedas, incluyó insights exclusivos de 3.500 personas sobre el estado actual de las criptomonedas y blockchain en seis países de Latinoamérica: Chile, Brasil, México, Argentina, Colombia y Perú.

Se encontró que a medida que el panorama regulatorio comienza a cambiar, las autoridades han estado trabajando para desarrollar las monedas digitales del Banco Central (CBDC), y los actores institucionales han podido ingresar al ecosistema de manera significativa.

De hecho, el 2022 fue el año en el que los bancos, las fintech, los intercambios centralizados y los fondos de cobertura crearon interfaces mejoradas y comenzaron el proceso de facilitar la adopción de criptomonedas de varias maneras diferentes.

Luiz Hadad, principal investigador de blockchain en Sherlock Communications, destacó que "el ecosistema criptográfico está cambiando constantemente, y esta vez hay dos aspectos principales a considerar al leer el Informe 2023: estamos en un mercado bajista y enfrentamos mucha presión regulatoria.

Desde el colapso de la moneda estable Terra Luna y el fraude en el intercambio criptográfico FTX, los reguladores de todo el mundo (especialmente en los EE. UU.) están observando el espacio de cerca, tomando medidas para proteger a los inversores y sus mercados nacionales".

El 35% de los latinoamericanos ven las criptomonedas como una inversión segura y existe

la percepción de que la región se está poniendo al día con el resto del mundo. En el caso de Chile, por ejemplo, se destaca que el 45% de los chilenos invertiría en criptomonedas como una forma de ahorro, lo que se traduce en que casi la mitad de la población las ve como inversión segura, superando por seis puntos porcentuales a quienes aseguraron que no invertirían en ninguna circunstancia.

A pesar de la creciente inflación, la inversión en crypto como medio de protección contra la inestabilidad financiera es sólo el quinto motivo de inversión más popular, citado por sólo el 28% de los chilenos, bajo el promedio latinoamericano (32%).

El estudio también reveló que casi la mitad (46%) de los chilenos encuestados quieren plataformas de criptomonedas seguras y fiables, mientras que el 45%, además, desea que sean fáciles de usar y que no requieran de muchas habilidades.

Dentro de los principales motivos de quienes no invierten actualmente, se destaca la falta de información y conocimiento sobre el tema (46%); la escasez de recursos para destinar a inversión (38%) y la preocupación por la inestabilidad y variabilidad de la moneda (37%).

Los potenciales inversores están observando de cerca cómo los gobiernos regionales se mueven para introducir regulaciones. En este ámbito, el 24% de los chilenos dijo estar esperando una mejor regulación antes de invertir en criptomonedas.



Chile: Entel lidera experiencia 5G según OpenSignal.

De acuerdo con el último reporte de OpenSignal, empresa global especializada en el análisis y medición de la calidad de las redes móviles, Entel fue la ganadora en 11 de las 15 categorías que se midieron y obtuvo el mejor desempeño en redes móviles de Chile. Todo esto, basado en pruebas realizadas en todo el país entre mayo y julio de 2023.

Para realizar este reporte, se mide el uso de los teléfonos de usuarios reales de telefonía móvil, que descargaron la aplicación OpenSignal, en cuatro grandes dimensiones de la experiencia de conectividad.

En Experiencia Promedio o Total (Overall Experience), Entel obtuvo la mejor puntuación en cuatro de cinco categorías; mientras que en Experiencia 5G ganó en todas las áreas, entre las que se consideran experiencias en videojuegos, velocidades de subida y bajada, aplicaciones de voz, así como reproducción y streaming de video; además, triunfó en la categoría de Calidad Consistente.

En palabras de Manuel Araya, gerente de Regulación y Asuntos Corporativos de Entel: "El resultado de este último informe de OpenSignal es un claro reflejo del compromiso de Entel con la entrega de un servicio de primer nivel para nuestros clientes.

Hemos hecho un gran esfuerzo técnico y humano en el despliegue de nuestra red 5G, con lo que llegamos con esta nueva tecnología a localidades aisladas y remotas, como Puerto Williams, Putre, Rapa Nui y el archipiélago de Chiloé, y nos alegra ver que este esfuerzo es consistente con la experiencia que tienen nuestros clientes, particularmente respecto a 5G".

Entel comenzó la primera fase de despliegue de su proyecto 5G en octubre de 2021 y la completó dos meses antes del plazo comprometido en las bases de licitación, en agosto del año pasado.

Este consideraba la cobertura de 270 comunas repartidas en todo el país, desde Arica a Puerto Williams. La segunda parte del despliegue, en tanto,

tuvo como foco completar la cobertura comunal, además de todas las capitales regionales y capitales provinciales, 199 hospitales públicos, 24 ministerios y 16 intendencias. Esta segunda etapa también consideró la cobertura de puntos de interés como aeródromos, aeropuertos, lugares de interés científico, universidades y puertos, donde se proyecta un uso más específico de la tecnología.



A la fecha, Entel ofrece servicios 5G en 315 comunas de Chile, y el consumo promedio mensual de sus clientes 5G aumentó un 50% entre enero y julio de este año, pasando de 6,7 gigabytes en enero a 10,6 gigabytes durante julio.



Chile: Modelo de **trabajo híbrido** entre las preferencias de **colaboradores y líderes para el futuro.**

Otras alternativas escogidas por los participantes fueron el modelo remoto, con una mejor calidad de vida (30%) y por último el formato presencial, facilitando focalizarse mejor en el trabajo (5%).

En palabras de Marcela Romero, Gerente de Manpower Business Professionals: "Durante los últimos años, los modelos de trabajo y de liderazgo han estado mutando muy rápidamente, y seguirán experimentando cambios, por lo que es fundamental que tanto las organizaciones como los talentos que las conforman, sigan muy de cerca las nuevas tendencias, y la mejor forma es no solo observar nuevas formas de trabajo y las vanguardias globales, sino que muy especialmente mirar lo que pasa dentro de las propias empresas".

En ese sentido, Marcela Romero destaca la necesidad permanente de escuchar, generar diálogo y consensuar formas para que finalmente las organizaciones cumplan su doble función, que es generar valor tanto para su cliente externo como para el interno.

Además de los formatos, una segunda encuesta apuntó a, cuáles áreas son las que tendrán un mayor crecimiento en los próximos años, específicamente en cuanto a liderazgo. Con una inmensa mayoría de las preferencias, el primer lugar fue para TI e Innovación (84%), seguido muy lejanamente de Marketing y Comunicaciones (9%) y Ventas y Negocios (7%).

Independiente del sector, los años recientes cambiaron fuertemente la forma de trabajar, acelerando en muchos casos la digitalización e impulsando los modelos híbridos.

Para los próximos 5 a 10 años, el 54% de las personas en Chile se visualiza trabajando en modelo híbrido, debido a que consideran que dicho formato entrega más productividad, de acuerdo con un sondeo de Manpower Business Professionals, una marca de ManpowerGroup Chile.

"Sin duda todo lo ligado a tecnología tiene un campo potencial de crecimiento muy mayor al de otras áreas, pero la clave, desde los liderazgos, es que la tecnología es algo transversal, que conversa con muchas áreas, y su manejo sin duda puede ser un motor de crecimiento para todas las demás, y que los líderes tecnológicos tienen una gran oportunidad en ese sentido", añade la ejecutiva.

Las encuestas fueron realizadas a través de LinkedIn y en ellas participaron más de 130 personas.

Chile: YouTube Tiktok y WhatsApp son las aplicaciones más utilizadas por los niños chilenos.

Un nuevo estudio de Kaspersky Safe Kids revela cuáles son las aplicaciones preferidas por los más pequeños: el Top 5 de los niños chilenos está liderado por YouTube, seguido por Tiktok, WhatsApp, Instagram y Chrome. Para entender mejor qué les interesa a los más pequeños del hogar al navegar por Internet, Kaspersky analizó las consultas en línea de los niños, basándose en datos anónimos, proporcionados voluntariamente por los usuarios de Kaspersky Safe Kids: las aplicaciones Android más solicitadas y las búsquedas más realizadas.

Los resultados mostraron que entre junio y agosto de 2023 las tres aplicaciones en Android más populares entre los pequeños de Chile fueron YouTube (20%), Tiktok (19%) y WhatsApp (13%). Instagram (10.5%) y Chrome (10%) ocuparon el cuarto y quinto lugar respectivamente.

En promedio, el 31% de los niños en Chile recibe su primer dispositivo móvil antes de los nueve años, a veces antes, y desde entonces, pueden aprender, explorar, hacer amigos, jugar, ver películas además de acceder a todo tipo de información y contenidos en el ciberespacio. En contraste, en la región solo uno de cada cuatro progenitores rara vez monitorea las redes sociales de sus hijos, y quienes menos lo hacen son los padres mexicanos, con 20%. En contraparte, los más preocupados son argentinos, brasileños y chilenos, con 28%. En el medio se ubican colombianos (24%) y peruanos (21%).

Lo que más buscaron los niños en la app más popular (YouTube) fueron los canales y bloggers de entretenimiento, retos o estilo de vida (21%). La clasificación "otros"

obtuvo un 21%, y suele contener memes e historias que no se incluyen en otras categorías. Los contenidos gamers ocuparon el tercer lugar, con un 15% de las búsquedas. Otras categorías que encabezaron la lista fueron música (13%), películas, dibujos animados, programas de televisión (12%) y videojuegos (9%).

Una de las principales tendencias fue Skibidi Toilet, una serie de dibujos animados en YouTube Shorts, creada por el influencer georgiano DaFuq!?Boom!. En cuanto a los bloggers e influencers en esta app, destacaron aquellos cuyos contenidos se enfocan en estilo de vida, retos, videos de unboxing y belleza. Mientras que en temas gaming, la miniserie de videojuegos Lacey's Games –que se convirtió en una web de terror– obtuvo un gran número de búsquedas e impulsó la creación de más contenido en la red debido a que varios gamers han rodado historias de terror basadas en el juego.

El canal My Story Animated, con sus series Lady Bug, My Little Pony, Peppa Pig y Helluva boss, sigue siendo el líder entre los creadores de dibujos animados. En cuanto a los programas de televisión, los dramas chinos We Fall In Love (2023) y Love Forever Young (2023) acapararon toda la atención de los niños.

Las tendencias musicales giraron en torno al K-pop: casi el 19% de las búsquedas estuvieron relacionadas con grupos surcoreanos como BlackPink, el cual lidera la sección.



Costa Rica: Avaya apuesta por el mercado creciente de Contact Center del país.

Avaya inició este primero de octubre su año fiscal 2024, y lo hizo con pasos firmes en su plan de expansión hacia Latinoamérica tocando tierra en Costa Rica.

Este proceso de expansión es dictado por el crecimiento del mercado de Contact Centers en algunos países. Esta primera parada en Costa Rica la hace junto con Dacas, su último aliado firmado en México, y juntos realizaron en San José un evento de Kick Off.

Ambas empresas, Dacas y Avaya, piensan tomar el mercado de los Contact Centers costarricenses y brindarles la posibilidad de abrir nuevos canales de atención desde la nube, sin que ello implique 'tirar' sus inversiones previas: Innovación sin interrupción, es la bandera que Avaya enarbola desde el ejercicio fiscal pasado.

De acuerdo con Arturo Vargas, director de canal, el mercado de Costa Rica no se acerca al número de posiciones que hay en México, pero es importante porque empiezan a exportar este servicio, tal como hace Colombia que destaca en su mercado BPO con soporte en español e inglés.

Desde la óptica del directivo, el mercado de Contact Centers Latinoamericano, es liderado por Colombia, en segundo lugar República Dominicana y ahora también Costa Rica, que empieza a dar servicios a empresas corporativas y farmacéuticas, pues Costa Rica es también blanco del nearshoring.

"Empresas de TI tiene sus fábricas de chips y cables en las zonas francas de Costa Rica, ahora el país empieza a ofrecer servicios de Contact Centers y queremos ser uno de sus proveedores", afirmó Arturo Vargas.

El nearshoring en Costa Rica hará crecer la demanda de nuevos canales y posiciones en el mercado de Contact Centers, atendiendo a clientes haciendo transacciones en todo tipo de verticales principalmente en transporte, la vertical con más oportunidades para el canal.

Con la ayuda de Dacas, Avaya reclutará canales costarricenses y aportará su tecnología a un mercado creciente en donde en 2024 se dispararán las oportunidades. Al mismo tiempo que explora las oportunidades de negocio en Costa Rica, Vargas planea retomar el acercamiento con canales mexicanos.

Este último trimestre del año calendario, Avaya estará cerca de los partners para ayudarles a cerrar bien el año y también para figurar dentro de los presupuestos de los clientes.

La empresa pondrá en marcha algunas promociones al canal para acelera el cierre de proyectos nuevos, y también premiará las renovaciones de la base instalada



Costa Rica: Estrategia de ciberseguridad asociada a 5G.

Paula Bogantes, titular del Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones (Micitt) de Costa Rica, en una conferencia de prensa señaló: "El Reglamento se basa en el principio de que nosotros estamos velando por la seguridad nacional del país y de sus habitantes, y por tanto, debemos atender las necesidades de telecomunicaciones vinculadas a las redes 5G y superiores", dijo para ofrecer precisiones sobre la estrategia de ciberseguridad que el país decidió llevar adelante y que presentó como "Reglamento sobre medidas de ciberseguridad aplicables a los servicios de telecomunicaciones basados en la tecnología de quinta generación móvil (5G) y superiores".

Esto sucede en un contexto en el que el país avanza en los preparativos de su subasta de espectro para 5G, a un año de haber sufrido una seria vulnerabilidad informática a los sistemas de la administración pública, como Hacienda y Salud, hechos que motivaron a considerar al tema como prioritario y que llevaron a delinear una estrategia para su gobernanza.

El impacto de aquel ataque fue notable. Según lo precisó la funcionaria, afectó a varias instituciones de Gobierno, cuya recuperación de datos osciló los 25 millones de dólares. "Debemos entender que un ataque de ciberseguridad es la pérdida de información", dijo la funcionaria y admitió que se perdieron muchas historias médicas, vinculados a tratamientos oncológicos y se debieron reprogramar, a mano, casi 80.000 citas médicas durante cuatro meses.

El Reglamento surgió a partir de la declaratoria de emergencia (Decreto Ejecutivo N°43542-MP-MICITT), entre las que se destaca el Decreto Ejecutivo Número 44196 que crea al reglamento aprobado en agosto, consustanciado con la normativa local, además de con convenios y recomendaciones internacionales, estándares técnicos (ISSO), más allá del convenio de Budapest, al que definió como "un marco legal para la cooperación internacional".

Y sentenció que "no estamos dejando afuera a ningún país competidor, más bien buscamos que los países que quieran competir -o las empresas operadoras o proveedores de hardware o software- tienen que cumplir con los requerimientos que se incluyen en este reglamento para poder participar".

Además, aseguró que el decreto es "respetuoso del principio de neutralidad tecnológica", dado que no exige el uso de una tecnología específica, aunque establezca criterios objetivos para garantizar la seguridad de las redes 5G o superiores.

"El reglamento atiende a una cuestión de seguridad nacional de los datos de los ciudadanos, a raíz del ataque de ciberseguridad que sufrimos en 2022. No es correcto decir que el país, al no tener ejército y al no ser una amenaza para ningún otro país, tenga su seguridad comprometida. En tiempos modernos, las guerras no solamente se defienden en territorios, sino que también se dan en el ciberespacio", dijo y comparó el suceso acaecido en el país que los lleva a tender estrategias para proteger la información de la población.





Latam: Hay 1000 mdd listos para impulsar sector tecnológico en la región.

Kaszek Ventures, la firma de capital riesgo más grande con sede en América Latina, dispone de 1.000 millones de dólares que recaudó a principios de este año, mientras espera concretar nuevos acuerdos y que las empresas más maduras se queden sin capital efectivo y potencialmente acepten nuevas valoraciones.

Tras un año récord en 2021 para el financiamiento de empresas tecnológicas en América Latina, los fundadores enfrentaron desafíos más exigentes en 2022, pero ahora han comprendido la necesidad de equilibrar el crecimiento y la rentabilidad, según el cofundador de Kaszek, Hernán Kazah.

Tras realizar dos inversiones en 2022, la firma, con sede en São Paulo, ha invertido en siete empresas hasta septiembre y se encuentra preparada para un mejor 2024.

Esta semana, la empresa anunció una inversión de 13 millones de dólares en la firma de tecnología financiera Cobre, con sede en Colombia.

El financiamiento para nuevas empresas tecnológicas se ha vuelto escaso a nivel mundial debido al aumento de las tasas de interés y al ajuste de los bancos centrales para controlar la

inflación. Sin embargo, en América Latina, la presión ha sido aún más intensa.

Las inversiones cayeron un 75% en el primer semestre de 2023 en comparación con los máximos de 2021, según datos de Lavca, una asociación sin fines de lucro dedicada a la inversión de capital privado en América Latina.

No obstante, las cosas están mejorando. Ante la falta de financiamiento de capital, muchas nuevas empresas latinoamericanas están recurriendo cada vez más a préstamos con intereses altos.

Kazah dijo que su empresa no ofrece financiamiento de riesgo, pero lo considera como una fuente complementaria de capital y está particularmente interesada en las empresas de tecnología relacionadas con el clima y en cómo las empresas utilizan la inteligencia artificial.

“Los fundadores han ajustado sus expectativas y están dispuestos a obtener financiamiento en las condiciones actuales del mercado. Aunque todavía existe una brecha significativa en comparación con 2021, las cosas están mejorando”, concluyó.

México: Abren laboratorio de producción virtual con Inteligencia Artificial.

La alianza entre tres empresas mexicanas: Ledec Technology, iDigital Creative Studio y Borderless Content Academy ayudó a la apertura del CDMX Virtual Producción XR Lab Studio, el primer complejo de producción virtual que utilizará Inteligencia Artificial (IA).

La inversión para este laboratorio fue de 50 millones de pesos y tiene el objetivo primero de liderar la investigación y el desarrollo de todo el flujo de trabajo necesario para la creación de estudios de producción virtual de última generación.

Ledec Technology, como la principal empresa de tecnología LED en México, contribuirá con su experiencia en tecnologías de pantallas LED de alta resolución y calidad para el desarrollo de este nuevo foro de producción virtual.

iDigital Creative Studio, por su parte, es líder en la integración de la producción virtual y el desarrollo de software avanzado.

Borderless Content Academy colaborará con Optic8 Seattle, Infinite Reality Los Angeles, UCSD San Diego, SAE Institute CDMX, y diversas universidades internacionales para capacitar y crear especialistas en técnicas avanzadas cinematográficas para exportación.

Las acciones en el laboratorio incluyen la fabricación de hardware propietario con pantallas LED de alta resolución y calidad competitiva a nivel mundial, así como el desarrollo de software de vanguardia.

Gabriel Sebastián Reyes, portavoz de la nueva compañía, explicó en entrevista que la industria del entretenimiento toma mayor relevancia dado las producciones e inversiones que se reportan anualmente.

Con los centros de educación de Baja California y de la Ciudad de México, el nuevo estudio CDMX Virtual Producción XR Lab Studio busca ser una apuesta para la industria de talla internacional.

Reyes explicó que la idea del proyecto contempla apoyar a productoras locales y plataformas de streaming como Prime Video, HBO Max, entre otras.

Explicó que el uso de la producción virtual en conjunto con la IA ofrece ventajas en la producción de películas, programas de televisión, publicidad y videojuegos, entre otros, así como eficiencia de costos, flexibilidad creativa y control.

Citando datos de la consultora Olsberg SPI, Reyes recordó que la Inversión Extranjera que ingresó al País por producción audiovisual en México fue de 12 mil millones de pesos en 2022, y ha mejorado sustancialmente en el 2023, citó el representante.



México: El impacto de los Contact Centers en la gestión de recursos humanos.

En México los contact center están desempeñando un papel fundamental en la gestión de recursos humanos. La creciente digitalización, la búsqueda constante de una experiencia de empleado excepcional y la adaptación a un entorno laboral cada vez más omnicanal, los convierten en un epicentro crucial de la estrategia empresarial en la era digital mexicana.

En menos de cuatro años, el número de interacciones gestionadas por los contact centers se ha duplicado, lo que los sitúa en una posición estratégica para las empresas, ya que pueden ser un factor determinante en la retención y adquisición de talento.

La forma en que se brinda atención a los empleados ha evolucionado, pasando de la comunicación física y presencial a un enfoque en medios digitales. Esta tendencia continuará en aumento a medida que las nuevas generaciones, que prefieren medios digitales, ingresen al mercado laboral. Estos cambios en la dinámica laboral plantean dos desafíos principales para las empresas y las instituciones en términos de recursos humanos, según señala Pentafon:

Experiencia del empleado omnicanal: Los empleados actuales esperan ser atendidos de manera inmediata y a través del canal que más les convenga. Las empresas deben asegurarse de que su estrategia de recursos humanos esté totalmente alineada, brindando una experiencia omnicanal que abarque voz, correo

electrónico, mensajería instantánea y redes sociales. Esto garantiza un seguimiento integral a lo largo del ciclo laboral de los empleados, sin importar cuántos canales utilicen.

Integración de tecnología avanzada: Para garantizar una atención eficiente y de alta calidad, los departamentos de recursos humanos deben incorporar tecnologías avanzadas. La inteligencia artificial (IA) desempeña un papel crucial en este aspecto, no para reemplazar a los profesionales de recursos humanos, sino para complementar y mejorar sus capacidades. Los chatbots y asistentes virtuales, utilizando tecnología como ChatGPT, pueden ayudar a agilizar la consulta de información y realizar tareas repetitivas de manera más eficiente.

La capacidad de acceso inmediato a la información ha vuelto a los empleados más informados y exigentes. Las empresas deben comprender en tiempo real las necesidades y expectativas de sus trabajadores. La tecnología de análisis de voz y texto, conocida como Speech y Text Analytics, permite a los departamentos de recursos humanos escuchar activamente a los empleados y comprender sus requerimientos para tomar decisiones más informadas.

El objetivo último de los departamentos de recursos humanos no es solo gestionar las solicitudes de los empleados de manera eficiente, sino también anticipar sus necesidades. Esto se logra mediante la integración de tecnología en la gestión de recursos humanos.



México Superados los 139 millones de líneas celulares.

El número de líneas celulares en México alcanzó los 139.3 millones, con un crecimiento anual del 4.2%

El mercado de servicios de telecomunicaciones móviles en México ha alcanzado una etapa de madurez, según las últimas estadísticas del segundo semestre de 2023 proporcionadas por The Competitive Intelligence Unit (The CIU).

En este sentido, el número de líneas celulares alcanzó los 139.3 millones, con un crecimiento anual del 4.2%, con estos números, la penetración del servicio en relación con la población total ha alcanzado el 110.7%.

Durante el período de abril a junio de este año, solo se agregaron 367.000 nuevas líneas, y según The CIU, este crecimiento se debe principalmente a la adopción de segundas líneas.

Mientras tanto, las modalidades de contratación apenas han variado en los últimos años.

En el segundo trimestre de 2023, el 17.5% de las líneas móviles eran postpago, mientras que el 82.5% restante permanecían en prepago. Las líneas

postpago solo mostraron un avance de 0.1 puntos porcentuales desde el mismo período del año anterior.

A pesar de la desaceleración en el crecimiento de las líneas totales y las líneas postpago, el consumo de datos sigue aumentando.

El tráfico de datos promedio alcanzó los 6,276 MB al mes en el segundo semestre de 2023, lo que representa un incremento anual del 14.5%.

En contraste, los minutos de voz han disminuido en un 8.7%, llegando a 387 minutos mensuales.

Los mensajes de texto también han sufrido un drástico descenso, con solo 8 SMS promedio al mes, lo que representa una caída interanual del 27.3%.

Estos cambios en los hábitos de consumo están vinculados a la migración hacia las redes de nueva generación 4G y 5G, así como a una mayor utilización de la banda ancha móvil para diversas actividades como música, juegos y educación, según The CIU.



Panamá: Segunda fase del apagón analógico sería en 2024.

La segunda fase del apagón analógico de las señales de televisión en Panamá prevé completarse el 15 de enero de 2024, según la propuesta que estudia la Autoridad Nacional de los Servicios Públicos (ASEP).

El órgano regulador dijo que lanzará una consulta pública para definir el cronograma de la segunda fase de la migración a la televisión digital terrestre (TDT), en la cual se incluyen las provincias de Coclé, Herrera, Los Santos y Veraguas.

Si todo marcha como lo tiene previsto la ASEP, el país finalizará el apagón analógico en 2025, a tres años de haber iniciado formalmente con el proceso y luego de varios retrasos debido a cuestiones técnicas y a la pandemia.

La agencia considera que Panamá está cada vez más preparado para avanzar en la transición a la televisión digital. El 7 de septiembre de este año, la autoridad se reunió con los concesionarios de televisión abierta para abordar las condiciones del proceso.

De acuerdo con la ASEP, en dicha reunión ambas partes acordaron modificar la Resolución AN No. 3988-RTV para determinar que el apagado de señales analógicas se realizará con base en mediciones de cobertura de señal de la televisión digital. Anteriormente, los cronogramas del proceso se establecían de acuerdo con encuestas de las cuales se obtenía el porcentaje de hogares que se encontraban recibiendo la señal de los canales de televisión.

En fechas recientes, la autoridad dijo que ha verificado que los operadores de televisión han realizado las inversiones necesarias para emitir sus transmisiones digitales, por lo que incluso ya superan la cobertura de los canales analógicos que se ofrecen hoy día.

Lo anterior significa que la migración a la TDT podría avanzar más rápido en las diferentes partes del país, dado que, además, las empresas de TV

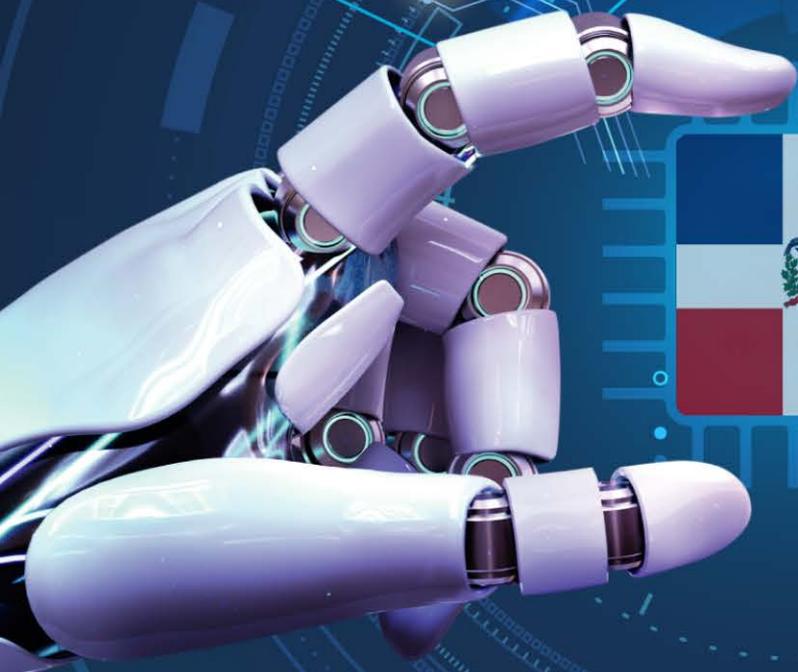
están asumiendo ahora un doble costo de operación, ya que transmiten simultáneamente a través de sus plataformas digitales y analógicas.

Por esa razón, la ASEP resaltó que es necesario acelerar la transición a la televisión digital. Actualmente, nueve concesionarios ya transmiten en el formato de TDT y existen 22 canales digitales abiertos.

El país se había propuesto en un principio finalizar el apagón analógico en 2020. Pero la crisis sanitaria generó aplazamientos en el calendario, debido a los inconvenientes en la cadena de suministro y el riesgo que implicaba dejar hogares desconectados durante un contexto en el que la televisión se usó para mantener a la población comunicada y para dar continuidad a la educación.

Tras contener la pandemia, Panamá volvió a retomar sus planes de migración a la televisión digital. Y en mayo de 2022, comenzó con el proceso en las provincias de Colón, Panamá y Panamá Oeste.

República Dominicana: Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial.



El gobierno de República Dominicana en conjunto con CAF diseñó una Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial con tres pilares: gobierno inteligente, talento humano e innovación y ser un hub de datos.

La hoja de ruta para impulsar la adopción de esta tecnología implica un enfoque ético y responsable.

Las principales metas abarcan propiciar la incorporación de la Inteligencia Artificial para que el país se inserte en la Cuarta Revolución Industrial, convertir la gestión pública en un gobierno inteligente, crecer la economía y dar paso a mejores servicios a la ciudadanía.

El documento contempla tres objetivos generales: desarrollar la Industria 4.0 con un enfoque basado en misiones; fortalecer la soberanía tecnológica y de datos; así como posicionar al país como un hub regional de Inteligencia Artificial.

Para alcanzar dichos objetivos, la ENIA detalla a su vez tres pilares de acción que incluyen medidas específicas:

Gobierno inteligente: consiste en la aplicación de tecnologías avanzadas de Inteligencia Artificial para la toma de decisiones gubernamentales, con el fin de

optimizar procesos y garantizar que la prestación de servicios sea más eficiente.

Hub de talento humano e innovación: la idea es integrar un hub con investigadores, desarrolladores, académicos y científicos, incubadoras y aceleradoras de startups, universidades y centros de investigación, empresas tecnológicas y de diferentes sectores para promover el desarrollo de talento local.

Hub de datos: República Dominicana busca desarrollar una infraestructura tecnológica avanzada para el procesamiento, almacenamiento y análisis de datos en el ámbito de la Inteligencia Artificial, y así ser proveedor de servicios de datos para América Latina y el Caribe.

Además, la estrategia dominicana tendrá una escala regional transversal, enfocada en promover activamente un ecosistema regional de IA, mediante la creación de asociaciones estratégicas con el sector privado, la academia y la sociedad civil en la región.

Luis Abinader destacó que la estrategia pretende impulsar la Inteligencia Artificial como herramienta de tecnología exponencial para automatizar los servicios públicos, acercando a la ciudadanía a una educación personalizada y crear en el país aplicaciones y softwares que conecten a la sociedad dominicana con un Estado más eficiente.



Venezuela: Mejoras en el sector telecomunicaciones.

En los últimos tres años, Venezuela ha logrado reducir su atraso en el ámbito de las telecomunicaciones gracias a la flexibilización de los controles sobre las tarifas de servicios y la agilización de los permisos para empresas privadas del sector. Estas empresas buscan implementar la tecnología 5G y expandir el acceso a Internet mediante fibra óptica, con el objetivo de modernizar el país.

Entre agosto de 2020 y agosto de 2023, Venezuela escaló 50 posiciones en la lista global de Speedtest sobre velocidades de conexiones de banda ancha fija, pasando de 6.15 megabits por segundo (Mbps) a 29.51 Mbps.

Pedro Marín, presidente de la Cámara de Empresas de Servicios de Telecomunicaciones (Casetel), señaló: "Definitivamente, ha habido una mejora muy significativa en el rezago tecnológico y en cuanto a las velocidades". Marín indicó que cerca del 60% de la población se ha migrado a la tecnología 4G o 4G+.

Marín explicó que la pandemia reveló debilidades en el sector, lo que llevó al Gobierno a realizar cambios importantes, como la liberación de tarifas que habían estado congeladas, lo cual brindó un impulso a las empresas. Esto les permitió invertir en nueva infraestructura, mantenimiento y compensar los daños causados por el vandalismo. Además, se ha acelerado el proceso de obtención de habilitaciones, lo que ha resultado en un aumento del 133% en el número de empresas privadas de telecomunicaciones desde 2017, según cifras oficiales.

Un total de 99 empresas, incluyendo 16 extranjeras, participaron en la primera feria internacional de las telecomunicaciones de Venezuela en septiembre, donde el presidente de Venezuela anunció planes para conectar a más de tres millones de hogares a Internet por fibra óptica a través de alianzas con empresarios locales e internacionales. Actualmente, 180.000 hogares cuentan con Internet a través de fibra.

El mandatario venezolano también ordenó financiar proyectos para fortalecer las telecomunicaciones y exoneró impuestos de importación, IVA y tasas aduaneras en los suministros comprados por las empresas para el desarrollo del sector.

A pesar de estos avances, Marín destacó que un desafío para la expansión del Internet en el país es el cobro por parte del Estado a las empresas proveedoras por el uso de las 'vías generales de telecomunicaciones', como sistemas subterráneos o de postes donde se instala la fibra.

Respecto a la implementación del 5G, Marín indicó que será un proceso gradual que requerirá inversiones considerables en equipos y radiobases. También es necesario mejorar el poder adquisitivo de la población para que pueda acceder a dispositivos 5G, lo cual es un desafío en un país con un salario mínimo equivalente a 3.7 dólares y donde solo el 15% de la población gana más de 300 dólares al mes.

Además, Venezuela necesita aumentar su ancho de banda internacional, lo que es complicado debido a las sanciones internacionales. También persiste la crisis eléctrica como un obstáculo para superar por completo el rezago en telecomunicaciones.

mejora tu
experiencia

in



La experiencia del cliente es nuestra pasión.

Las empresas que ofrecen una experiencia
de cliente positiva están más preparadas
para tener éxito en el mercado actual.

mejoratuexperiencia.com



África ha liderado el crecimiento mundial de la banda ancha desde 2020, según un informe de la UIT.

Con la transformación digital en curso, las inversiones están llegando a África para garantizar una conexión a Internet de calidad para las poblaciones. En los últimos tres años se han puesto en marcha nuevas infraestructuras de telecomunicaciones con este fin.

La demanda de servicios de Internet de alta velocidad en África ha ido aumentando desde 2020. Esta necesidad está teniendo actualmente un impacto directo en la capacidad de transmisión del continente, que ha registrado la tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) más rápida del mundo en los últimos tres años. indica la Comisión de Banda Ancha de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), en su informe "El estado de la conectividad digital de banda ancha 2023: una oportunidad transformadora".

Entre 2020 y 2023, se pusieron en funcionamiento una docena de nuevos sistemas de cables submarinos en el continente, lo que aumentó el ancho de banda total disponible en más de 70 terabits.

Además de cables como South Atlantic Inter Link, Orval, METISS, DARE1, EllaLink, Maroc Telecom West Africa, Equiano, 2Africa, etc., proveedores como Liquid Telecom también han desplegado miles de kilómetros de cable de fibra óptica terrestre.

A esto se suman las capacidades de datos de los sistemas de comunicación por satélite nacionales e internacionales como Eutelsat, YahClick, Intelsat, Starlink, OneWeb, etc.

En su Informe de movilidad de junio de 2020, la empresa de tecnología Ericsson informó que en el África subsahariana, hogar de más de la mitad de la población africana, el tráfico mensual de Internet por teléfono inteligente fue de 1,9 gigabytes en 2019. En junio de 2022, este tráfico mensual había aumentado a 4,7 gigabytes.

Ericsson estima que este crecimiento en el volumen de demanda alcanzará los 19 GB en 2028, sólo para consumidores individuales.

Sin embargo, el rápido crecimiento anual de la capacidad de transmisión de alta velocidad no siempre beneficia a todas las poblaciones africanas, a pesar de que el 83% de ellas están cubiertas por una red de telecomunicaciones (el 49% por 4G y casi el 30% por 3G), según la UIT.

La tasa de acceso a Internet es sólo del 33% (87% en Europa, 81% en Estados Unidos, 61% en Asia-Pacífico), a pesar del importante potencial de conectividad de alta velocidad.

Una serie de obstáculos siguen frenando el pleno aprovechamiento de las diversas inversiones en Internet realizadas por gobiernos y proveedores de servicios.

Estos incluyen el alto costo de los servicios de banda ancha básicos. Todavía están muy por encima del umbral establecido por la Comisión de Banda Ancha: menos del 2% del ingreso nacional bruto mensual per cápita.

El costo de los teléfonos con acceso a Internet es otro obstáculo. En su estudio "To Luxury To Lifeline. Reducir el coste de los dispositivos móviles para alcanzar el acceso universal a Internet", que abarca 70 países de todo el mundo, la Alianza por una Internet asequible (A4AI) elaboró un mapa de calor que revela los mercados en los que el precio de un smartphone es más elevado / asequible.

El acceso a las computadoras también es costoso. Sólo el 1% de la población africana está conectada a banda ancha fija en casa (35% en Europa, 23% en EE.UU., 17% en Asia-Pacífico), de los casi 2,5 millones de kilómetros de cable de fibra óptica ya desplegados en el continente.



Casi dos tercios de las pymes marroquíes no comprenden los retos de la ciberseguridad.

A pesar de la creciente digitalización de las pequeñas y medianas empresas marroquíes, el 60% de ellas no son conscientes de los riesgos cibernéticos. Esto es precisamente lo que se desprende del estudio realizado por el líder mundial en ciberseguridad Kaspersky sobre la madurez de las pequeñas y medianas empresas (pymes) marroquíes en materia de ciberseguridad y cuyos resultados se hicieron públicos durante una rueda de prensa organizada el pasado año. Martes en Rabat.

Según esta encuesta, sólo el 40% de las pymes marroquíes encuestadas creen estar expuestas a riesgos cibernéticos. Además, el estudio revela que la mayoría de las empresas no están suficientemente formadas sobre los ciberriesgos y sus consecuencias, de ahí la importancia de adoptar una mayor vigilancia en materia de ciberseguridad para una protección eficaz contra los ataques de ciberdelincuentes cada vez más sofisticados.

"A través de entrevistas descubrimos que las empresas estaban dispuestas a invertir más en la protección física de sus instalaciones, por ejemplo contratando guardias de seguridad, pero que no daban gran importancia a la ciberseguridad.

Un directivo de una empresa incluso me dijo que no intentaba proteger los datos de su empresa, ya que todas sus actividades eran transparentes y no tenía nada que ocultar, lo que demuestra la falta de conciencia de algunos directivos sobre los riesgos del cibercrimen", señala Pascal Naudin, Responsable de Ventas B2B de Kaspersky en Marruecos y Túnez.

De hecho, aunque la digitalización de las pymes es cada vez más importante, está claro que la lucidez de las pymes frente a la creciente amenaza en términos de ciberataques sigue siendo muy media, ya que sólo el 42% de las pymes encuestadas en el marco de este estudio

son conscientes de que una mala ciberseguridad podría conducir al riesgo de perder clientes, mientras que el 40% reconoció que podría conducir a la pérdida de dinero, mientras que el 44% reconoció el riesgo de pérdida de datos confidenciales.

Además, el análisis de los datos de las PYME realizado por la red mundial de intercambio de datos Kaspersky Security Network demostró que se detectaron más de 324 tipos de archivos maliciosos dirigidos a las PYME marroquíes. Estos apuntaban a 430 empleados únicos y fueron detectados y bloqueados 4176 veces, lo que significa que cada archivo malicioso se propagó numerosas veces.

Su explicación: "un entorno próspero incluye un clima empresarial propicio y saludable, una legislación de apoyo, una mejor calidad de vida y un diálogo abierto con los responsables de la formulación de políticas". Todo ello acompañado de un acceso más fácil al mercado. Asimismo, acelerar la implementación efectiva del Área de Libre Comercio Continental Africana (Zlecaf) ayudará a desbloquear el potencial del comercio digital en el continente.

Esto permitirá a las empresas ampliar su alcance, con el potencial de impulsar la producción económica total de 29 billones de dólares para 2050. Por último, la creación de una red tecnológica panafricana podría fomentar la colaboración, la inversión y el intercambio de tecnologías entre los actores africanos, y aprovechar el potencial colectivo. potencial de nuestras reservas de talentos, mercados y recursos, concluye Alj.

CIH Bank, Inwi, los grandes triunfadores del Trofeo Tilila.

Fue la campaña iniciada por el anunciante MIA y llevada a cabo por la agencia JAWJAB la que obtuvo por unanimidad el Premio del Jurado. Una elección justificada por el compromiso y la posición de la marca para revolucionar las mentalidades.

El Premio Honorífico, por su parte, fue otorgado a CIH BANK y la agencia RAPP, mientras que el Coup de Prize Heart fue otorgado a INWI y la agencia SHEM. 10 spots publicitarios seleccionados para la 5ª edición de Tilila. A concurso, diez spots publicitarios seleccionados por su apuesta creativa por la representación positiva de la mujer en la publicidad. Fueron decididos por un jurado compuesto por personalidades reconocidas por su capacidad profesional y su compromiso con la igualdad de género: Nabil Ayouch, director, conocido por sus largometrajes que abordan temas sensibles relacionados con la condición de la mujer en Marruecos.

Latefa Ahrare, actriz, directora y activista cultural, directora de ISADAC. Amal Chafai, estudios profesionales en investigación social y evaluación de políticas públicas, Basma El Hijri, guionista y periodista, especialista en cuestiones de género e imagen, Nawal El Aidaoui, ingeniera, empresaria y directora deportiva, Nawfel Bensari, jefe de una agencia de comunicación y ex vicepresidente de la UACC.

Para el tradicional homenaje rendido durante la ceremonia de Tilila, los organizadores han elegido, para esta edición, saludar el extraordinario recorrido de las Leonas del Atlas que supieron convencer al gran

público del lugar conquistado por las mujeres en el mundo del fútbol y de la paridad. de "Marruecos que gana".

La edición de 2023 también estuvo marcada por la concesión del Premio Tililab, el concurso dedicado a los jóvenes creadores a los que este año se les pidió que crearan anuncios de vídeo de 30 segundos sobre el tema "el compromiso y la solidaridad de los jóvenes durante el terremoto". Entre los cinco grupos participantes, el premio fue otorgado conjuntamente a los grupos "Coupinates" formados por Rhafes Inas, Lamrani Basma, Draia Ibtissam y "Creators" formado por Sekrati Kawtar, Boulboul Asma y Riad Omar "En un momento en el que el

estatus de las mujeres marroquíes vuelve a ocupar el primer plano de las noticias bajo la ilustrada dirección de Su Majestad el Rey Mohammed VI, Amir Al Mouminine, que Dios le ayude, tenemos el deber de contribuir a concienciar sobre la eficacia de los medios de comunicación en general y publicidad en particular. Vectores esenciales para la evolución de la mentalidad de los ciudadanos", declaró Salim Cheikh, director general de 2M.

"El papel de la publicidad como vector de educación y palanca de inclusión no puede cuestionarse en nuestro mundo moderno, donde el consumo y la imagen son preponderantes. Debe estar a la vanguardia de la evolución y permitir la aparición de nuevos modelos sociales y situaciones de género que reflejen y acompañen la evolución de nuestra sociedad", afirmó Khadija Boujanoui, presidenta del Comité de Paridad y Género de 2M.





Ejecutivo de Huawei: África está llena de potencial digital.

África, el continente con la población más joven del mundo, está llena de potencial digital, afirmó Li Peng, vicepresidente corporativo senior de Huawei y presidente de Carrier BG de la compañía. En su intervención en la Cumbre Africana de Banda Ancha Móvil 2023, Peng arrojó luz sobre el trabajo de Huawei en África y dijo que la empresa de telecomunicaciones está "en África, para África".

Huawei está trabajando activamente para mejorar la conectividad a Internet en el continente, insistió Peng. "Junto con operadores regionales y socios industriales, aumentaremos la inversión en el desarrollo de soluciones innovadoras para conectar a los desconectados", dijo.

Según Peng, los proyectos de Huawei en África ayudarán a "cerrar la brecha digital y acelerar la industria de la banda ancha móvil". Cerrar la brecha digital permitiría a África aprovechar mejor las "oportunidades de la digitalización", añadió.

Para Peng, las redes de banda ancha móvil son la "piedra angular de la infraestructura digital" y necesitan "seguir evolucionando" para allanar el camino hacia la transformación digital de África. "En cuanto a cómo se produce esta evolución", dijo, "creemos que África puede beneficiarse del desarrollo coordinado de 4G y 5G".

Al abordar la importancia de impulsar la conectividad a Internet para apoyar la transformación digital, Peng destacó la importancia de la eficiencia energética. "La eficiencia energética de las redes es fundamental a medida que África avanza por un camino más sostenible", afirmó. "Junto con clientes y socios, estamos innovando sin parar para mejorar la eficiencia energética e impulsar el desarrollo ecológico con TIC más ecológicas".

La industria móvil de África ha ido ganando terreno en los últimos años, haciendo de Internet móvil una realidad práctica para más personas en todo el continente. En los últimos 10 años, el número de usuarios de banda ancha móvil en la región se ha multiplicado por 20, pero aún persisten brechas en el uso y la cobertura, explica un comunicado de Huawei.

"Reducir la brecha de conectividad es la máxima prioridad para todas las partes interesadas de la industria en África", dijo durante el evento Peter Jarich, director de GSMA Intelligence, un centro de investigación especializado en la industria móvil. Los datos de GSMA Intelligence sugieren que a finales de 2022, solo el 28% de la población africana estaba conectada y utilizaba banda ancha móvil.

Si bien 3G sigue siendo la forma dominante de conectividad en África subsahariana, se espera que la industria móvil se expanda rápidamente y cambie hacia tecnologías de próxima generación en los próximos años, según muestran los datos de GSMA Intelligence.

Para ayudar a ampliar la penetración móvil y cerrar la brecha digital, Jarich recomendó que los formuladores de políticas y reguladores aumenten la oferta de espectro en todas las bandas, garanticen la neutralidad tecnológica y reduzcan la carga fiscal sobre los dispositivos. También sugirió que, mientras los operadores continúan ampliando la cobertura, también deberían considerar cómo impulsar de manera más efectiva la migración de 2G/3G a 4G/5G.

GSMA Intelligence predice que 4G y 5G representarán casi dos tercios del total de conexiones móviles en África para finales de 2030. Mientras tanto, se espera que la industria móvil genere 280 mil millones de dólares en crecimiento económico y se convierta en una nueva locomotora para el desarrollo socioeconómico de la región.

Al Hassan Agack, director de marketing de Orange Guinea, compartió sus propios puntos de vista sobre cómo acelerar el desarrollo de 4G y generar dividendos demográficos y de datos. El lo notó, "El África subsahariana ha entrado en una era de operaciones basadas en datos", afirmó Al Hassan Agack, director de marketing de Orange Guinea.

Los operadores de toda la región deberían pensar en cómo acelerar aún más la industria móvil a través de la transformación digital y liberar plenamente los dividendos demográficos y de datos.

Orange Guinea busca mejorar "la colaboración entre redes empresariales a través de soluciones digitales innovadoras, que ayudarán a promover la transformación empresarial, mejorar la eficiencia operativa y aumentar los ingresos comerciales", explicó Agack.

La Cumbre Africana de Banda Ancha Móvil 2023 reunió a reguladores de telecomunicaciones, organizaciones industriales, operadores y especialistas de la industria africanos para discutir una amplia gama de temas, incluida la ampliación de la cobertura móvil, el aumento de la adopción de 4G y la gestión de la evolución de la región hacia 5G.



Fraude en línea: los marroquíes vulnerables.

Todos los usuarios se enfrentan a las sombras de la revolución digital, en particular al fraude en línea. Marruecos navega entre las tentadoras promesas de lo digital y sus inminentes desafíos.

A medida que Marruecos se establece rápidamente como un actor clave en la escena digital, también debe enfrentar riesgos reales, particularmente cuando se trata de fraude en línea. Así lo indica el semanario Finances News, citando el estudio "Stay Secure" de Visa y hablando de una "tendencia alarmante que está surgiendo entre los consumidores marroquíes".

Aunque el 57% cree que puede identificar amenazas en línea, es probable que una abrumadora mayoría, el 92%, ignore los signos evidentes de fraude. "Esto se ve agravado por el hecho de que el 33% ya ha sido víctima de una estafa en línea. Estas cifras son preocupantes. De hecho, la mayoría de los encuestados no sólo se sienten confiados, sino también complacientes", leemos.

Menos del 50% de las personas verifican activamente la autenticidad de las comunicaciones en línea, poniendo en riesgo su información personal. "Nos esforzamos por reforzar la seguridad de los pagos electrónicos", destaca Hanae Ben Driss, directora general de HPS Switch. Por su parte, Leila Serhan, vicepresidenta senior de Visa, subraya que tras el trágico terremoto que

asoló Marruecos, los usuarios también deben permanecer atentos a cualquier posibilidad de fraude en línea".

Esto pone de relieve el ingenio y la adaptabilidad de los ciberdelincuentes, que aprovechan cada oportunidad, incluso las tragedias naturales, para atacar a sus víctimas. De hecho, los estafadores pueden utilizar el tema del terremoto en campañas de phishing para engañar a las víctimas para que descarguen archivos especialmente diseñados o vean enlaces maliciosos en las redes sociales", añade Finances News.

El objetivo es propagar diferentes tipos de malware, incluidos troyanos (malware capaz de infectar una computadora obteniendo acceso remoto y robando información).

El fraude en línea no es un problema exclusivo de Marruecos. Se siente en todo el mundo. Según la empresa estadounidense de recopilación, control y protección de datos bancarios TransUnion, el 4,6% de las transacciones digitales globales eran sospechosas de ser fraudulentas.

A pesar de un porcentaje similar al de 2019, el aumento de las transacciones digitales desde el inicio de la pandemia ha provocado un aumento del 80% en los presuntos intentos de fraude entre 2019 y 2022.





Innovación: críticas y recomendaciones de Chakib Alj para una revolución digital en África.

África ha logrado avances "significativos" para establecerse como una potencia de innovación emergente. Desde Marruecos, donde los agricultores dependen de la innovación para hacer frente a la escasez de agua, hasta Nairobi (Kenia) o Accra (Ghana), donde las familias envían y reciben dinero a través de sus teléfonos móviles, la tecnología se ha convertido en la regla en el continente, brindando soluciones a los más necesitados, desafíos apremiantes en salud, educación y sostenibilidad. La declaración es de Chakib Alj.

El presidente de la Confederación General de Empresas Marroquíes (CGEM) intervino el 11 de octubre en una conferencia sobre "La innovación en África". El jefe de los patrones marroquíes afirma, con cifras que lo respaldan, que a pesar de una caída significativa de la financiación de las startups en todo el mundo en 2022, África continuó su tendencia ascendente, con 4.900 millones de dólares de capital social recaudados, repartidos en casi 700 acuerdos.

Las fintech lideran el camino, con 1.900 millones de dólares, o una participación del 39% del financiamiento total. "Pero aún podemos hacerlo mejor y llegar más lejos", afirma Alj. Además, África actualmente representa sólo el 0,2% del valor de las nuevas empresas a nivel mundial. De hecho, si bien muchas startups tienen un gran potencial, un número importante de ellas se dan por vencidas durante sus primeros años, por diferentes motivos. "Por lo tanto, apoyar el crecimiento de África como potencia tecnológica es esencial para la industrialización y el crecimiento del continente. Todos los actores públicos y privados deben tomar urgentemente acciones concertadas y medidas audaces", recomienda el presidente de la CGEM a un público compuesto por ministros marroquíes y africanos y representantes del Fondo Monetario Internacional (FMI) y del sector privado.

Para construir una fuerza laboral digital.

Las startups tecnológicas no sólo crean soluciones innovadoras, sino que también generan oportunidades de empleo para la población de nuestro continente, que se duplicará de aquí a 2050. "No olvidemos que el 50% de esta población tendrá

menos de 25 años. Les startups technologiques ne se contentent pas de créer des solutions innovantes, mais elles génèrent également des opportunités d'emploi pour la population de notre continent, qui doublera d'ici 2050. «N'oublions pas que 50% de cette population aura moins de 25 años. Lo que algunos ven como un riesgo, pero yo elijo considerarlo como una ventaja considerable", explica el jefe de la CGEM.

Alj también sugiere crear una fuerza laboral digital capaz de navegar en un entorno en constante evolución. Lo cual, afirma, requiere una mejor educación, mejores programas de desarrollo de habilidades y un mejor acceso a Internet. "Trabajemos sobre estos factores a través de alianzas público-privadas efectivas", recomienda. El desafío, en su opinión, es retener el talento africano calificado a nivel local.

Cabe señalar que en Marruecos, entre el 20 y el 30 % de los talentos formados digitalmente abandonan el país cada año para encontrar oportunidades en Europa en particular. "En lugar de simplemente preocuparnos por la fuga de cerebros, deberíamos trabajar para proporcionar un entorno más atractivo para los recursos humanos africanos, así como un entorno satisfactorio para que puedan explotar plenamente su potencial y hacer realidad sus sueños", insiste Alj.

Su explicación: "un entorno próspero incluye un clima empresarial propicio y saludable, una legislación de apoyo, una mejor calidad de vida y un diálogo abierto con los responsables de la formulación de políticas". Todo ello acompañado de un acceso más fácil al mercado. Asimismo, acelerar la implementación efectiva del Área de Libre Comercio Continental Africana (Zlecaf) ayudará a desbloquear el potencial del comercio digital en el continente. Esto permitirá a las empresas ampliar su alcance, con el potencial de impulsar la producción económica total de 29 billones de dólares para 2050. Por último, la creación de una red tecnológica panafricana podría fomentar la colaboración, la inversión y el intercambio de tecnologías entre los actores africanos, y aprovechar el potencial colectivo. potencial de nuestras reservas de talentos, mercados y recursos, concluye Alj.



inwi lanza un podcast dedicado al emprendimiento.

El operador inwi anunció el lanzamiento de su podcast titulado "Siiir B3id f'mchrou3ek", dedicado al mundo del emprendimiento.

Este innovador podcast destacará las "historias de éxito" de empresas emergentes y emprendedores con empresas emergentes del programa de emprendimiento dedicado "inwi innov", que los apoya a lo largo de las tres fases clave, en particular las de inspiración, incubación y aceleración, dice un comunicado de prensa del inwi.

Ofrecerá una plataforma única a los jóvenes y a los aspirantes a empresarios marroquíes para descubrir los viajes inspiradores de aquellos que han sabido transformar sus ideas innovadoras en negocios exitosos, afirmó la misma fuente. "Siiir B3id f'mchrou3ek" es una continuación de los

esfuerzos del inwi para resaltar y desarrollar la nueva economía digital y su apoyo al crecimiento de las empresas emergentes marroquíes.

Transmitido dos veces al mes, cada episodio de este podcast, presentado por el empresario y presentador de podcasts Mounir Zairig, destacará una historia de éxito diferente con historias inspiradoras de desafíos superados, lecciones aprendidas y momentos clave que llevaron al éxito. El podcast, en formato de audio y vídeo, también acogerá a expertos y profesionales experimentados del mundo del emprendimiento y de los negocios, que compartirán sus conocimientos prácticos y su experiencia en el contexto marroquí.

SIIIR B3ID
F' Mchrou3ek



innov.inwi.ma اكتشفوا المزيد على



inwi
معكم كل يوم

Las **empresas emergentes** exhiben sus innovaciones en la 'Villa de Soluciones' de **UM6P**.

En el marco del evento "Voice of Africa" organizado en la Universidad Politécnica Mohamed VI (UM6P) de Ben Guerir, la universidad ha lanzado su Solutions Village, una plataforma donde las empresas emergentes pueden mostrar sus innovaciones tecnológicas más avanzadas, en particular aquellos que tienen impacto en el sector agrícola africano.

La plataforma convocó a empresas de nueva creación y a empresas más establecidas, y el evento arrojó luz sobre los jóvenes que desean lanzar sus propios negocios y brindar soluciones al sector agrícola africano.

Uno de los emprendedores presentes en el evento fue Mohammad Arhal, fundador y director de Asolar, la primera startup que fabrica hornos solares patentados y fabricados en Marruecos. El horno permite preparar comidas saludables respetando el medio ambiente y siendo 100% libre de carbono.

"El horno funciona únicamente con energía solar, lo que cocina los alimentos de una manera muy saludable", dijo Arhal a Marruecos World News (MWN) en una entrevista. "Los alimentos que comemos pierden entre el 30% y el 50% de su valor nutricional cuando se cocinan de forma normal, mientras que el horno Asolar los conserva al 100%", explicó el joven emprendedor.

Arhal recibió el Premio Hassan II de Medio Ambiente en la categoría de investigación científica y técnica, así como un certificado de distinción de la Universidad Cadi Ayyad de Marrakech. Arhal aconsejó a los emprendedores novatos "que crean en el Creador y en sus capacidades, que sean pacientes y trabajen duro para lograr su objetivo".

El segundo emprendedor fue Mehdi Nasreddine, director ejecutivo de NeuralTeks, una startup de servicios de inteligencia artificial cuyo objetivo es ayudar a las empresas a aprovechar la IA para impulsar su crecimiento.

NeuralTeks también tiene una instalación de inteligencia artificial que produce muchos productos, incluidas herramientas de análisis fotográfico, con fines comerciales. "Somos capaces de reconocer y contar microorganismos particulares como levaduras, hongos, bacterias y otros, siempre que entrenemos nuestros modelos de IA", dijo Nasreddine a MWN.

Nasreddine recomendó a los jóvenes emprendedores que tengan un mentor "con suficiente experiencia y conocimiento para apoyarlos durante su proceso de desarrollo".

Las **industrias creativas** buscan garantizar un futuro prometedor en África.



The Voice of Africa

En el último día del evento "Voice of Africa" organizado del 10 al 14 de octubre por la Universidad Politécnica Mohamed VI (UM6P) en Ben Guerir, la universidad se centró en las industrias culturales y creativas, y su futuro en el continente africano.

Se dedicó una mesa redonda a examinar las perspectivas que estas industrias presentan para el crecimiento de África. "Los avances tecnológicos, los materiales innovadores y las metodologías de vanguardia desempeñan un papel importante en la creación de obras de arte, productos culturales y experiencias únicas", dijo el presidente de la UM6P, Hicham El Habti, en su discurso de apertura.

El asesor del rey Mohammed VI, André Azoulay, también presente, habló en su discurso de la revolución tecnológica: "Estamos en un momento histórico de transición tecnológica. Estamos viviendo una gran y rica revolución".

En la mesa redonda participó el Director Global de la Corporación Financiera Internacional (IFC), William Sonneborn, quien mencionó las áreas más rentables de las industrias creativas, a saber, audiovisuales, música, moda, deportes, tecnología y creatividad.

Según Sonneborn, según una encuesta reciente, las industrias creativas emplean a más personas

entre 15 y 30 años que cualquier otro sector en todo el mundo. Además, "el 74% de los jóvenes africanos dijeron que quieren seguir una carrera en las industrias creativas", añadió Sonneborn.

Al explicar el motivo para invertir en África, el director general del Fondo de Innovación de Sony, Antonio Avitabile, reveló una de las razones clave para decidir iniciar la inversión: hay "mucho potencial y talentos en África".

El director también explicó que optó por invertir con IFC porque esta última "ha realizado numerosas inversiones en África y aún no entendemos la geografía". Por lo tanto, un socio como IFC que tiene presencia sobre el terreno conoce las especificidades del continente.

"Lo que queremos hacer no sólo es invertir en empresas, sino también aportar nuestra experiencia en entretenimiento para ayudar a las empresas emergentes locales a crecer", afirmó Avitabile. Después del panel, El Habti afirmó que África quiere liberar el potencial de los jóvenes para monetizar el patrimonio cultural.

"África tiene un gran potencial para monetizar todo este patrimonio cultural", afirmó El Habti, subrayando que para lograrlo "necesitamos liberar su potencial [de los jóvenes] gracias a iniciativas como la que hemos organizado hoy".

Marruecos: Sawebli digitaliza el sector del trabajo a domicilio.

Con el objetivo de permitir que la población acceda a una fuerza laboral digna, dos emprendedores tecnológicos decidieron lanzar una solución para conectar a artesanos y clientes. Sawebli es una plataforma digital desarrollada por una joven empresa marroquí. Permite a los usuarios acceder a profesionales como electricistas, fontaneros, personal de mantenimiento o incluso pintores para realizar trabajos en su casa, oficina o comercio.

Con sede en Casablanca, la startup fue fundada en 2015 por Reda Lakhlifi y Mohammed Ait Addi. Su objetivo es revolucionar el mercado de las reparaciones luchando contra los proveedores de servicios deshonestos. La solución aún no cuenta con una aplicación móvil. Por tanto, deberás acceder a la página web o a la red social WhatsApp para acceder a los servicios. Ya sea para la reparación de la manija de una puerta, una avería eléctrica, una fuga de agua o incluso una cerradura atascada, Sawebli tiene la mano de obra para resolver estos problemas.

"Todos nuestros artesanos tienen estatus legal y nuestros equipos verifican su identidad y sus antecedentes penales. Nuestros artesanos siguen un proceso de varios pasos para garantizar su experiencia profesional y sus habilidades interpersonales. Pasan varios niveles de validación antes de llegar a tu hogar. Cuando son validados, los formamos en nuestra carta de calidad interna y realizamos un seguimiento permanente para garantizar la calidad continua del servicio", explica la start-up.

Las intervenciones están disponibles en Casablanca y Marrakech. El usuario no necesita tener una cuenta. Sólo tendrá que hacer clic en el botón "Quiero una intervención", luego elegir la ciudad y seleccionar la avería de la lista propuesta. Si desea realizar varios trabajos, deberá realizar una solicitud personalizada y para ello el usuario describe exactamente su situación y agrega fotografías para ser mejor atendido por el responsable de atención al cliente.

"Es posible que necesitemos concertar una visita con uno de nuestros coordinadores de obra para solicitudes complejas. Cuando la necesidad es clara, le enviamos un presupuesto en un plazo de 20 minutos a 48 horas (dependiendo de la naturaleza del trabajo a realizar). Tan pronto como confirmes la cotización, programamos una intervención según tu disponibilidad", explica la plataforma.

Sawebli ofrece varios métodos de pago a los clientes una vez finalizado el trabajo. Entre otros, podemos citar el pago online mediante tarjeta de crédito en la página web, cheque, transferencia bancaria o incluso pago en efectivo. Además, si el coste del pedido supera los 1.000 dirhams marroquíes (unos 97 dólares), la puesta en marcha exige el pago de una fianza.



Marruecos: **Vesttys** estimula el mercado de artículos de segunda mano a través de su plataforma de **comercio online**.

Vesttys®

Durante sus estudios en Francia, esta emprendedora tecnológica descubrió una plataforma donde era posible vender artículos que ya no usábamos. A su regreso a Marruecos, lanzó su startup retomando el concepto.

Vesttys es una plataforma de comercio online desarrollada por una joven empresa marroquí. Permite, por un lado, vender artículos antiguos y, por otro, comprarlos a precios atractivos. La startup, con sede en Tánger, fue fundada en 2020 por Mariam Ben Omar. Se define como una plataforma de liquidación de vestuario y tiene como objetivo promover el mercado de segunda mano en el reino de Shereef.

"Durante mis años de estudio en Francia, en un momento me di cuenta de que tenía adicción a las compras, me encontré con varios artículos que no usaba. La mayoría se quedó con la etiqueta. [...] un amigo me habló de una plataforma que te permitía poner tu ropa a la venta: una especie de liquidación

de armario virtual. Entonces yo mismo me convertí en vendedor en el sitio creando mi propio guardarropa. Unos años más tarde regresé definitivamente a Marruecos y fue entonces cuando comencé a sentir la importancia de esta plataforma en mi vida diaria", explica Mariam Ben Omar.

De esta experiencia personal nació, pues, el concepto de Vesttys. La solución no tiene aplicación móvil. No obstante, es posible navegar por la plataforma y descubrir los artículos disponibles. Entre otras cosas, encontramos ropa tradicional y moderna, productos de belleza, artículos infantiles, complementos, etc.

Para publicarlos o comprarlos, debes tener una cuenta. Necesitará una dirección de correo electrónico para crear la cuenta y una tarjeta de crédito para activarla. El proceso es gratuito pero la tarjeta queda vinculada a la cuenta por si el usuario quiere realizar compras.

Además, la startup no gana ninguna comisión por las compras o ventas de los usuarios. Sin embargo, ha implementado una función que permite potenciar las páginas de ventas. "Una opción Boost permite que el armario o artículo aparezca en primera posición, es decir, al buscar un artículo específico, la persona que se haya suscrito a esta opción verá su producto aparecer primero en la selección antes que los demás", dice Mariam Ben Omar.





Panel del Banco Mundial explora formas de construir un futuro digital inclusivo.

SENTANDO LAS BASES PARA UN FUTURO DIGITAL INCLUSIVO

Bajo el título "Construyendo las bases para un futuro digital inclusivo", un panel organizado por el Banco Mundial hoy en Marrakech reunió a varias personalidades para discutir la transformación digital del mundo. En el debate participaron la Ministra de Transición Digital y Reforma de la Administración de Marruecos, Ghita Mezzour, el Director Gerente Senior del Banco Mundial, Axel van Trotsenburg, y la Ministra de Comunicaciones y Digitalización de Ghana, Ursula Owusu-Ekuful.

Además de discutir formas de cerrar la brecha digital entre el mundo desarrollado y el mundo en desarrollo, el panel también destacó la importancia de garantizar un acceso equitativo a la tecnología dentro de los propios países.

Una transformación digital para las personas.

Mezzour subrayó que Marruecos no emprende una transformación digital porque sí. "El objetivo es servir a la sociedad, servir a los seres humanos", añadió, subrayando que muchos de los proyectos de Marruecos en este terreno se refieren ahora a la ampliación de sus esfuerzos actuales para llegar a todas las personas por igual.

El ministro afirmó que el Rey Mohammed VI habla de la transformación digital como un medio para empoderar a las personas. También llamó la atención sobre los esfuerzos del gobierno para subsidiar la electrificación y el establecimiento de infraestructura de Internet en áreas rurales y aisladas.

"En 2018, más de 10.000 localidades no tenían cobertura de Internet o tenían una cobertura deficiente", dijo, y agregó que hoy el 96% de esas localidades tienen acceso a Internet. Este acceso salió a la luz durante el reciente y devastador terremoto del 8 de septiembre que azotó varias zonas rurales y pueblos, donde el ministro dijo que los equipos de mantenimiento pudieron restaurar el 95% de la conectividad en 12 horas.

Esta conectividad puede ser de vital importancia en tiempos de desastres de este tipo, ya que permite a las personas comunicarse con sus seres queridos y obtener ayuda urgente si es necesario. La igualdad también estuvo en la mente de la ministra de Comunicaciones y Digitalización de Ghana, Ursula Owusu-Ekuful, quien destacó que su ministerio ha hecho esfuerzos para incluir específicamente a las mujeres en la transformación digital del país.

Orange Guinea busca mejorar "la colaboración entre redes empresariales a través de soluciones digitales innovadoras, que ayudarán a promover la transformación empresarial, mejorar la eficiencia operativa y aumentar los ingresos comerciales", explicó Agack. La Cumbre Africana de Banda Ancha Móvil 2023 reunió a reguladores de telecomunicaciones, organizaciones industriales, operadores y especialistas de la industria africanos para discutir una amplia gama de temas, incluida la ampliación de la cobertura móvil, el aumento de la adopción de 4G y la gestión de la evolución de la región hacia 5G.

Plataformas de financiación colectiva. Quedan muchos desafíos más allá del "GO" del Bank Al-Maghrib y la AMMC.

El crowdfunding está a punto de convertirse en una realidad en Marruecos con la entrada en vigor de los textos reglamentarios emitidos por el Bank Al-Maghrib y la Autoridad Marroquí del Mercado de Capitales (AMMC). De hecho, las tan esperadas circulares sobre este método de financiación colaborativa finalmente se han publicado en el boletín oficial.

Las autoridades, en particular el Bank Al-Maghrib y la AMMC, ahora pueden emitir (o no) aprobaciones a las plataformas que presenten sus expedientes. Esto en sí mismo es una muy buena noticia en el contexto brutal del terremoto que azotó el centro de Marruecos, donde más que nunca es necesaria una solidaridad inmediata y efectiva.

Sin embargo, a pesar de estos avances, persisten desafíos para la integración efectiva de este modo de financiación en el mercado marroquí. Esto es lo que se discutió durante el seminario web organizado por BritCham bajo el tema: "Crowdfunding en Marruecos: apoyo solidario participativo en tiempos de crisis".

Debate durante el cual expertos cuidadosamente seleccionados exploraron las oportunidades que ofrece este método de crowdfunding, los desafíos que enfrenta y su papel de apoyo en tiempos de crisis.

A través de esta inmersión en este universo y su potencial para dinamizar la economía del país, los expertos subrayan la necesidad de reforzar la digitalización del proceso y garantizar la seguridad de las transacciones para garantizar una integración exitosa del crowdfunding en el mercado marroquí.

Al inicio de la sesión, Badr Nabil, director adjunto de supervisión bancaria del Bank Al-Maghrib, destacó que el crowdfunding es una parte integral de la estrategia financiera nacional desarrollada en 2019. "Las nueve circulares publicadas se basan en tres pilares esenciales: la protección de contribuyentes a través de una plataforma transparente que brinda

toda la información relativa al proyecto en todas las etapas de la operación, gestión de riesgos gracias a un sistema de seguridad destinado a filtrar a los líderes del proyecto y prevenir fraudes, así como el aporte de Empresas Colaboradoras de Financiamiento (CFC) como apoyos, y asesores con alto valor agregado en el proceso".

Hay que decir que las medidas reglamentarias adoptadas por el Bank Al-Maghrib y la AMMC suponen un importante paso adelante en la integración del crowdfunding en Marruecos. Este método de financiación colaborativa ofrece nuevas oportunidades a las pequeñas y medianas empresas, así como a proyectos innovadores, al facilitar el acceso a la financiación y permitir una rápida recaudación de fondos.

Sin embargo, persisten desafíos, particularmente en términos de digitalización del proceso y seguridad de las transacciones. En un contexto de crisis, el crowdfunding demuestra ser una iniciativa solidaria que moviliza a la comunidad en torno a causas humanitarias. Para garantizar el éxito del crowdfunding en Marruecos, es necesario establecer campañas de comunicación específicas, aclarar la visión de los proyectos e integrar el crowdfunding en el mecanismo de financiación general del país.

Mouad Tanouti, director del Departamento de Normalización y Asuntos Jurídicos de la AMMC, completa este sistema regulatorio destacando varios elementos necesarios para garantizar un proceso de financiación seguro.

Menciona la calidad del proyecto, la transparencia de la información para evitar conflictos de intereses, el cumplimiento de las medidas contra el blanqueo de capitales y la contractualización materializada mediante contratos. Además, Tanouti destaca los esfuerzos de apoyo desplegados por la AMMC, en particular el lanzamiento previsto de un portal dedicado al crowdfunding, que ofrecerá a las empresas guías educativas y de formación.

UM6P organiza panel sobre innovación para liberar el potencial de las startups.

Como parte del evento de cinco días "La Voz de África" que se está llevando a cabo actualmente en la Universidad Politécnica Mohamed VI (UM6P) en Ben Guerir, una mesa redonda giró en torno al tema de la innovación para ayudar a las empresas emergentes a impulsar su poder innovador.

La sala de conferencias atrajo a un grupo considerable de estudiantes de África que vinieron a aprender algo práctico y significativo sobre la innovación. El panel también citó una serie de componentes clave del "proceso complejo" de la innovación, incluida la creatividad, el desarrollo de la investigación y el espíritu empresarial. Durante la mesa redonda, el director de tecnología de Infosys, Bippin Makoond, dijo que las personas más creativas del mundo son los niños porque su viaje comienza aprendiendo en lugar de sobrevivir.

"Sólo hay un superpoder en el que puedes confiar que te ayudará a afrontar el futuro: es la creatividad", dijo Makoond, subrayando que esta característica habita dentro de cada ser humano y sólo necesita ser encendida por el elemento máspreciado que se encuentra en el ser humano. cuerpo: el cerebro.

Se argumenta que la creatividad puede resultar en innovación, señalando que puede utilizarse en todas y cada una de las actividades, ya que también es una estrategia de resolución de problemas. "La creatividad es como el fuego. Puedes usarlo para cocinar comida o puedes usarlo para destruir mundos", afirmó.

Hablando sobre la innovación desde una perspectiva diferente, Habib Attaoui, Senior Performance Manager de Master Black Belt, presentó a los asistentes la noción de innovación operativa. "La innovación operativa está totalmente inspirada en quienes trabajan en el campo", definió Attaoui, destacando que "la dificultad radica en el hecho de que hay que saber lo que sucede en el campo para poder hablar de innovación operativa".

Para ilustrar su punto, puso como ejemplo la marca de automóviles Toyota, que, según él, nunca ha producido automóviles. En cambio, innovaron en las herramientas de producción utilizando el Sistema de Producción Toyota (TPS), que los ha colocado en la cima de la lista de su industria.

La idea de innovación operativa consiste en obtener el mismo producto en una versión completamente diferente. Imad Mouline, socio director y cofundador de Akmazo Capital, centrándose en el campo del emprendimiento para definir la innovación, vinculó la innovación con la forma en que se fijan los precios, se aplica la estrategia de comercialización o cómo se ve el modelo de negocio.

Mouline afirmó que la innovación no implica necesariamente iniciar un negocio con un concepto ya innovador. Un emprendedor todavía puede innovar para aplicar modificaciones a su negocio.

Hablando por experiencia personal, Mouline reveló que le llevó quince años utilizar cambios para localizar su "punto ideal".

"Eres un emprendedor, puedes innovar... Encuentra una manera de entrar y lograr cambios", afirmó Mouline, destacando que "eso puede ayudar a liberar la creatividad y asumir un riesgo que puede terminar en el fracaso, lo cual no es ninguna vergüenza".





Yassine Laghzioui: **África necesita urgentemente desarrollar un ecosistema de empresas emergentes.**

Participando en una conferencia sobre "emprendimiento" celebrada en el campus principal de la Universidad Politécnica Mohamed VI (UM6P) en Ben Guerir, Yassine Laghzioui, Director de Emprendimiento y Venturing de la UM6P, enfatizó la urgente necesidad de que África desarrolle un comienzo vibrante ecosistema de montaje.

Tras citar la resiliencia como una cualidad clave para superar los obstáculos que enfrentan las empresas en África, el panel destacó el valor de tener una perspectiva resiliente y la capacidad de cambiar de rumbo cuando sea necesario.

Según Laghzioui, los desafíos clave que enfrenta el continente africano son la fragmentación del mercado y los obstáculos regulatorios. Al discutir los numerosos desafíos que enfrenta el capital de riesgo en África, enfatizó la necesidad de cerrar la brecha entre el apetito por el riesgo, la percepción del mercado y las oportunidades de inversión reales.

En una entrevista con Marruecos World News (MWN) al margen de la conferencia, dijo que para que las empresas prosperen y crezcan de manera efectiva, necesitamos "abordar estos desafíos con urgencia para desarrollar el ecosistema de empresas emergentes en África".

Al abordar estos desafíos, también se encontrarán soluciones racionales para desarrollar el ecosistema de estratificación en África, explicó Laghzioui.

El funcionario del UM6P propuso varias soluciones, incluido el desarrollo de un marco transfronterizo para agilizar el proceso de escalamiento dentro del continente, para abordar estos desafíos comunes.

Otra solución alternativa es presionar a las instituciones educativas para que alineen sus planes de estudio con las demandas de las nuevas empresas, explicó.

Esta solución se puede utilizar si el desafío está relacionado con las habilidades de la fuerza laboral, es decir, si existe un desajuste significativo entre las habilidades de los nuevos graduados y las necesidades reales.

Otro enfoque, añadió Laghzioui, es el que está implementando la UM6P, que implica la creación de programas de apoyo a startups donde los estudiantes puedan convertir sus ideas en negocios reales.

Laghzioui afirmó que el 50% de los fundadores de los programas de la UM6P son estudiantes, estadística que enorgullece a la universidad.

"Creo que no hay mejor manera de aprender a emprender que siendo emprendedor", concluyó Laghzioui.



Haz match con el candidato perfecto

¿Estás buscando el candidato o candidata ideal para tu Call Center? te ofrecemos una solución integral para encontrar el mejor talento.



Evento: 5G Latam Summit

 TeleSemana.com

5G TD

L A T A M S U M M I T

La tecnología 5G superó las 1.000 millones de conexiones a nivel global a finales del año 2022. Si bien Latinoamérica contribuye con pocos usuarios a dichas cifras, el rápido crecimiento de la tecnología en el resto del mundo tiene consecuencias para la región, pues tecnologías más antiguas se discontinúan y se empuja a los operadores a adoptar las nuevas.

Analistas del mercado esperan que el crecimiento de la 5G en 2023 esté liderado por los mercados emergentes, y la GSMA espera que haya 36,2 millones de usuarios 5G en Brasil en 2025 y 16,9 millones en México ese mismo año.

La evolución a 5G se realiza en dos etapas, la versión Non-Standalone (NSA) para finalmente migrar a la versión completa Standalone (SA). En 2022 fueron 42 los operadores que optaron por actualizar sus redes a 5G SA con la idea de poder monetizar sus nuevas capacidades.

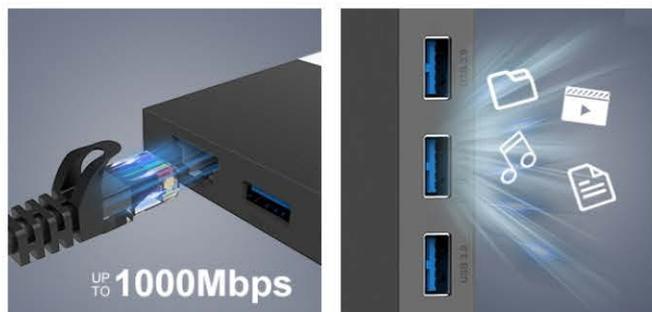
En esta quinta edición de 5GTD LATAM SUMMIT se explorará el estado del mercado con respecto a la 5G en todas sus versiones, y su enlace con la transformación digital del sector.

**El mayor evento
online sobre
Transformación
Digital y 5G
5ª edición
8 y 9 de
Noviembre, 2023**



**REGISTRATE
GRATUITAMENTE**

Estación de Acoplamiento USB-C de Triple Pantalla WAVLINK con Carga de 65W para computadora portátil. Compatible con MacOS y Windows.



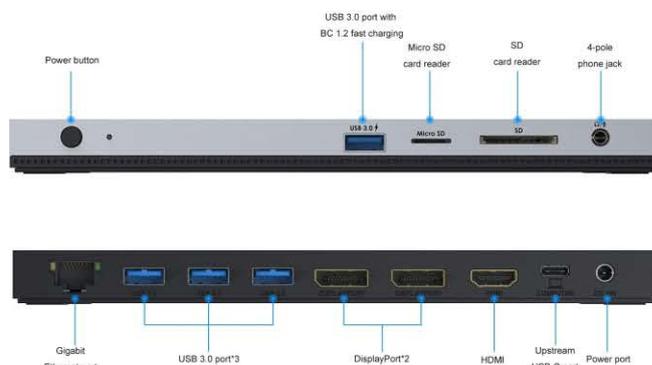
La estación de acoplamiento de pantalla triple USB-C admite cargar su computadora portátil y conectar hasta tres pantallas externas, permite la conexión a su red cableada y otros accesorios, mejorando la eficiencia del trabajo con una transmisión de datos de hasta 5 Gbit/s.

Ventajas:

Estación de acoplamiento de pantalla triple: con un USB-C compatible o Thunderbolt 3 Mac o una computadora portátil con Windows o una tableta con Windows, esta base puede cargar su dispositivo, conectar hasta 3 monitores, una conexión Gigabit Ethernet, conector de audio de 3,5 mm, tarjeta SD/TF lector y múltiples puertos USB 3.0.

Tenga en cuenta que los sistemas Windows SOLO son compatibles con MST y SST (modo espejo y extendido), Mac OS NO es compatible con la pantalla triple. Solo admite el modo espejo y el modo no espejo en macOS (los tres monitores externos son iguales pero diferentes del monitor de la computadora portátil). Bajo la fuente DP1.4, la salida HDMI o Displayport única admite hasta 4K a 60 Hz. La resolución de la pantalla es de 1080P a 60 Hz cuando se utiliza una salida de pantalla doble o triple.

Antes de ordenar este artículo, asegúrese de que el puerto Tipo-C de su computadora sea compatible con el modo Alt de DisplayPort y la carga (algunos puertos Tipo-C no tienen esta función). Esta estación de acoplamiento no es compatible con el adaptador USB-A a USB-C.



La estación de acoplamiento tiene un diseño plug-and-play y ofrece carga de hasta 65 W para portátiles compatibles con USB-C y Thunderbolt 3 a través de la función USB-C Power Delivery.

Detalles Técnicos:

- Marca: WAVLINK.
- Interfaz de hardware: HDMI, Thunderbolt, USB-C
- Total de puertos USB: 4.
- Número de puertos: 13.
- Contenido del paquete: estación de acoplamiento para tres monitores, adaptador de alimentación de CC, cable USB-C a USB-C, manual del usuario y tarjeta de servicio.

Son 13 puertos a disposición para mejorar su eficiencia de trabajo, Estación de Acoplamiento USB-C de Triple Pantalla WAVLINK le permite utilizar Hasta 1000 Mbit/s de Ethernet, las conexiones de red por cable son más rápidas y confiables que cualquier WLAN. Con la base, puede utilizar toda la potencia de las conexiones de red por cable con un puerto Gigabit Ethernet integrado. Adquiera esta útil herramienta escaneando el QR.



ParadaVisual®



Tu mejor aliado
para promocionar
tu negocio en el
sector de Customer
Experience y
Contact Center.

ANÚNCIATE CON NOSOTROS

www.paradavisual.com

