

LLaMA 2

El nuevo modelo de lenguaje generativo de Meta y Microsoft que promete ser más versátil y potente que GPT-4.



Nuevo SOC impulsado por AI

IBM anunció un nuevo Centro de Operaciones de Seguridad (SOC) en Brasil para brindar servicios de seguridad a toda América Latina.

Pag. 43

Apps acusadas de recopilar datos

Esta recopilación de datos permite establecer el perfil del usuario para mostrarle publicaciones y campañas de marketing personalizadas

Pag. 24

Huawei y la fabricación de chips.

La compañía ha adquirido al menos dos plantas existentes y está construyendo al menos otras tres, según declaraciones del grupo.

Pag. 17

Apoyo telefónico a Marruecos tras el sismo

Operadores de telefonía móvil franceses ofrecen a sus clientes llamadas y mensajes de texto gratuitos.

Pag. 61

fnac

SeLogger



Contenido.



Pag. **4** **Noticias**



Pag. 6 - El gobierno de Canadá realizará su tercera subasta de espectro 5G en la banda de 3.8 GHz este mes de octubre y asignará más espectro en el futuro.



Pag. 9 - Cuatro empresas de telec. hicieron una prueba para mostrar cómo se puede gestionar mejor la red y los servicios.



Pag. 13 - Los sistemas ERP y CRM se han convertido en una necesidad para que las empresas impulsen su eficiencia.



Pag. 16 - Generaciones Y y Z impulsan el futuro de la Experiencia del Cliente.



Pag. 22 - La demanda de IA ha aumentado 500% en tan solo 12 meses.



Pag. 28 - Macif moderniza su relación con los clientes con un servidor de voz.



Pag. 34 - Unión Europea: Supercomputadoras a empresas dedicadas al desarrollo de Inteligencia Artificial.



Pag. **36** **Latam**



Pag. 37 - Broadcom y Cisco, completaron la fase de pruebas de sus tecnologías AFC.



Pag. 39 - Más de la mitad de hogares del Pacífico no tienen acceso a Internet fijo.



Pag. 45 - Huawei digitaliza estadios e infraestructura.



Pag. 49 - Panorama de Amenazas para América Latina.



Pag. **52** **Marroc**



Pag. 58 - La falta de inversión debilita a África frente al cibercrimen.



Pag. 66 - Ministerio y la agencia GIZ sellan dos acuerdos de colaboración.



Pag. **68** **Eventos**



Pag. **69** **Review**

in

LLAMADA
ATENDIDA ...

Sin estrés

**Estamos aquí
para hacerte la
vida más fácil.**

910 971 718



llamadaatendida.com

Adobe Premiere Pro permite optimizar audio en videos con Inteligencia Artificial.

Adobe ya puso a disposición la versión beta de su software de edición de vídeo, Premiere Pro, impulsada por inteligencia artificial (IA), que tiene la capacidad de mejorar el audio y eliminar el ruido de fondo.

Según la empresa estadounidense de software, esta herramienta puede transformar un diálogo mal grabado en algo que suena como si hubiera sido grabado en un estudio profesional.

Además, Premiere Pro ahora incorpora una función de edición de texto que incluye detección de palabras de relleno, lo que permite identificar y eliminar automáticamente pausas y sonidos como 'ems' tanto del diálogo como de la transcripción.

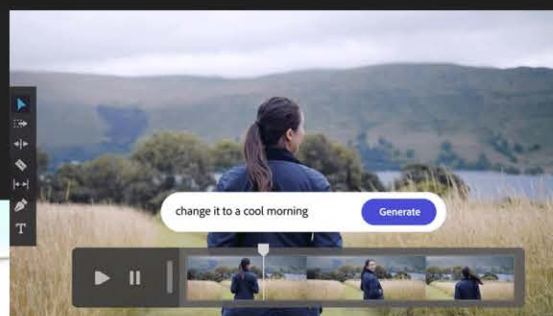
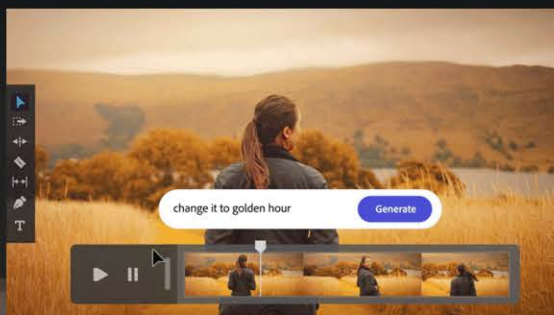
Estas nuevas características se encuentran actualmente en fase de prueba beta y podrían estar disponibles para todos los clientes a finales de este año.



En otro anuncio, Adobe informó que su herramienta de IA generativa, Firefly, que permite generar y editar imágenes a partir de texto, está ahora disponible para todos los usuarios de Photoshop e Illustrator, después de varios meses en fase de pruebas beta.

Además, Adobe lanzará una aplicación de Firefly que permitirá a los usuarios utilizar algunas de sus funciones sin necesidad de suscribirse a aplicaciones específicas de Adobe Creative Suite.

Es importante destacar que todo el contenido generado por Firefly llevará una etiqueta digital que identificará la imagen editada como generada por Inteligencia Artificial.





La **inteligencia artificial** y la **segmentación de audiencias**.

La segmentación de audiencias tiene en la inteligencia artificial un nuevo y poderoso aliado, una fuerza disruptiva que está transformando radicalmente la forma en que las empresas se conectan con sus audiencias.

La segmentación de audiencia es una estrategia que implica dividir a un grupo de personas en subgrupos más pequeños basados en características demográficas, geográficas, psicográficas o de comportamiento. El objetivo principal es crear contenido personalizado y relevante para cada uno de estos grupos, lo que aumenta la probabilidad de que se involucren con la marca y tomen medidas deseadas, como comprar un producto o registrarse en un sitio web.

Así las cosas, la inteligencia artificial permite mejorar esta estrategia a partir de:

Precisión mejorada: La IA utiliza algoritmos avanzados para analizar grandes conjuntos de datos y descubrir patrones que los humanos podrían pasar por alto. Esto significa que la segmentación de audiencia se vuelve mucho más precisa; al identificar grupos que comparten características no evidentes a simple vista, se puede crear una personalización más profunda.

Análisis de datos avanzada: La IA es capaz de analizar grandes volúmenes de datos de manera más eficiente que los seres humanos. Esto significa que puede procesar datos demográficos, de comportamiento y de interacción en tiempo real para identificar patrones y tendencias. Con esta información, las empresas pueden comprender mejor quiénes son sus clientes y cómo interactúan con su marca.

Análisis de datos en tiempo real: Esto significa que puedes obtener información sobre el comportamiento de tu audiencia mientras ocurre. Esto es crucial para ajustar tu estrategia de marketing sobre la marcha y capitalizar oportunidades en el momento adecuado.

Segmentación dinámica: La IA permite la creación de segmentos de audiencia dinámicos. Esto significa que los grupos de audiencia se actualizan automáticamente a medida que los datos cambian.

Personalización de Mensajes y Publicidad: La personalización es la clave para llegar al corazón de tus clientes. La IA recopila datos sobre el comportamiento y las preferencias de los usuarios, lo que permite crear mensajes y anuncios altamente personalizados. Cuando un cliente siente que un mensaje está diseñado específicamente para él, es más probable que se involucre y convierta.

Recuperación de Ventas Abandonadas:

La IA puede identificar clientes que han abandonado sus compras en línea y tomar medidas para recuperar esas ventas. Esto puede incluir el envío de correos electrónicos de seguimiento con descuentos especiales o recomendaciones de productos relacionados.

La IA puede analizar datos no estructurados, como correos electrónicos y comentarios en redes sociales, para identificar las necesidades ocultas de los clientes. Esto te brinda una visión profunda de sus preocupaciones y deseos.

Canadá: Subasta de espectro en 3.8 GHz para 5G

El gobierno de Canadá realizará su tercera subasta de espectro 5G en la banda de 3.8 GHz este mes de octubre y le asignará más espectro en el futuro, a través de subastas locales no competitivas y en mmWave.

Será este mes cuando Canadá realice la tercera subasta importante en la que pondrá a disposición espectro para 5G, esta vez en la banda de 3.8 GHz (3,800 MHz), tras la de 600 MHz en 2019 y la de 3,500 MHz en 2021.

Así consta en el Spectrum Outlook 2023-2027 del país norteamericano, presentado el pasado 11 de agosto por el ministro de Innovación, Ciencia e Industria, François-Philippe Champagne.

El gobierno de Canadá ha puesto a disposición más espectro para mejorar la calidad, cobertura y el precio de los servicios de telecomunicaciones, con especial énfasis en la tecnología móvil de quinta

generación, ya que anunció que próximamente pondrá a disposición más espectro para 5G, incluso a través de licencias locales no competitivas y una subasta de ondas milimétricas (mmWave).

El Panorama de Espectro quinquenal describe los planes del gobierno canadiense para usar el espectro para brindar servicios de telecomunicaciones asequibles y de alta calidad, respaldar un despliegue más rápido de 5G, mejorar la conectividad rural, promover el uso de tecnologías inalámbricas que ayudarán a abordar el cambio climático y promover la reconciliación con los pueblos indígenas.

Spectrum Outlook también establece los planes de liberación de espectro del gobierno para los próximos años, lo que garantiza que haya suficiente espectro disponible para los servicios de los que dependen los canadienses.



Capacitación laboral en línea experimenta una tendencia al alza.

Uno de los grandes desafíos de las empresas en la actualidad es mantener a sus colaboradores actualizados en su formación, así como en sus conocimientos y habilidades.

Para ello, el e-learning no solo es clave, sino además una ventaja competitiva para incentivar y retener el talento (según Forbes, entre un 25 y 60%), además de aumentar su productividad y desempeño (datos de Business Impact of Next-Generation revelan un 26% más de ganancias).

En Defontana estiman que el perfeccionamiento corporativo en línea es la forma más sencilla de democratizar el acceso a una formación permanente de manera transversal en una empresa, donde no importan el tamaño ni el rubro. Incluso, para las más pequeñas, una academia digital puede ser la llave para optimizar su gestión y garantizar su éxito.

Entre sus principales ventajas está el ahorro en tiempo, espacio y recursos; la flexibilidad que brinda para acceder desde cualquier lugar, momento y dispositivo; la autonomía que ofrece a los colaboradores para capacitarse de acuerdo a su propio ritmo; la posibilidad de estar siempre actualizados; y la versatilidad de su alcance.

Asimismo, es una manera de mantener motivado al talento, pues potencia el desarrollo técnico, profesional y personal, en cualquier área, al propiciar la certificación de competencias que pueden ser muy valoradas, tanto al interior de las compañías como en el mercado en general.

El aprendizaje en línea está creciendo a una tasa del 10.3% anual y se espera que alcance



los 457.8 mil millones de dólares de aquí al 2026 (GlobeNewswire) a nivel mundial.

En Latinoamérica, en tanto, es un sector de 3 mil millones de dólares (Statista Research); y en Chile, es también una tendencia al alza: según cifras del Sence, los cursos e-learning pasaron del 7.5% en 2019 al 66.4% el 2020, llegando a más de 240 mil inscripciones el 2021.

Sin duda, la oferta es muy amplia, tanto a nivel público como privado. De ahí la importancia de informarse adecuadamente para encontrar las opciones que mejor se ajusten a los objetivos y necesidades de cada negocio u organización, con plataformas amigables, ciber seguras y que provean contenido de calidad.

Ciberseguridad: 70% de los usuarios compartiría más información sensible a cambio de mayor protección antifraude.

Una encuesta realizada a 13.500 consumidores revela que tres cuartas partes temen ser víctimas de fraude; mientras, el 90% considera que las organizaciones deberían redoblar sus esfuerzos en protección.

La avalancha de estafas que floreció durante la pandemia prolifera todavía en la actualidad, desatando la ansiedad de los consumidores frente al fraude. El fraude desenfrenado también está remodelando las expectativas de los individuos sobre las obligaciones de las organizaciones para protegerlos, así como los compromisos que están dispuestos a llevar a cabo para mejorar la seguridad. Así se desprende del nuevo estudio sobre el fraude al consumidor realizado por SAS y presentado en el marco de la celebración del SAS Explore 2023 a manos de Greg Henderson, director sénior de Fraude e Inteligencia de Seguridad Global, previamente a su entrevista con CSO España.

Basado en una encuesta a 13.500 consumidores de 16 países, Faces of Fraud: Consumer Experiences With Fraud and What It Means for Businesses radiografía la inmensidad del problema mundial del fraude. Entre las principales conclusiones que se desprenden del estudio cabe destacar que un 70% de los consumidores declaró haber sufrido fraude al menos una vez, mientras que 4 de cada 10 indicaron que su condición de víctima se había dado en dos o más ocasiones. La mitad (47%) dibujó una tendencia alcista en materia de fraude, al confesar haber sufrido más incidentes que en 2022. Esto ha propiciado que el 86% de los participantes admitiera haberse vuelto más cautelosos respecto al fraude que antaño.

Entre las estrategias de fraude más comunes comunicadas por los encuestados se sitúan los intentos de obtener detalles bancarios o datos personales. El teléfono móvil y el correo electrónico fueron los canales de comunicación más utilizados por los estafadores para establecer el contacto inicial. De hecho, esta ha sido la vía elegida por los cibercriminales que han atentado contra la

conocida cadena hotelera MGM en un ciberataque que se ha producido durante la celebración del evento en Las Vegas.

El cambio de actitud de los consumidores subraya la importancia de unas sólidas defensas contra el fraude: el 89% de los encuestados indica que las organizaciones deberían hacer más para protegerse contra el fraude. La mayoría de los clientes están dispuestos a sacrificar algo de comodidad a cambio de una mayor protección. Tres cuartas partes afirmaron que aceptarían más retrasos y comprobaciones en las transacciones a cambio de una mayor protección contra el fraude.

Por otro lado, 8 de cada 10 están dispuestos a utilizar métodos biométricos como el reconocimiento facial, la geometría de la mano, la identificación de la retina o el reconocimiento de voz para pagos y transacciones. Además, más de la mitad (57%) prefiere utilizar identificadores únicos como la biometría para autenticarse en el momento de la transacción frente a recordar contraseñas fijas. En general (70%), los participantes se mostraron dispuestos a compartir más datos personales (ubicación, comportamiento...) con los proveedores de servicios con la condición de que utilicen esta información para potenciar las medidas antifraude.

Deutsche Telekom y los servicios empresariales con orquestación multidominio.

Deutsche Telekom, Blue Planet, Ericsson y Mavenir realizaron conjuntamente una prueba de concepto (PoC) para demostrar los beneficios de la agilidad de la orquestación multidominio con API abiertas para crear automáticamente nuevas ofertas de servicios bajo demanda basados en Network Slicing.

La prueba de concepto conjunta muestra cómo las empresas podrían realizar un pedido de servicios en el portal de clientes de Deutsche Telekom, lo que inicia la configuración de una porción de red segura y dedicada con niveles de Calidad de Servicio (QoS) garantizados que son específicos de sus requisitos de conectividad.

Los cortes o slices se implementan como una oferta de servicio de extremo a extremo dinámica y automatizada que se activa en minutos a través de la red 5G desde el equipo de usuario (UE) hasta la aplicación del usuario empresarial.

Entre otras características, también se probó descomposición de pedidos (order decomposition) y distribución a dominios tecnológicos por MDSO; dominios Core y RAN basados en modelos: orquestación de segmentos y orquestación de servicios de extremo a extremo en minutos; creación de instancias dinámicas de funciones de red como la función de plano de usuario (UPF); y suscripción y aprovisionamiento de SIM de clientes.

La prueba se realizó como una infraestructura de red 5G Standalone (SA) en modo de prueba en los laboratorios de Deutsche Telekom en Darmstadt y Bonn, Alemania.

La configuración incluyó la integración de un portal de clientes como parte del Business Support System (BSS) proporcionado por Deutsche Telekom, un Multi Domain Service Orchestrator (MDSO) disponible comercialmente entregado por Blue Planet, un 5G Core (5GC) nativo de Nube de Mavenir y Radio Access Network (RAN) de Ericsson, que también integra capacidades de gestión de red.

Además, para el control de viabilidad del servicio se utilizó el sistema de calificación de recursos de red patentado por Deutsche Telekom, denominado Bookkeeper.

Conforme se amplían las capacidades de la red 5G, múltiples operadores han acelerado la adopción de API abiertas, que permiten integrar y gestionar elementos en una variedad de dominios y proveedores de tecnología.

El conjunto de interfaces utilizadas en esta PoC incluyó API abiertas estándar de la industria de TM Forum, según explican los proveedores.

Einstein Copilot de Salesforce.

El gigante estadounidense de software en la nube Salesforce Einstein Copilot, su nuevo asistente con inteligencia artificial (IA).

De acuerdo con el comunicado de la empresa: "Einstein Copilot impulsará la productividad al ayudar a los usuarios dentro de su flujo de trabajo, permitiéndoles hacer preguntas en lenguaje natural (el que usan los humanos) y recibir respuestas relevantes y confiables que se basan en datos seguros".

Asimismo, Salesforce lanzó Einstein Copilot Studio, que permite a las empresas personalizar Einstein Copilot con indicaciones específicas.

Las empresas no solo podrán utilizar Einstein Copilot dentro de las aplicaciones de Salesforce, sino también en otros canales.

"Esto mejorará las interacciones con los clientes al incorporar asistentes de inteligencia artificial en sitios web para impulsar el chat en tiempo real o integrarlos con plataformas de mensajería como

Slack, WhatsApp o mensajes de texto", recalca la empresa que hizo el anuncio en el marco de su conferencia anual Dreamforce.

Tanto Einstein Copilot como Einstein Copilot Studio estarán disponibles este otoño, sin precisar la fecha.

Según Patrick Stokes, vicepresidente ejecutivo de producto, lo que distingue al copiloto de Salesforce de los copilotos de la competencia es que "está centrado en el cliente" y la productividad de estos, así como que para crearlo la empresa se ha movido con pies de plomo pese a lo rápido que avanza la Inteligencia Artificial.

"Creo que realmente hemos dedicado mucho tiempo a construir todas esas bases para poder incorporar esto a las aplicaciones de estos clientes y creo que eso nos hace un poco diferentes", recalcó Stokes a un grupo de periodistas.

Por otra parte, el gigante tecnológico anunció que la plataforma Einstein 1, que ofrece a las empresas la capacidad de conectar de forma segura cualquier dato a experiencias de la gestión de relaciones con el cliente (CRM) y crear aplicaciones basadas en Inteligencia Artificial con poco código de programación.

"Ahora las empresas pueden crear fácilmente aplicaciones y flujos de trabajo impulsados por IA que potencian la productividad, reducen costos y brindan experiencias increíbles a los clientes", explicó Parker Harris, cofundador y director de tecnología de Salesforce.

Salesforce también anunció que todos los clientes de Sales Cloud y Service Cloud con Unlimited Edition o Enterprise Edition obtendrán un Data Cloud Starter gratuito.





El **ransomware** sigue siendo la principal amenaza cibernética, según Europol.

La agencia europea Europol, especializada en la represión de la delincuencia internacional y el terrorismo, hace un balance de las ciberamenazas en su documento estratégico emblemático, Internet Organized Crime Threat Assessment (IOCTA), publicado el 13 de septiembre. Los ciberataques basados en software, en particular el ransomware, siguen siendo la principal amenaza, concluye. A ellos está dedicado el informe "Ciberataques: la cúspide del crimen como servicio".

"Los grupos de ransomware siguieron siendo la amenaza más importante y establecieron un enfoque claro para atacar empresas internacionales, organizaciones públicas, infraestructuras críticas y servicios esenciales", escribe Europol. Recordamos que el ransomware es un software malicioso (malware) que paraliza un sistema de información cifrando todos los archivos que allí se encuentran. Los piratas informáticos ofrecen a su víctima la clave que permitirá descifrar los datos. contra un rescate, pagadero en bitcoin (que no se puede cancelar).

Aborde los datos ultrasensibles.

Es este robo de datos el que empuja a las víctimas a pagar el rescate. Sin embargo, nada indica que finalmente se proporcionará la clave de descifrado. En algunos casos, explica Europol, los piratas informáticos ya ni siquiera cifran los datos, sino que simplemente utilizan la información robada para negociar el pago de un rescate. Esta tendencia podría explicarse por el hecho de que las organizaciones se han vuelto más rigurosas a la hora de realizar copias de seguridad periódicas de sus sistemas, afirma la agencia. Por tanto, "la amenaza de no descifrar sus datos ya no es suficiente". De ser así, los piratas informáticos

podrían apuntar a datos altamente confidenciales para garantizar que las víctimas paguen, "lo que alimentaría el creciente mercado criminal de datos personales".

Del lado de las víctimas, las organizaciones públicas y los proveedores de servicios digitales son los más afectados por los ciberataques en el primer semestre de 2022. La invasión rusa de Ucrania provocó "un elevado número de ataques" contra las administraciones públicas, en particular ataques de denegación de servicio (DoS). Estos últimos tienen como objetivo hacer que un servidor sea inaccesible enviando numerosas solicitudes hasta que se sature, provocando una avería o un funcionamiento gravemente degradado.

Tres técnicas de intrusión.

Europol enumera tres modos principales de operación. La primera es el envío de correos electrónicos de phishing, una técnica que tiene como objetivo obtener del destinatario que le transmita sus credenciales de conexión. El segundo, el fuerza bruta del Protocolo de escritorio remoto (RDP), es un tipo de ciberataque durante el cual el ciberdelincuente busca obtener una contraseña o una clave mediante pruebas sucesivas, en este caso el protocolo que permite a un usuario conectarse a un servidor que ejecuta Microsoft Terminal Services. El tercero tiene como objetivo explotar las vulnerabilidades de una VPN.

Europol concluye que los ciberataques no dejarán de crecer dentro de la Unión Europea. "El ecosistema del crimen como servicio seguirá desarrollándose para servir a una base criminal más amplia", advierte. En este contexto, la cooperación europea e internacional –que promueve Europol– es esencial.

Ericsson anuncia hito en llamada de datos en 6 bandas a una velocidad de 5.7 Gbps.

Ericsson anunció que logró un hito de velocidad para llamada de datos en 5G de hasta 5.7 Gbps, mediante el uso de agregación de portadoras (carrier aggregation) con hasta 6 bloques de frecuencia (6 Component Carriers) sub-6 GHz, mediante lo cual espera mejorar la experiencia de los usuarios en aplicaciones de alto consumo de datos.

Ericsson explica que la llamada de datos se logró utilizando tres bandas FDD (dúplex por división de frecuencia) combinadas con tres bandas TDD (dúplex por división de tiempo) en sub-6 GHz, habilitadas por el hardware Ericsson RAN Compute, el software de agregación de portadoras de última generación y la funcionalidad de coordinación RAN avanzada.

La prueba de agregación de portadoras 3FDD + 3TDD (6CC) se llevó a cabo en un laboratorio de Ericsson con un simulador de equipo de usuario (UE). En total, el operador señala que se agregaron 400 MHz de ancho de banda con anchos de banda FDD que oscilan entre 20 MHz y 50 MHz para lograr un rendimiento de 5.7 Gbps.

Ericsson afirma que con esta capacidad 6CC, los proveedores de servicios de comunicaciones pueden optimizar el uso de la red y los activos de espectro para ofrecer mayores velocidades de datos y capacidad que mejoran la experiencia de las aplicaciones demandantes de alta velocidad de datos. En particular, puede mejorar la calidad de audio y video en streaming, descargas de archivos más rápidas y un mejor entorno de trabajo para los trabajadores remotos.

En palabras de Sibel Tombaz, directora de la línea de productos 5G RAN de Ericsson Networks: "La agregación de portadoras es crucial para obtener el mejor rendimiento 5G posible de los activos de espectro disperso. Y con 6CC, los proveedores de servicios podrán

maximizar el uso del espectro asignado y optimizar el ancho de banda combinado para una experiencia móvil superior".

La directora agrega en un comunicado que esta prueba demuestra el potencial de la agregación de portadoras para brindar capacidad y velocidad, a la vez que ofrece una nueva opción para los socios del ecosistema que les permita atender la creciente demanda por velocidad en el mercado.



ERP – CRM y la mejora de la eficiencia operativa y la Experiencia del Cliente.

La implementación de sistemas ERP y CRM se ha convertido en una necesidad para que las empresas impulsen su eficiencia operativa y mejoren la experiencia del cliente. Sin embargo, el camino hacia el éxito en estos proyectos puede ser complejo y lleno de desafíos. Aquí es donde entra en juego el papel esencial del partner tecnológico.

Y es que, un partner tecnológico adecuado puede marcar la diferencia en el desarrollo e

"La visión holística que ofrecemos en Aitana nos permite evaluar las necesidades empresariales desde una perspectiva amplia y global. Esto nos ayuda a ofrecer soluciones integrales, alineadas con los objetivos estratégicos de nuestros clientes", comenta Carlos Esteve.

Otro factor clave que distingue a un socio tecnológico de excelencia es su know how y conocimiento técnico. La implementación de



implementación de este tipo de proyectos. Carlos Esteve, director de Desarrollo de Negocio de Aitana, destaca que "el partner tecnológico adecuado es mucho más que un simple proveedor de servicios. Se convierte en un socio estratégico que comprende las necesidades específicas de la empresa y ofrece soluciones personalizadas para optimizar sus procesos y maximizar su eficiencia."

Uno de los principales beneficios de colaborar con un socio tecnológico es su capacidad para ofrecer una visión holística del proyecto. Los partners experimentados como Aitana no solo poseen un profundo conocimiento de las tecnologías ERP – CRM, sino que también entienden las particularidades del sector y los desafíos operativos a los que se enfrenta cada empresa.

sistemas ERP – CRM puede ser compleja y desafiante, pero un partner con experiencia ha superado múltiples obstáculos en proyectos anteriores y aprendido lecciones valiosas en el camino.

Según Carlos Esteve, "la experiencia es fundamental en este ámbito. Nuestro equipo ha trabajado en numerosos proyectos y, además, contamos con una metodología probada y exitosa, que nos otorga una ventaja competitiva frente a otros socios tecnológicos."

Desde la fase inicial de análisis y planificación hasta la puesta en marcha y el seguimiento posterior, un partner valioso se mantiene a la vanguardia, brindando asesoramiento y soporte técnico en cada etapa.

Estados Unidos: Presidente de Microsoft apoya creación de agencia reguladora de la Inteligencia Artificial.

El presidente de Microsoft, Brad Smith, expresó su respaldo a la creación de una entidad independiente a nivel gubernamental en Estados Unidos encargada de supervisar y regular los usos de la inteligencia artificial (IA).

Esta declaración se produjo durante una sesión en el Senado de Estados Unidos sobre temas de privacidad y legalidad. Smith planteó la idea de requerir licencias para la implementación de modelos de Inteligencia Artificial avanzados en situaciones de alto riesgo. En ese contexto, abogó por la necesidad de establecer una agencia independiente que tenga la capacidad de ejercer una vigilancia efectiva en esta categoría.

El evento, organizado por el comité judicial del Senado y centrado en la Inteligencia Artificial, brindó a los legisladores estadounidenses una visión más clara de los principales desafíos y áreas de conflicto relacionados con la futura regulación de esta tecnología.

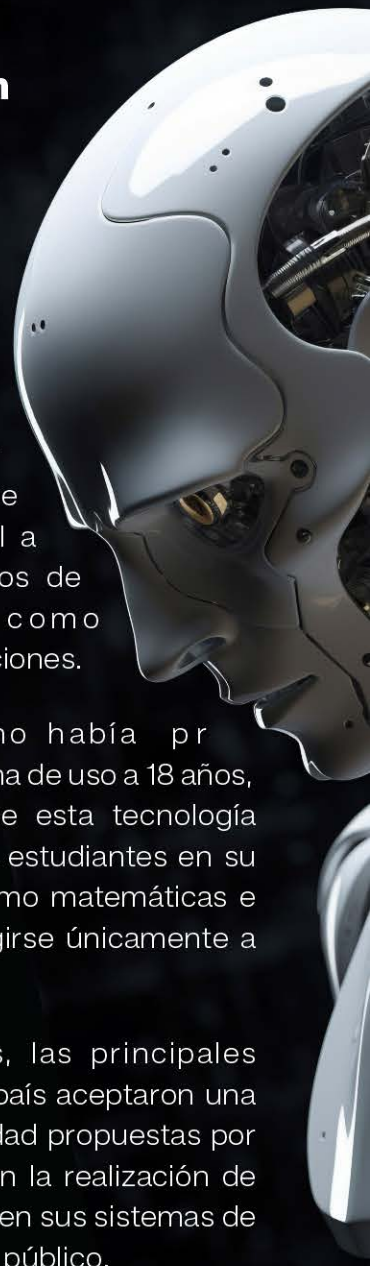
En la audiencia, también comparecieron como testigos William Dally, científico jefe de Nvidia, y Woodrow Hartzog, profesor de Derecho de la Universidad de Boston, quienes se sumaron al apoyo a la intervención de las autoridades en cuestiones como la desinformación electoral y la protección de los datos de los usuarios.

Sin embargo, Brad Smith mostró reticencia respecto a elevar la edad permitida para interactuar con su chatbot Bing, una herramienta impulsada por Inteligencia Artificial que fue precursora en la implementación de modelos de lenguaje avanzados, como ChatGPT, en diversas aplicaciones.

Un senador republicano había propuesto elevar la edad mínima de uso a 18 años, pero Smith argumentó que esta tecnología también puede beneficiar a estudiantes en su aprendizaje de materias como matemáticas e inglés, y no debería restringirse únicamente a adultos.

Hace apenas dos meses, las principales empresas tecnológicas del país aceptaron una serie de medidas de seguridad propuestas por la Casa Blanca, que incluyen la realización de pruebas internas y externas en sus sistemas de IA antes de su lanzamiento al público.

Además, el Gobierno de Estados Unidos está trabajando en la posibilidad de que los compromisos voluntarios de las empresas estadounidenses se traduzcan en un marco internacional para regular el uso de la Inteligencia Artificial. Ya ha mantenido conversaciones al respecto con países como Brasil, Canadá, Corea del Sur, Francia, Alemania, India, Israel, Japón, México y el Reino Unido.



in

okdiga[®]

Contact Center
Customer Experience



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

+212 - 808547833

okdiga.com

Generaciones Y y Z impulsan el futuro de la **Experiencia del Cliente**.

A medida que las Generaciones Z y Y se convierten en grupos de consumidores dominantes, su nivel de comodidad y familiaridad con múltiples canales digitales, incluidos mensajes sociales y chatbots, significa que las organizaciones, sin importar su tamaño, deben brindar experiencias omnicanal digital-first para satisfacer las expectativas del consumidor y competir eficazmente en la economía de la experiencia.

Así lo señala un estudio de NICE inContact (empresa que ofrece una propuesta omnicanal digital para el mercado de Contact Center as a Service (CCaaS)) a nivel global que explora el impacto de las generaciones Z y Y en las experiencias digitales de los clientes omnicanal.

Los hallazgos del estudio muestran que casi el 60% de las Generaciones Z y Y han usado mensajería social privada para servicio al cliente. En contraste, el 38% de Gen X, el 19% de Baby Boomers y el 16% de Silent Generation lo han hecho. La mayoría de las Generaciones Z y Y también quieren que las empresas les permitan interactuar con el servicio al cliente utilizando aplicaciones privadas de mensajería social (72% y 69%, respectivamente).

La mitad de todos los consumidores han usado IA para cualquier propósito (50%), en comparación con 2018 (45%). Esto se puede atribuir a un aumento significativo en el uso de un asistente automatizado / chatbot en línea (34%, frente al 25% en 2018).

Lo anterior quiere decir que las generaciones Z y Y tienen más probabilidades de estar de acuerdo en que los chatbots facilitan y agilizan la resolución de sus problemas, y también son los más propensos de todas las generaciones a utilizar todas las formas de Inteligencia Artificial para cualquier propósito, así como para el servicio al cliente.

Si bien el uso y el rendimiento de los chatbot están mejorando y las preferencias y actitudes están cambiando, la mayoría de los consumidores quieren estar informados si están usando un chatbot (92%) y el 91% de todos los consumidores prefieren un agente en vivo.

Esta preferencia sigue una tendencia descendente generacionalmente: el 98% de la Generación Silenciosa, el 96% de los Baby Boomers, el 91% de la Generación X, el 86% de la Generación Y e el 83% de la Generación Z dicen que prefieren un agente vivo.

Finalmente, la mayoría de los consumidores (93%) desean experiencias omnicanal sin interrupciones pero otorga a las empresas una calificación baja para cambiar sin problemas entre canales: el 73% otorga a las compañías una calificación baja, frente al 67% en 2018. Esto es especialmente importante para cumplir y superar las expectativas las Generaciones Z y Y que tienen más probabilidades de haber experimentado un servicio al cliente omnicanal (16% y 21%, respectivamente).



Huawei y la fabricación de chips.

La principal asociación de compañías globales de semiconductores advierte que Huawei Technologies está estableciendo un conjunto de instalaciones de fabricación de semiconductores en secreto en toda China.

Esta red tiene como objetivo permitir que la empresa, que se encuentra en la lista negra, eluda las sanciones impuestas por Estados Unidos y promueva las ambiciones tecnológicas de la nación.

El fabricante de equipos de telecomunicaciones, inmerso en el centro de las tensiones entre Estados Unidos y China, incursionó en la producción de chips el año pasado y está recibiendo aproximadamente 30.000 millones de dólares en fondos estatales del gobierno y de su ciudad natal, Shenzhen, según informa Semiconductor Industry, con sede en Washington.

La compañía ha adquirido al menos dos plantas existentes y está construyendo al menos otras tres, según declaraciones del grupo.

Desde la perspectiva estadounidense, existe un riesgo a largo plazo de que Huawei y otras empresas chinas utilicen inversiones en tecnologías de generaciones anteriores para adquirir conocimientos y experiencia en la fabricación de semiconductores.

Con suficiente experiencia y volumen de producción, una empresa con la destreza técnica de Huawei podría avanzar hacia semiconductores más sofisticados.

Inteligencia Artificial impulsa el crecimiento económico mundial.

La Inteligencia Artificial es una de las áreas de desarrollo de la informática y de la tecnología que mayor proyección económica mantiene, en el corto, mediano y largo plazo.

De conformidad con el estudio "Inteligencia artificial: valor de mercado mundial 2021-2030" publicado por Statista, el valor podría rebasar la barrera de los 300.000 millones de dólares en 2025.

Por otro lado, The Economist Intelligence Unit formuló el estudio "Intelligent economies: AI's transformation of industries and society" que dilucida cómo la Inteligencia Artificial está en camino de transformar la economía global y organizaciones de todo el mundo, según la encuesta realizada a más de 400 altos ejecutivos de empresas internacionales y responsables políticos.

Durante los próximos cinco años, 90% de los encuestados esperan que la IA tenga un impacto positivo en el crecimiento, 86% consideran que tendrá un efecto determinante en la productividad, 84% en la innovación y 69% en la creación de nuevos empleos. Es decir, más de las tres cuartas

partes de los encuestados esperan mejorar la sostenibilidad del crecimiento económico de cara a los retos venideros.

La innovación es crucial en el desarrollo empresarial para gestar un entorno de trabajo eficiente, con la capacidad de adaptación y transformación necesaria para sobresalir en el mercado y contribuir con el desarrollo económico local e internacional en la búsqueda de modelos sostenibles.

Optimizar tiempos y recursos es una de las ventajas de la inteligencia artificial que ayuda a dinamizar los procesos para tener un mayor y mejor alcance operativo. En el manejo de datos y documentos, es importante considerar que hay una serie de servicios que facilitan la gestión documental en cualquier rubro.

Ahora es posible diseñar y gestionar un entorno de trabajo flexible con la ayuda de los softwares conducidos por Inteligencia Artificial que permiten crear una estructura escalable en la nube, la cual ofrece seguridad integral, información de retroalimentación y auditorías constantes para mejorar el performance tanto en tiempos como en presupuesto.

Con el desarrollo de una plataforma que integre estos servicios, es factible no solamente planificar procesos operativos en la producción, también se pueden administrar materiales impresos y digitales en campañas de comunicación y marketing. Con la personalización multicanal bajo programas de colaboración en línea se puede supervisar el rendimiento de cualquier acción y optimizar sus resultados usando la analítica.

Inteligencia Artificial, Experiencia del cliente y el Contact Center del futuro.



Gartner dio a conocer los resultados de una encuesta a CEOs de todo el mundo, en la que Inteligencia Artificial se vislumbra como la tecnología disruptiva más importante de 2023. Estos mismos ejecutivos están preocupados por 'quedarse atrás' y planean inversiones en innovación para ello.

La Inteligencia Artificial es la tecnología que más impacto positivo traerá a los negocios en los próximos años y la que permitirá crecer. Sin embargo, cuando hablamos de Inteligencia Artificial estamos destacando muchos frentes. Este tipo de tecnología está integrada en varios tipos de soluciones. En CX, el campo también es amplio.

Una posibilidad de utilizar esta tecnología es brindar una experiencia verdaderamente humanizada en la interacción con el cliente a través de bots. Estas máquinas, cuando son impulsadas por Inteligencia Artificial, permiten a los usuarios interactuar con una simulación refinada de la conversación humana. Incluso si el cliente cambia el contexto de la interacción, el bot comprende, responde y vuelve al punto original.

Otro uso es monitorear las interacciones que tienen lugar en el Contact Center para identificar oportunidades de automatización. Durante el proceso de atención, la solución identifica oportunidades de mejora y el flujo que se puede dirigir a los bots, mostrando incluso el retorno esperado con la automatización. Como resultado, hay una mejora en la eficiencia operativa y en la

oferta de una experiencia de autoservicio que se refleja en la satisfacción del consumidor.

También contamos con IA Generativa, que hace aún más completo el uso de la Inteligencia Artificial. Esta tecnología 'escucha' la interacción del cliente con la empresa, en diferentes canales, y brinda guías en tiempo real, utilizando tecnología GPT. Todo ello basado en artículos y contenidos propios de la empresa, lo que hace que el servicio sea sumamente personalizado. También es importante dejar claro que son necesarias barreras para evitar dar respuestas fuera del contexto de la empresa. La IA entiende el contexto y propone qué se debe decir y qué hacer en cada momento del contacto. Este escenario trae un enorme diferencial al servicio.

La Inteligencia Artificial integra la base de conocimiento y la gestiona mediante bots y Chat GPT. Cuando insertamos información en estas soluciones innovadoras, la Inteligencia Artificial se convierte en un agente y aporta respuestas específicas. Guía al cliente dentro del espacio virtual de la empresa como lo haría un humano. La integración con el bot permite a Chat GPT activar la navegación, capturar información y filtrar contenido para una respuesta según el contexto específico del consumidor.

La combinación de estas soluciones revolucionará la atención al cliente digital en los próximos años, suponiendo una mejora del 30% al 40% en la atención al cliente, un porcentaje importante.

Inteligencia artificial híbrida y el futuro de la prevención efectiva del fraude.

El futuro de la prevención del fraude está en el uso de un monitoreo multicanal, combinado de manera inteligente con IA híbrida, es decir, la combinación óptima de datos, reglas sofisticadas y usuarios competentes.

Con el ChatGPT y otros modelos de lenguaje entrenado han emergido tecnologías que parecen estar superando los límites humanos, sin embargo, la prevención efectiva del fraude necesita más que solo aprendizaje de máquina, lo que en general se usa como sinónimo de IA. Entonces, ¿qué es el aprendizaje de máquina?

En términos simples, el aprendizaje de máquina o "Machine Learning" (ML) está compuesto por un conjunto de herramientas que usan algoritmos para aprender de datos y adaptarse a éstos, lo que permite a las computadoras encontrar información oculta sin indicarles dónde buscar. La efectividad de los modelos de ML depende de su madurez y la calidad de la información, estos se deben entrenar intensamente antes de que se puedan usar por primera vez y logren tener una tasa razonable de aciertos. En este sentido, las instituciones financieras no cuentan con el tiempo necesario para esto en la era de los pagos instantáneos. Por ejemplo, si el equipo de prevención de fraude de un banco solo dependiera de algoritmos de ML para aprender patrones de fraude, los criminales tendrían suficiente tiempo para causar mucho daño.

Actualmente, los softwares especializados basados en Inteligencia Artificial Híbrida combinan los beneficios de la IA basada en datos (ej. ML) con IA basada en conocimiento (ej. lógica difusa o perfiles dinámicos), para identificar eficazmente el riesgo y fraude en la industria financiera. En este sentido, los modelos de aprendizaje de máquina han demostrado ser herramientas poderosas para combatir este crimen. Sin embargo, estos requieren una gran cantidad de información y expertos detrás que puedan hacer uso de todo su potencial. Por otro lado, un enfoque híbrido permite complementar los modelos de aprendizaje de

máquina con conocimiento experto, logrando resultados inmediatos y más confiables.

Los sistemas actuales mantienen perfiles dinámicos para diferentes entidades (ej. una cuenta bancaria) pueden detectar transacciones "posiblemente fraudulentas" en tiempo real mediante reglas avanzadas. Además, a través de reglas basadas en lógica difusa, se pueden crear reglas independientes para ayudar a prevenir el riesgo de un evento específico. Por lo tanto, al ser capaz de gestionar reglas independientes para diferentes datos dentro de la misma transacción es posible crear "huellas digitales" de los clientes, identificando patrones desconocidos. Al ser casos aislados estos patrones pueden permanecer bajo el radar de un modelo basado completamente en aprendizaje de máquina.

Un factor crítico para que este enfoque sea efectivo es la inmediatez de reacción de estos modelos, pues son pocas las herramientas que funcionan en tiempo real y proporcionan una respuesta en "milisegundos" para identificar y prevenir el fraude antes de que ocurra. Aquellos modelos que combinan todas las tecnologías y técnicas disponibles tienen una ventaja importante en comparación con los modelos que se enfocan únicamente en algunas tecnologías. Esto permite a las organizaciones que las usan lograr ahorros considerables y tener una base de clientes más saludable y satisfecha.



Inteligencia artificial: Nvidia, Adobe, IBM y otros se comprometen con la Casa Blanca a autorregularse.



Ocho empresas invertidas en tecnologías de inteligencia artificial se han sumado a OpenAI, Google y Microsoft en su esfuerzo de autorregulación. Sin una dimensión coercitiva, el acuerdo firmado con la Casa Blanca da sin embargo más la impresión de una ilusión que de una garantía real contra posibles abusos

Un mes y medio después de la conclusión de un acuerdo entre Estados Unidos y sus gigantes tecnológicos, que se comprometían a autorregularse en materia de desarrollo de la inteligencia artificial, otras grandes empresas reiteraron estas promesas.

IBM, Nvidia, Adobe, Stability AI, Scale AI, Palantir, Salesforce y Cohere se han unido voluntariamente a OpenAI, Google, Meta, Microsoft, Amazon, Anthropic e Inflection AI, informa el medio estadounidense Axios.

Un acuerdo voluntario y no vinculante.

Ahora con 15 años, el creciente número de empresas que han dado un paso hacia el gobierno de Estados Unidos ilustra la urgencia de regular el sector de la inteligencia artificial.

Se comprometen, en particular, a realizar pruebas internas y externas exhaustivas antes de comercializar sus innovaciones, a desarrollar

medios técnicos para diferenciar los contenidos generados por IA de otros (como anunció recientemente Google) y a compartir con las autoridades del país información sobre los riesgos y vulnerabilidades de sus herramientas.

El jefe de gabinete de la Casa Blanca, Jeff Zients, confirmó en un comunicado su intención de aprovechar los beneficios de la IA anticipando los riesgos, actuando "rápidamente". "Y eso es precisamente lo que estamos haciendo al asociarnos con el sector privado y accionar todas las palancas a nuestra disposición para hacer realidad este proyecto".

Sin embargo, esta iniciativa, basada en el trabajo voluntario de los grandes jefes de la IA, no tendrá ningún efecto coercitivo sobre sus empresas. En este marco no están previstas sanciones para aquellos que no respeten sus promesas y todos los actores (incluido Apple) que participan en el desarrollo de la inteligencia artificial no se han sumado al acuerdo.

Por lo tanto, el gobierno estadounidense tendrá que contar, a la espera de que entre en vigor un verdadero arsenal legislativo, con la buena voluntad de los dirigentes de AI para intentar contenerlos.



La demanda de tecnología de Inteligencia Artificial crece 500%.

La demanda de tecnología de inteligencia artificial (IA) ha experimentado un crecimiento del 500% en tan solo 12 meses, impulsada en gran medida por el enorme éxito de ChatGPT.

El panorama global de la tecnología está experimentando un cambio notable debido al 'boom' de la inteligencia artificial como una realidad concreta, y que se considera ampliamente como un catalizador de la productividad humana.

Con el destacado rendimiento de herramientas como ChatGPT, la demanda de Inteligencia Artificial en diversas industrias ha experimentado un marcado incremento durante el último año.

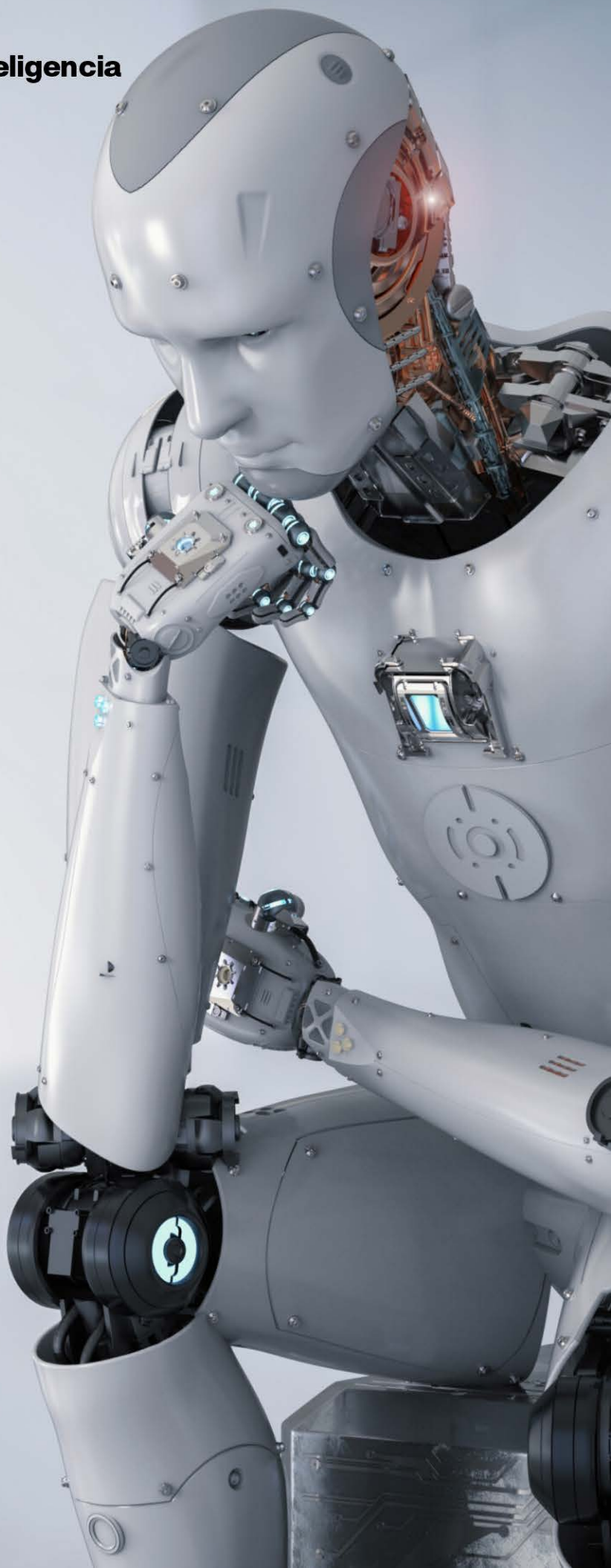
El interés global en la palabra clave 'Cómo usar la IA' en Google Trends ha experimentado un aumento del 507% entre agosto de 2022 y agosto de 2023.

A finales de julio de 2023, esta palabra clave logró una puntuación de popularidad de 85, en comparación con el valor de 14 registrado en la semana que finalizó el 14 de agosto de 2022. Es relevante destacar que el puntaje máximo de popularidad, 100, se alcanzó en la semana del 11 de junio de 2023.

En términos de prominencia a nivel regional, Singapur ocupa el primer lugar con un puntaje de popularidad de 100, seguido por Nigeria con 96.

Por su parte, China se sitúa en la tercera posición con un puntaje de 92.

Myanmar ocupa el cuarto lugar, con una puntuación de popularidad de 86, mientras que Ghana asegura la quinta posición con una puntuación de 78.



La persistente **falta de acceso a Internet** en el mundo.

La ONU alertó sobre la persistente falta de acceso a Internet en el mundo en 2023, que afecta aproximadamente a 2.600 millones de personas, lo que representa cerca de un tercio de la población global.

Estos datos provienen de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), la agencia tecnológica de las Naciones Unidas.

La cifra refleja una leve disminución en comparación con los 2.700 millones de personas que carecían de acceso a Internet en 2022. Por otro lado, alrededor de 5.400 millones de personas (el 67%) ya están conectadas, marcando la mayor cantidad de personas con acceso a Internet en la historia.

A pesar de este avance, la UIT advirtió que las tendencias actuales no son suficientes para asegurar la consecución del objetivo de una conectividad universal y significativa para el año 2030. Y enfatizó la necesidad de 'esfuerzos sostenidos' para acelerar este progreso.

Doreen Bogdan-Martin, Secretaria General de la UIT, destacó que esta mejora en la conectividad representa un paso positivo hacia adelante y subrayó la importancia de no dejar a nadie atrás en la búsqueda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

Los datos indican que el crecimiento de la conectividad ha sido más notable en los países de bajos ingresos, donde el número de usuarios de Internet ha aumentado aproximadamente un 17% en el último año. Sin embargo, en estos países, menos de un tercio de la población está conectada a Internet.

Cosmas Luckyson Zavazava, Director de la Oficina de Desarrollo de Telecomunicaciones de la UIT, subrayó la necesidad de medir y rastrear los datos para dirigir de manera efectiva los

esfuerzos destinados a lograr una conectividad significativa para todos para el año 2030.

La UIT también enfatizó la importancia de que Internet sea económicamente accesible para todos y la necesidad de equipar a los usuarios con las habilidades digitales necesarias para garantizar una experiencia en línea segura y gratificante.

Además, la agencia de telecomunicaciones de la ONU trabaja en estrecha colaboración con sus asociados para asegurar que aquellos que ya están conectados tengan las aptitudes y conocimientos necesarios para utilizar Internet, que consideran una herramienta esencial para acceder a información, oportunidades laborales y educativas.





Las aplicaciones Fnac, SeLogger y MyFitnessPal recogerían ilegalmente datos personales.

La asociación austriaca de protección de datos Noyb –acrónimo de None of your business– presentó una denuncia este jueves 14 de septiembre contra las aplicaciones Fnac (distribución de productos culturales y electrónicos), SeLogger (distribución de anuncios inmobiliarios) y MyFitnessPal (contador de calorías).) ante la Comisión Nacional de Tecnologías de la Información y Libertades (Cnil). Ella los acusa de recopilar y compartir ilegalmente los datos personales de sus usuarios.

Recopilar datos para generar ingresos.

Noyb descargó estas tres aplicaciones para probarlas. Dice que una vez abiertos, "inmediatamente" comenzaron a recopilar y compartir datos personales con terceros, incluido el identificador publicitario único de Google (AdID), el modelo y la marca del teléfono, y la dirección IP local. "Esta recopilación de datos permite establecer el perfil de los usuarios para mostrarles publicaciones y campañas de marketing personalizadas", explica la asociación. El objetivo: "generar ingresos".

Esta práctica viola la normativa sobre protección de datos personales, juez Noyb. En efecto, recuerda que "el simple acceso a los datos o su almacenamiento en el terminal del usuario sólo está autorizado si éste da su consentimiento libre, informado, específico e inequívoco". Sin embargo, "dos y tres solicitudes" no mostraron ningún banner de consentimiento. El tercero presentó uno pero la transmisión de datos comenzó incluso antes de que el usuario diera su consentimiento.

Noyb publicó la denuncia interpuesta contra Fnac. Cuenta cómo la empresa Batch, presentada como proveedor de servicios de análisis y elaboración de perfiles, permite a su cliente Fnac enviar a sus usuarios mensajes personalizados, generalmente con fines de marketing. Para ello, su SDK recopila "por defecto" datos personales, en particular el identificador publicitario único de Google. "La aplicación transmitió el AdID del denunciante a Batch cinco veces por minuto", explica Noyb. Sin embargo, en ningún momento la denunciante accedió a la recogida y transmisión de sus datos. Un número potencialmente muy elevado de víctimas



Por tanto, Noyb pide a la CNIL que lleve a cabo una investigación sobre estas prácticas, borre los datos recopilados ilegalmente e imponga una multa "adecuada" teniendo en cuenta "la gravedad de las violaciones observadas" y "el número potencialmente muy elevado de personas afectadas".

Esta no es la primera vez que las aplicaciones móviles son criticadas por su recopilación e intercambio de datos. Varios estudios informan sobre un "seguimiento generalizado e incontrolado de los usuarios de aplicaciones móviles". Un estudio realizado por el Instituto de Seguridad de Aplicaciones de la Universidad Técnica de Braunschweig, Alemania, reveló que casi el 73% de las aplicaciones enviaron solicitudes que contenían datos personales directamente cuando se lanzó la aplicación.

Estas prácticas no son de extrañar ya que al ignorar la normativa vigente, las aplicaciones móviles se aseguran de poder seguir su estrategia publicitaria sin incidentes. Además, el mundo de las aplicaciones mezcla muchos actores (editores, desarrolladores, proveedores de SDK, sistemas operativos y proveedores de tiendas de aplicaciones) que pueden complicar la aplicación de la legislación. Cuestionados en el marco de un estudio de la asociación Usenix, muchos desarrolladores respondieron que pensaban que disponer de una política de privacidad era suficiente para presumir el consentimiento del usuario.

agencia**LEADS**[®]

in

Lead management 360



**Más leads,
más ventas,
más éxito.**

Generamos leads de forma
efectiva para tu empresa

agencialeads.com

Lo que se exige a un **software** de **contact center**.

En este marco de circunstancias, donde la evolución es el signo de los tiempos, son altas las exigencias para el software de un contact center, cuyo objetivo es brindar todos los canales de atención acordes con los usuarios más exigentes. Veamos algunas de las funciones principales con las que debe contar un software de Contact Center actualmente.

Indudablemente la función de respuesta de voz interactiva es fundamental, dado que garantiza una atención telefónica profesional y de calidad durante los 365 días del año.

Con la gestión de llamadas automáticamente se propondrán respuestas adaptadas en función de las opciones seleccionadas mediante marcación digital o comandos de voz. En síntesis, se trata de la gestión de un amplio volumen de llamadas en poco tiempo.

La distribución automática de llamadas es esencial para enrutar las llamadas entrantes hacia el interlocutor, existiendo diferentes configuraciones. De este modo se mejorará el grado de satisfacción del cliente. Esto va de la mano de la grabación de

llamadas, siempre y cuando se garantice la seguridad de los clientes. Es una función del software omnicanal ideal para la formación de agentes.

El marcador automático de llamadas es ideal para los agentes comerciales, al igual que la integración con el CRM, que permite ofrecer una visión de 360 grados de los potenciales clientes y los diferentes procesos de ventas. Se garantiza de este modo un acceso automático a la ficha cliente, antes incluso de responder a la llamada para personalizar la atención.

El warm transfer elimina los errores de desvío de llamadas y ofrece un servicio de post-llamada único y de calidad. Por su parte, la función call whispering da al responsable la capacidad de escuchar e intervenir en directo en una llamada y a posterior poder extraer estadísticas eficientes.

El software para contact center debe ofrecer todo tipo de funcionalidades de elevada escalabilidad y calidad, con una relación calidad-precio adecuada. Una oportunidad de negocio que brindará servicios de valor añadido a cualquier sector empresarial.

Los perfiles de los usuarios digitales.

Un usuario digital actual se caracteriza por su elevado nivel de exigencia, y al mismo tiempo, por la volatilidad e inconstante relación con las marcas. Según el INE más de 24 millones de españoles compran ya de forma online, realizando 1 de cada 5 compras a través de e-commerce. Así las cosas, veamos a continuación algunos de los perfiles más frecuentes detectados por los expertos de Liferay, a partir de la experiencia de compra en plataformas desarrollados con su tecnología a lo largo de este 2023:

- **Superpreparado:** Es autosuficiente, multitarea y multi dispositivo, aunque principalmente se conecta desde el móvil y su capacidad de concentración es limitada. Su customer journey deberá estar adaptado a las últimas tendencias tecnológicas y las marcas tendrán que sorprenderle.
- **Reactivo:** Reacciona a las notificaciones que le envían las marcas con las que ha tenido alguna interacción (registró en newsletter, últimas compras realizadas, cumplimentación de formularios, anuncios sugeridos, etc.).

La proactividad será un elemento clave en su customer journey y las marcas tendrán que ir siempre un paso por delante de sus preferencias: cuanto más personalizadas sean estas notificaciones, más éxito tendrán, por lo que la recogida de datos y su procesamiento a través de plataformas de experiencia digital será esencial.

- **Diccionario:** Espera encontrar toda la información detallada que busca sin hacer más de 3-4 clics. Será clave el posicionamiento en los buscadores (SEO) de modo que, una vez que el usuario escriba el término de búsqueda en Google, la web proporcione la información en la primera página de resultados.

- **Activo:** Es participativo, generalmente muy activo en redes sociales y que destaca por su elevado grado de dinamismo digital. Escribe opiniones, realiza recomendaciones y su interacción con las marcas va más allá de un simple clic. En su customer journey deberán primar los espacios de valoración, reseñas e intercambio de información.
- **Ávido:** Demanda un servicio inmediato y que tendrá un muy bajo nivel de tolerancia a cualquier fisura o fallo en su interacción digital. Su customer journey tendrá que ser rápido, simple y efectivo, por lo que el autoservicio será una herramienta fundamental. El rendimiento tecnológico de la plataforma se verá más expuesto que nunca y evitar cualquier tipo de error, como ralentización en los tiempos de descarga, ayudará a mantener a raya su alta tasa de abandono.
- **Fugitivo:** Es exigente en sus interacciones y destaca por su elevada infidelidad con las marcas. Siempre se halla detrás del mejor precio o servicio. Es un usuario que compara y realiza multitud de búsquedas antes de culminar un proceso de compra. Su customer journey ha de ser diferenciador y directo.
- **Social:** Este es un tipo de usuario cada vez más relevante y al que atraen siempre las últimas tendencias. Su interactividad en redes sociales es muy elevada, por lo que llega a las marcas y productos a través de ellas.

Es un usuario que demanda un customer journey fresco y ligero, de contenidos muy directos y productos o servicios con referencias avaladas o populares, ya que se dejará influir por opiniones positivas de otros. Lanzar retos personalizados, concursos o promociones a través de redes será un valor fundamental para atraerlo y fidelizarlo.

Macif moderniza su relación con los clientes con un servidor de voz en lenguaje natural.

Consciente de que una parte importante de la población prefiere el intercambio de voz para determinadas solicitudes, Macif instaló hace siete meses un servidor de voz interactivo en lenguaje natural (IVR LN). Basado en el motor de comprensión de idiomas Illuin integrado por Orange Business Services, permite procesar cada mes aproximadamente 1,2 millones de llamadas, con una tasa de comprensión superior al 95% sobre más de 200 intenciones diferentes.

Para Nicolas d'Avout d'Auerstaedt, director del departamento de soluciones de atención al cliente de Macif, "el primer desafío es ser reconocidos por nuestros miembros como el número uno en las relaciones con los clientes. Y esto implica, en particular, la simplificación de su vida diaria con el establecimiento de un número único."

14 millones de llamadas para procesar con 200 intenciones diferentes.

El desafío corresponde a la convergencia de 14 millones de llamadas en un único número con la implicación de "recibir a los clientes, recoger las llamadas y calificar cada llamada durante este enrutamiento", resume Nicolas d'Avout d'Auerstaedt. Por lo tanto, Macif se basó en dos áreas de especialización: "Un motor NLU de última generación aportado por Illuin y la orquestación a escala industrial de los distintos servicios IVR en lenguaje natural de Orange Business", completa Nicolas d'Avout d'Auerstaedt.

La elección de Illuin se basó en sus habilidades. La start-up fundada en 2017, con sede en Neuilly-sur-Seine, ha desarrollado un motor NLU especialmente eficaz para la lengua francesa, en particular gracias a FQuad, un conjunto de datos de 80.000 pares de preguntas y respuestas creado para su I+D.

"Pudimos integrar más de 200 intenciones en muy poco tiempo porque nuestra tecnología logra un alto rendimiento sin requerir un largo tiempo de entrenamiento. Esto se llama modelo de unos

pocos disparos", indica Robert Vesoul, cofundador y director ejecutivo de Illuin Technology.

De 70 números a uno solo, con tiempo de llamada reducido.

Además de reducir la cantidad de números de llamada, la implementación de un servidor de voz interactivo en lenguaje natural ha ayudado a reducir el tiempo que los clientes pasan hablando por teléfono. En efecto, Macif buscaba un servicio "con precisión de enrutamiento, es decir, apoyado por la mejor habilidad según la intención, y por lo tanto respuestas más precisas, más breves y con menos riesgo de transferencia a otros servicios", indica Nicolas d'Avout d'Auerstaedt. La idea es dirigirle a la información correcta, o a un agente apropiado si es necesario, la primera vez.

Y los resultados están ahí: Macif registra "una disminución progresiva en la DMT (Duración Promedio de Atención de Llamadas) lo que genera un aumento progresivo de la productividad", explica Nicolas d'Avout d'Auerstaedt. Sin embargo, el número único puede llegar a saturarse. "En este caso, es un mensaje que anima al cliente a volver a llamar más tarde.

En caso de fallo técnico del IVR LN, es el IVR 'clásico', es decir, el complejo árbol de opciones con el 'tipo 1' el que toma el relevo", especifica el director.

Se fusionaron más de 70 números para ofrecer un único número. "Atendemos 1,2 millones de llamadas al mes y la tasa de comprensión de las intenciones es del 95%.

Nuestro objetivo es ser cada vez más precisos en las intenciones para dirigir la llamada a la mejor habilidad disponible", concluye Nicolas d'Avout d'Auerstaedt. Y Robert Vesoul continúa: "El corazón del proyecto que lideramos con Macif es permitir a los usuarios resolver algunas de sus solicitudes con cada vez más autonomía".

Meta y su modelo de Inteligencia Artificial.

Meta lanzará su modelo de Inteligencia Artificial con características de código abierto, producción de texto y análisis.

El dueño de Facebook, Meta, continúa trabajando en un nuevo modelo de Inteligencia Artificial (IA) que se espera sea más poderoso en funcionalidad que GPT-4, el modelo OpenAI que tomó por sorpresa al mundo en noviembre de 2022.

De conseguirlo, Meta agregaría mucho más competencia al mundo de los chatbots de IA generativa.

La noticia la dio a conocer The Wall Street Journal. El medio refirió que Meta espera tener listo y lanzar su nuevo modelo de Inteligencia Artificial en 2024, y de este modo iniciar la competencia cara a cara con el modelo más avanzado de OpenAI.

Según la información compartida, la firma busca que su modelo sea significativamente más poderoso que Llama 2, la herramienta de Inteligencia Artificial que presentó el año pasado.

La noticia se dio a conocer, en un contexto donde diferentes firmas de investigación reportaron la caída, por tres meses consecutivos, en el número de visitas mensuales al sitio web de OpenAI para utilizar ChatGPT. Además de la disminución del tiempo promedio dedicado a dicho chatbot: de 8.7 minutos a 7 minutos en agosto, de acuerdo con el último reporte de Business Insider.

La información proporcionada por The Wall Street Journal, indicó que Meta espera que su próximo sistema de AI ayude a empresas a crear servicios para producir texto, análisis y otros "resultados sofisticados". Algo similar a ChatGPT Enterprise, la herramienta de chatbot de OpenAI que hasta ahora ha resultado más exitosa y lanzada en agosto de 2023.

Otra característica importante y, según los informes, es petición de Mark Zuckerberg, esta tecnología será de código abierto y así acelerar su

adopción. Además de permitir a los usuarios utilizar la AI de acuerdo con sus necesidades y requerimientos, aun cuando existen restricciones y los usuarios deben seguir los términos y condiciones de Meta.

El entrenamiento para IA por parte de la firma comenzará en los primeros meses del siguiente año. El Wall Street Journal informó que Meta está construyendo Centros de Datos y adquiriendo tarjetas gráficas de Nvidia H100 para apoyar su desarrollo en IA.

Respecto al esquema de código abierto, se hizo notar que algunos especialistas han expresado su preocupación por entregar una herramienta poderosa en manos equivocadas, y esta pueda usarse con fines maliciosos, como difundir información errónea o infringir los derechos de autor.

LLaMA



Microsoft lanza un acelerador de startups para proyectos de IA generativa en la Estación F.

12 startups francesas podrán participar en el Generative AI Startup Program organizado por Microsoft en París a partir de finales de octubre. La empresa y sus socios los apoyarán en sus esfuerzos por integrar la inteligencia artificial generativa.

"Se ha vuelto esencial para las empresas desarrollar soluciones concretas e innovadoras para transformar las profesiones actuales gracias a la IA generativa", considera Corine de Bilbao. El presidente de Microsoft Francia anunció el martes 12 de septiembre el lanzamiento de un programa de aceleración para las empresas emergentes y los editores de software franceses que deseen integrar la inteligencia artificial generativa en sus servicios.

Establecida en colaboración con Station F, la consultora Cellenza y el colectivo Impact AI, la iniciativa tendrá una duración de diez semanas para un total de 12 empresas cuidadosamente seleccionadas. El área de aplicaciones, accesible desde hoy a través del sitio web de Microsoft, cerrará sus puertas en aproximadamente un mes, y el programa comenzará a finales de octubre.

Acceso a LLM de OpenAI.

Las startups seleccionadas podrán beneficiarse de la asistencia técnica y comercial de Microsoft y sus socios en el despliegue de herramientas y estrategias de IA generativa. "Nuestro apoyo consistirá en

compartir nuestra experiencia, apoyar, asesorar y desafiar a las empresas emergentes elegidas en las fases de diseño iniciales para acelerar la comercialización de soluciones innovadoras", indica Thomas Leblanc, director general de Cellenza. El colectivo Impact AI, por su parte, garantizará la implementación de principios de IA responsables y éticos.

Los participantes del programa también recibirán créditos para Azure, el servicio en la nube de Microsoft, según su elegibilidad. También podrán utilizar los últimos modelos de la start-up OpenAI con quien Microsoft se ha aliado en materia de inteligencia artificial, concretamente GPT-4 para usuarios de pago de ChatGPT y GPT-3.5 para usuarios que no pagan. Además de un espacio de trabajo temporal dentro del campus de la Estación F de París, las empresas se pondrán en contacto con los clientes de Microsoft.

Para poder optar a la aceleradora, los candidatos deben presentar un modelo de negocio B2B así como una solución viable "con al menos una referencia de cliente". El formulario de registro también les pide que hayan identificado de antemano casos de uso de inteligencia artificial generativa en el contexto de su empresa. Por último, como la iniciativa está diseñada por Microsoft, las start-ups deberán desarrollar su solución utilizando las tecnologías de la empresa y hacer visible su oferta en su mercado.



Acceso a modelos previamente entrenados para implementar IA a escala

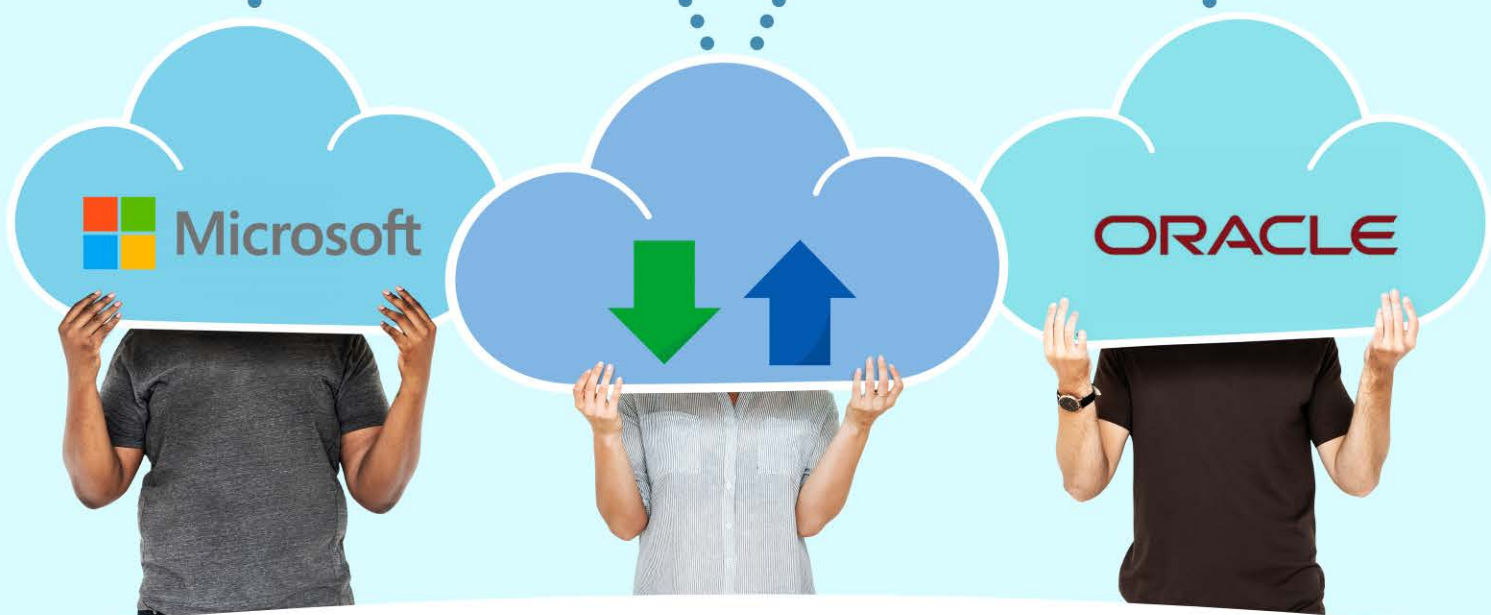


Guía 1:1 para mantenerse a la vanguardia



Diferencie su producto con soporte de capacitación para sus modelos

Microsoft y Oracle confluyen en los servicios de nube.



Microsoft y Oracle anunciaron un nuevo acuerdo destinado a fortalecer aún más la integración de sus servicios de almacenamiento en la nube, con el propósito de fomentar la migración de sistemas de sus clientes hacia entornos en la nube.

Larry Ellison, cofundador de Oracle, señaló que muchos de sus clientes ya han iniciado el proceso de migración hacia la nube, aunque gran parte de sus datos aún permanecen en sus instalaciones físicas. En este contexto, el objetivo es acelerar la transición hacia la nube.

Satya Nadella, CEO de Microsoft, explicó que la iniciativa surgió a raíz de las solicitudes de los clientes, quienes deseaban un portal unificado en Azure, la plataforma en la nube de Microsoft, para acceder a los servicios de ambas compañías.

El acuerdo contempla la ubicación de las bases de datos de Oracle en los centros de datos de Microsoft, lo que, según ambas empresas, agilizará el acceso a diversas aplicaciones. Además, permitirá a los clientes aprovechar los servicios de inteligencia artificial de Azure en conjunción con las bases de datos de Oracle, lo que podría facilitar tareas como el entrenamiento

de modelos de OpenAI utilizando datos almacenados en Oracle.

Este anuncio representa el último paso en una serie de iniciativas destinadas a integrar las ofertas en la nube de estas dos empresas competidoras. Ellison, quien también ejerce como director tecnológico de Oracle, destacó que, a pesar de la competencia, han colaborado estrechamente durante muchos años.

A medida que la infraestructura digital para el procesamiento de datos se vuelve cada vez más compleja, un número creciente de empresas está optando por migrar sus datos a entornos de nube pública, como los ofrecidos por Microsoft o Amazon.

Sin embargo, muchas de estas empresas dividen sus bases de datos entre diversos servicios, lo que puede llevar a una mayor necesidad de integración de sistemas.

El nuevo servicio resultante de este acuerdo se denominará Oracle Database@Azure y estará disponible en formato de pruebas en algunas regiones de Estados Unidos, Reino Unido y Alemania a principios del próximo año.

Perspectivas del metaverso.

El 98% de los líderes empresariales están convencidos del poder transformador que posee el metaverso, que está generando una influencia significativa en el ámbito empresarial, de acuerdo con una investigación de EY.

Según el informe "El metaverso en el trabajo", el 80% de los líderes en diversos sectores económicos considera que esta nueva realidad virtual tendrá un impacto significativo en sus respectivos negocios.

Los números continúan reforzando el entusiasmo en torno al metaverso: el 98% de los líderes empresariales está convencido del poder transformador que posee esta tecnología emergente, reconociendo su capacidad para remodelar la forma en que se hacen negocios y se interactúa con los clientes.

Así las cosas, la investigación señala que más del 50% de los líderes que tienen planes futuros con el metaverso ya han implementado casos de uso en sus organizaciones.

Este hecho indica una adopción activa y un reconocimiento concreto de los beneficios que esta innovación puede aportar a sus operaciones.

Entre las cifras llamativas, el 44% de los encuestados ve el metaverso como el siguiente paso en la digitalización de sus negocios, resaltando así su confianza en que esta tecnología revolucionaría desempeñará un papel esencial en la evolución digital de sus industrias.

La investigación deja en claro que hay un respaldo contundente por parte de los líderes empresariales hacia el metaverso.

Las estadísticas revelan que la adopción activa y la creencia en su potencial transformador están creciendo de manera constante.

Los números no solo hablan de la confianza actual en el metaverso, sino también de la dirección hacia la cual se encamina la transformación empresarial en el futuro cercano.

Se estima en 6% caída de envíos globales de Smartphones en 2023.

Los envíos globales de teléfonos inteligentes este año están en camino de ser los peores en una década. Counterpoint Research, en un informe citado por CNBC, informó que espera que los envíos de teléfonos inteligentes en 2023 disminuyan un 6% interanual, a mil 150 millones de dispositivos.

Al medir la demanda esperada, citó, los envíos no son equivalentes a las ventas y representan la cantidad de dispositivos que los proveedores de teléfonos inteligentes envían a los minoristas.

Entre las razones, Counterpoint Research mencionó que Asia es uno de los principales obstáculos para el crecimiento positivo, porque: "Los vientos en contra detienen el cambio económico anticipado para China a principios de año, y la región en general experimenta caídas cada vez más intensas en los mercados emergentes", Dijo Counterpoint en su informe.

La economía de China no estuvo a la altura de las expectativas de una recuperación rápida, mientras que los consumidores siguen siendo cautelosos con respecto al gasto. Las compras de teléfonos inteligentes en China, que solían tener un promedio de 450 millones de dispositivos al año en su punto máximo, se han reducido a 270 millones.

Karn Chauhan, analista senior de Counterpoint Research, dijo que ha sido una de las principales causas detrás de la disminución en las ventas globales de teléfonos inteligentes.

La consultora espera que los envíos de teléfonos inteligentes en 2023 disminuyan un 6% interanual, a mil 150 millones de dispositivos.

América del Norte continúa frenando la recuperación global con una primera mitad del año decepcionante, esta región se prepara para caídas

de dos dígitos en todo el año, resaltó Counterpoint. "A pesar de la fortaleza en el mercado laboral y la caída de la inflación, los consumidores dudan en actualizar sus dispositivos, lo que eleva las tasas de reemplazo para Estados Unidos y en todo el mundo a niveles récord".

Frente a ese escenario, Apple podría convertirse en el jugador más grande en teléfonos inteligentes este año por envíos. Además, las ventas de iPhone de gama alta siguen siendo positivas, agregó el informe.

"Apple retomaría el primer lugar, los modelos premium del mercado con dispositivos de mayor precio se ha mantenido, a pesar de una caída en los envíos generales de teléfonos inteligentes",

Con el lanzamiento del iPhone 15 se podrían reforzar los resultados positivos de Apple, dijo Counterpoint. Resaltó que la compañía estadounidense podría este año ocupar el primer lugar a nivel mundial en términos de envíos anuales por primera vez.



Unión Europea: A disposición supercomputadoras a empresas dedicadas al desarrollo de Inteligencia Artificial.

La Unión Europea (UE) anunció que pondrá a disposición de las empresas dedicadas al desarrollo de inteligencia artificial (IA) sus supercomputadoras de alto rendimiento. La iniciativa busca promover el avance de la tecnología de IA, que ofrece amplias posibilidades pero también plantea riesgos éticos.

La presidenta de la Comisión Europea (CE), Ursula von der Leyen, hizo este anuncio durante su discurso sobre el Estado de la Unión en el Parlamento Europeo en Estrasburgo, Francia.

Von der Leyen destacó que la Inteligencia Artificial tiene el potencial de mejorar la atención médica, aumentar la productividad y abordar el cambio climático, pero subrayó que no se deben subestimar las amenazas que plantea.

Hizo referencia a las advertencias de destacados desarrolladores, académicos y expertos en Inteligencia Artificial sobre la importancia de mitigar los riesgos asociados a esta tecnología, al igual que otros riesgos globales como las pandemias y la guerra nuclear.

La presidenta de la Comisión Europea enfatizó la necesidad de guiar de manera responsable el desarrollo de la Inteligencia Artificial, que está avanzando a un ritmo más rápido de lo esperado. Propuso que la Unión Europea y sus socios lideren la creación de un nuevo marco global para la Inteligencia Artificial basado en tres pilares: regulación, gobernanza y dirección de la innovación.

En el ámbito de la regulación, Von der Leyen mencionó la Ley de Inteligencia Artificial impulsada por la Unión Europea, que busca que la tecnología se desarrolle de manera transparente, responsable y centrada en el ser humano. Instó a que estas normas sean adoptadas lo antes posible.

En cuanto a la gobernanza, propuso la creación de un organismo similar al Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC), que

evaluaría los riesgos y beneficios de la Inteligencia Artificial para la humanidad con la colaboración de científicos, empresas tecnológicas y expertos independientes.

En el tercer pilar, relacionado con la dirección de la innovación en Inteligencia Artificial de manera responsable, Von der Leyen resaltó el liderazgo de la Unión Europea en supercomputación, con tres de las cinco supercomputadoras más potentes del mundo. La apertura de estas supercomputadoras a empresas de IA es parte de la estrategia para guiar la innovación.

La presidenta de la CE también abogó por un diálogo abierto con las empresas que desarrollan y utilizan esta tecnología, similar a las normas voluntarias de seguridad y confianza que se han acordado en Estados Unidos. Su objetivo es unificar estos esfuerzos en torno a normas globales mínimas para el uso seguro y ético de la Inteligencia Artificial.



Ventajas de la utilización de un CRM.

CRM



El CRM (Customer Relationship Management) es una plataforma digital que almacena y ordena toda la información detallada de cada uno de los clientes, actuales y potenciales, de una empresa, con la que pueden implementar estrategias que permitan aumentar su tasa de conversión.

Algunos especialistas recomiendan a las organizaciones que cuentan con una base de más de 50 prospectos (posibles clientes), utilizar esta herramienta que ayuda a segmentar a los clientes, además de automatizar diversas tareas con la finalidad de optimizar tiempo y dirigirlo hacia el cumplimiento de metas.

En palabras de Vanessa Ramírez, CMO de DataCRM: "Con estos sistemas podemos dirigirnos hacia los clientes de forma personalizada y resolver sus necesidades. A través de WhatsApp podemos enviar mensajes masivos, obtener datos en tiempo real de la gestión realizada por el equipo, con un proceso más eficaz con el que se puedan revisar respuestas e informes inmediatos".

Pero, ¿cómo saber si es necesario un CRM para la empresa o si vale la pena invertir en él?, DataCRM, comparte una serie de beneficios e inconvenientes que pueden ayudar a tomar una mejor decisión sobre su incorporación al negocio.

Ventajas de un CRM

- Visión de 360 grados del mercado – para entender desde dónde llega el cliente, identificar su necesidad, ofrecerle una propuesta de valor que pueda concretarse y, posterior a ello, dar seguimiento a todas las solicitudes postventa.
- Ahorra tiempo y dinero – delegar actividades manuales para automatizarlas, como investigar al cliente para conocer patrones comunes de compra, detectar qué producto está adaptado a cada cliente y actualizar el estado de su pedido.
- Elimina fronteras de comunicación en la empresa – los CRM son compatibles con todos los dispositivos y mantienen toda la información en la nube y al alcance de todos, fomentando la comunicación multicanal, minimizando errores.
- Movilidad e inmediatez – acceso inmediato desde cualquier dispositivo móvil para consultar la información de los clientes y responder sus inquietudes día con día.
- Mejora la relación con los clientes – 90% de los consumidores americanos toma en cuenta el sentirse valorado por la marca como un factor clave para hacer negocios con la empresa.
- Uso de Inteligencia Artificial – sincroniza los datos de otras aplicaciones y centraliza todo en un solo lugar. Procesar datos permite predecir el negocio, identificar tendencias de compra, saber qué producto se vende mejor en cierta temporada, cuántos intentos son necesarios para conseguir la venta y aumento en el volumen de las mismas.

Bolivia: Avanza retiro de redes abandonadas y no autorizadas.

La Autoridad de Regulación de Transportes y Telecomunicaciones (ATT) de Bolivia aprobó el Instructivo de Identificación de Redes Alámbricas, mediante la Resolución Administrativa Regulatoria ATT-DJ-RAR-TL LP 386 2023, resuelta el 29 de marzo por el director Ejecutivo de la ATT, Néstor Ríos, y publicada el pasado 15 de agosto.

El instructivo establece los procedimientos para la identificación de cables y elementos de las redes inalámbricas externas, el retiro de cables en desuso y redes no autorizadas, y el despliegue y registro de nuevas redes externas instaladas en postes utilizadas para la prestación de servicios de telecomunicaciones.

De acuerdo con la resolución, el instructivo debe ser aplicado por todos los operadores y proveedores de servicios de telecomunicaciones que administren o controlen redes alámbricas externas públicas o privadas y aquellas que planifiquen el uso de postes para el despliegue de redes para la provisión de servicios de telecomunicaciones.

El instructivo define como red no autorizada a "aquella red activa o pasiva que se encuentra instalada en la infraestructura de un operador, sin el conocimiento ni autorización del titular de la infraestructura".

Mientras que a un operador o proveedor no autorizado se denomina como "aquella empresa, persona o asociación de personas u otras que se dedican a explotar un servicio de telecomunicaciones sin contar con el respectivo Título Habilitante de Telecomunicaciones" que autoriza la explotación de dicho servicio".

El instructivo establece un método de codificación que los operadores y proveedores deberán remitir a la ATT, al igual que un Informe de Relevamiento de Red y Cronograma de Retiro, para que el regulador los revise y los apruebe.

Brasil: WiFi 6E y las pruebas AFC de Cisco y Broadcom.

Broadcom y Cisco, a través de su proyecto conjunto Open AFC de código abierto, completaron la fase de pruebas e integración de sus tecnologías AFC para habilitar el funcionamiento de la conectividad WiFi 6E en espacios exteriores de Brasil.

Las compañías colaboraron en implementar sus soluciones de coordinación de frecuencia automatizada (AFC, por sus iniciales en inglés), con el objetivo de demostrar que es totalmente funcional para que los dispositivos sin licencia puedan operar en la banda de 6 GHz.

AFC es un sistema diseñado para que los dispositivos WiFi sin licencia operen en dicho espectro sin interferir con los usuarios con licencia que también se encuentran en la banda. Es decir, permite la convivencia sin intromisiones. En Estados Unidos, la Comisión Federal de Comunicaciones estableció AFC para que WiFi funcionara en armonía, debido a que la banda de 6 GHz ya era ocupada por los operadores satelitales. De forma similar, el objetivo en Brasil es que no haya interferencia con las conexiones fijas.

Además, Broadcom y Cisco se asociaron con distintos proveedores de servicio de Internet para capacitarlos en el uso del sistema AFC para los puntos de acceso WiFi 6E en exteriores. Luego de concluir esta fase de pruebas, la Dynamic Spectrum Alliance (DSA) - de la que forman parte Cisco y Broadcom - dijo que espera que la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel) emita pronto las condiciones para el uso exterior de la banda de 6 GHz.

En palabras de Martha Suárez, presidenta de la DSA: "Brasil ha sido líder mundial en autorizar el uso de la banda de 6 GHz para WiFi, convirtiéndose en un centro para el desarrollo de nuevas tecnologías, permitiendo la innovación, nuevos casos de uso y beneficios considerables para los brasileños y la economía nacional".

Suárez destacó que la solución AFC facilita las operaciones de los proveedores de servicio de Internet inalámbrico para que puedan entregar servicios a través de WiFi 6E tan pronto como la Anatel establezca la regulación correspondiente.

Open AFC considera que la aprobación de AFC representa un hito para el mercado WiFi en Brasil, ya que espera que detone la conectividad inalámbrica al aire libre. Open AFC es un grupo operado por Telecom Infra Project; su presencia no sólo abarca el país sudamericano, sino que busca impulsar la adopción global de WiFi en la banda de 6 GHz.

Brasil fue uno de los primeros países de América Latina en liberar dicho rango del espectro radioeléctrico para el uso sin licencia por sistemas como WiFi. Sin embargo, la ocupación de esta banda aún no se ha dado de forma significativa, pues los proveedores de Internet aseguran que aún no llegan los equipos WiFi 6E al mercado nacional.



WiFi 6E





Chile: Impulso al mercado de centros de datos.

Chile se ha posicionado como un gigante en la actividad de los centros de datos en América Latina, impulsado por las importantes inversiones de los proveedores de computación en la nube que han desembarcado en el país. El año 2022 fue testigo de una transformación significativa en la industria local de centros de datos, con proveedores mayoristas estableciendo una ola de nuevos centros, al mismo tiempo que algunas empresas de telecomunicaciones abandonaron el sector.

451 Research, una reconocida firma de análisis de mercado y consultoría en tecnología, publicó su informe Technology & Business Insight (TBI) 2023 sobre el mercado de centros de datos arrendados en Chile. Entre los principales resultados, se espera que entre 2022 y 2027 haya un crecimiento significativo en la oferta de centros de datos arrendados en Chile, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 30% en el espacio operativo.

El Índice de Interconexión Global (GXI) 2023, publicado por la empresa Equinix, ya adelantaba que el ancho de banda de interconexión tendría un aumento en su tasa CAGR del 39% hasta 2025, con la región latinoamericana como el impulsor más importante de este crecimiento.

Un ejemplo destacado de esta transformación en el mercado chileno es el caso de Entel, que vendió sus instalaciones a Equinix Inc, donde, en lugar de reducir la competencia, estas salidas la han incrementado con la llegada de nuevos proveedores presentes en múltiples países latinoamericanos y otras regiones.

A pesar de la complejidad macroeconómica debida a la inflación y los tipos de interés, el optimismo sobre el mercado chileno sigue siendo fuerte. 451 estima que "el mercado local seguirá creciendo a un ritmo vertiginoso, superando el millón de pies cuadrados

operativos el próximo año y añadiendo probablemente otro millón de pies cuadrados en 2028".

La salida a principios de 2023 de los grandes conglomerados de telecomunicaciones que dominaban el mercado chileno ha dado paso a nuevas empresas especializadas en colocación, las cuales se han convertido en los principales proveedores de centros de datos en el país. Estos proveedores están introduciendo estándares operativos más exigentes, lo que se traduce en mejoras en la redundancia y resiliencia de las instalaciones.

Los principales proveedores de computación en la nube han anunciado la apertura de regiones de computación en la nube en Chile, incluyendo a Amazon Web Services (AWS), Google Cloud, Microsoft Azure y Oracle Cloud. Se espera que la actitud positiva de estos proveedores hacia el mercado continúe en crecimiento, especialmente con la llegada del sistema de cable Humboldt, que proporcionará conectividad a la región de Asia-Pacífico.

En palabras de Francisco Basoalto, director general de Equinix para Chile: "Quizá lo más importante es que Chile es un punto de aterrizaje para ocho cables submarinos principales, cinco de ellos en Valparaíso, a 120 km de Santiago.

Los cables submarinos permiten conexiones de alta velocidad entre Chile y empresas de América del Norte y del Sur. Los planes para cables nuevos, como el sistema de cable Humboldt, conectarán Valparaíso con Australia y más allá, lo que convierte a Chile en un punto de partida conveniente para las empresas que buscan conectarse de manera rutinaria y rápida con empresas en la región de Asia Pacífico".

Colombia: Más de la mitad de hogares del Pacífico no tienen acceso a **Internet fijo.**

La Región Pacífico de Colombia registró 1.19 millones de conexiones a Internet fijo a finales de 2022, de las cuales 305 mil son por fibra óptica; sin embargo, la CRC identifica todavía necesidades de conectividad.

Sólo 42 de cada 100 hogares en la Región del Pacífico en Colombia tienen conexiones a Internet fijo, aún menos de la mitad de la zona, revela el informe Data Flash, de la Comisión de Regulación de las Comunicaciones (CRC), con datos a diciembre de 2022.

A finales de 2022, existían 1.19 millones de conexiones a Internet fijo en la Región del Pacífico, con presencia en 178 municipios. Del total, 305 mil conexiones son por fibra óptica, lo que representa 12% del total de los accesos en Colombia con este tipo de tecnología (2.62 millones en el mismo periodo).

El informe, que contempla información de los departamentos del Cauca, Chocó, Nariño y Valle del Cauca, resalta que las velocidades en la región alcanzaron 123 Mbps de bajada y 57.2 Mbps de subida. Respecto a Internet móvil se registraron 40 millones 110 mil 413 accesos, un incremento de 3 mil accesos aproximadamente en comparación con 2021, cuando registró 37 millones 963 mil 699 accesos durante el último trimestre.

En materia de telefonía fija, se registraron 1.15 millones de líneas, alcanzando una penetración de 40 líneas por cada 100 hogares durante 2022. Sin embargo, el informe revela que este servicio únicamente se prestó en el 45% de los municipios de la región.

En cuanto a la televisión por suscripción, la Región del Pacífico registró 830 mil conexiones y su penetración fue del 99% del total de los municipios.

En palabras de Nicolás Silva Cortés, comisionado y director Ejecutivo de la CRC: "Con el desarrollo de estos análisis y conscientes de la importancia de conocer el estado actual de los servicios de comunicaciones en todo el territorio nacional, en la CRC trabajamos en la construcción de cifras oficiales que permitan identificar las necesidades y oportunidades de mejora para el desarrollo de iniciativas de regulación y política pública que faciliten mayor despliegue y acceso a los servicios en la región".





Latam: Google Cloud contribuye a la generación de empleo y oportunidades.

Construir un futuro digital para América Latina es un compromiso transversal para Google Cloud.

En palabras de Eduardo López, presidente de Google Cloud para Latinoamérica, durante el evento Andicom 2023: "La aceleración de la transformación digital consiste en dejar de ver a la tecnología como un aspecto de TI y empezar a considerarlo un elemento transversal para todas las industrias".

Para lograrlo, la compañía se centra en tres pilares: el cambio de cultura que deben hacer las empresas, el entrenamiento y la transformación de la educación en niños y jóvenes de todas las edades.

De acuerdo con cifras del gigante tecnológico, 21 mil 500 jóvenes de la región obtuvieron sus títulos respaldados por Google, y 85% de ellos ya cuentan con un nuevo empleo o recibieron un ascenso.

Durante el Google I/O, la compañía presentó sus nuevos avances en Inteligencia Artificial (IA), esto responde a la decisión de convertirse "en líderes globales en IA y otras tecnologías que habitan en el centro de nuestra estrategia y que están al servicio de todos nuestros productos, lo que nos permite crear sociedades más prósperas, más inclusivas y más sostenibles para mejorar las vidas de los ciudadanos de la región", asevera López.

Para la región, el ejecutivo considera vital fortalecer la educación de las personas, lo que transformará la vida de niños y jóvenes a mediano y largo plazo.

Hemos realizado proyectos como la 'feria de empleo', en la que Google Cloud es un puente entre empresas que buscan empleados y estudiantes que ya terminaron o están terminando su capacitación. Así, generamos impacto entre lo que necesita la industria y el talento local...".

En Colombia, Servinformación y Google Cloud crearon Don Tulio, un chatbot para productores agrícolas que brinda información importante para el sector, y Sura –una entidad prestadora de salud– llevará varios de sus procesos a la cultura de innovación.

En Centroamérica, recientemente Google Cloud anunció una asociación con el gobierno de El Salvador para establecer una oficina y prestar servicios de Google Distributed Cloud (GDC) en el país. "El objetivo de la asociación GDC consiste en digitalizar el país, actualizar los servicios gubernamentales y mejorar los sistemas sanitario y educativo. Además de acercar la infraestructura al lugar donde se generan los datos para El Salvador", explica López.

Este tipo de iniciativas facilitan el cumplimiento del objetivo transversal de gobiernos e industria de transformar la vida de las personas en torno a servicios de tecnología.



Guatemala: Generando empleos en el sector de **Contact Centers** y **Business Process Outsourcing (BPO)**.

Everise Guatemala, dedicada a la transformación del servicio al cliente para empresas de salud, transporte, logística, seguros, servicios financieros y tecnología, ha colocado la primera piedra para la construcción de un nuevo edificio en el corazón de Villa Nueva.

Con este edificio se impactará la vida a más de 700 personas que formarán parte de la empresa, quienes ahora en lugar de viajar más de dos horas para llegar a su trabajo, solo realizarán un trayecto de 10 a 25 minutos. En total se crearán 1.500 plazas de empleo.

Las instalaciones serán de alto nivel, con tecnología, espacios dinámicos para que los colaboradores se desarrollen de distintas formas. Esta sede contará con los mismos estándares de calidad que el edificio de zona 13.

En palabras de Roberto Sagastume, Vicepresidente de Operaciones para Latinoamérica: "Queremos ser pioneros en la instalación de la primera operación de Contact Center y Business Process Outsourcing (BPO), en Villa Nueva, que es de donde proviene el 35 por ciento del personal que trabaja en la industria del Contact Center.

Será un edificio que no solo dejará huella en las personas, sino que también en el municipio, porque vamos a brindarle el desarrollo económico que necesita. La localidad alberga mucho talento humano (...) Solucionamos problemas para millones de clientes de algunas de las marcas líderes del mundo al brindar soluciones de servicio al cliente que permiten a las empresas escalar globalmente y al mismo tiempo lograr la máxima satisfacción del cliente".

Everise Guatemala ha estado involucrado en el desarrollo de Villa Nueva, de la mano de las autoridades municipales, al crear un programa de becas para el estudio del idioma inglés, lo que ha permitido que muchos de sus colaboradores se hayan graduado e insertado en el mundo laboral.

Esto ha sido de vital importancia en la economía de las empresas estadounidenses, para las cuales trabajan.

"Hoy les reitero que Guatemala se está convirtiendo en uno de los hubs principales para la prestación de servicios de Contact Center y BPO, y queremos catapultar a Villa Nueva para tener el mismo reconocimiento que ha tenido Guatemala. Tenemos el compromiso de generar alrededor de 1.500 puestos de trabajo en Villa Nueva, siempre con la filosofía de beneficiar a la gente de distintas formas, al municipio, a las familias y a nuestros colaboradores estratégicos", concluyó Roberto Sagastume.



México: Inteligencia Artificial (IA) crearía más de 117 mil empleos.

Aunque existe temor por la sustitución de puestos de trabajo en un futuro, se espera que las herramientas de la nube e Inteligencia Artificial en México generen 117 mil nuevos empleos directos e indirectos al 2030.

Julio Velázquez, managing director de Google Cloud México, dijo que será vital en los próximos años el personal calificado para manipular las tecnologías. "De aquí para adelante todo será Inteligencia Artificial, el reto será llevarlo al mundo empresarial", dijo.

Los comentarios del ejecutivo se dieron en la mesa redonda "Gen AI Live + Labs", organizado por la división de Nube de Google.

De acuerdo con estimaciones de la firma de análisis AlphaBeta Economics, la región de nube de Google Cloud apoyará a la creación de 117 mil 400 empleos asociados para 2030.

Para contextualizar el interés que presenta el mercado, Velázquez señaló que en la actualidad 70% del top 100 de las empresas denominadas unicornios los que utilizan los servicios de Google Cloud. "Las empresas ven la capacidad de aprovechar los datos y desarrollar modelos ejecutivos basados en Inteligencia Artificial. Todas las empresas que se están creando están siendo favorecidas por esta capacidad para darle solución a lo que viene", añadió.

A inicio de este año, el gigante tecnológico refirió que, de acuerdo con sus estimaciones, el mercado de la Inteligencia Artificial a nivel global es de 100 millones de dólares. Para 2030, se espera alcance 1.5 trillones de dólares.

Se contempla que la región de la nube de Google Cloud aportará 226 mil 300 millones de pesos al Producto Interno Bruto (PIB) Nacional para el periodo señalado.

Con 35 regiones de nube y 106 zonas en todo el mundo, Google Cloud reveló en marzo de este año que Querétaro es la sede de la nueva región de nube en América Latina. Esa infraestructura dedicada a atender servicios de nube que tiene como objetivo satisfacer las demandas de tecnología en toda la región.

Las tendencias que hoy tiene la IA destacan la facilidad de realizar tareas repetitivas a través de sistemas preparados, así como la toma de decisiones adaptada para todas las industrias y mejoras en procesos productivos a través de análisis de datos y otras métricas.

Velázquez planteó que entre los retos que se ven a futuro destaca el desarrollo de una empatía que hoy la Inteligencia Artificial no tiene, en comparación con las capacidades, sentimientos y razonamiento que hoy solo existen en el ser humano.



Latam: Centro de Operaciones de Ciberseguridad de IBM impulsado por Inteligencia Artificial.

El costo de una filtración de datos en Latinoamérica alcanzó los 2.46 millones de dólares en Latinoamérica, alcanzando un máximo histórico desde 2020, así lo anunció IBM Security como parte de su reporte anual.

De acuerdo con la compañía, los costos de detección y escalamiento se duplicaron representando la porción más alta de los costos en las filtraciones, indicando un cambio hacia investigaciones más complejas.

A partir de esto, IBM anunció la apertura de un nuevo Centro de Operaciones de Seguridad (SOC) en la ciudad de Sao Paulo, Brasil para brindar servicios de seguridad a toda América Latina.

De acuerdo con el reporte de IBM, en América Latina los ataques de infiltrados malintencionados fueron los más costosos por 2.59 millones de dólares, seguido de ataques con credenciales robadas y comprometidas por 2.56 millones de dólares, y por último la pérdida accidental o robo de datos o dispositivos por 2.53 millones de dólares.

Los vectores de ataque iniciales más comunes en la región fueron el robo o compromiso de credenciales y el phishing, estos representan el 16% de las infracciones estudiadas.

Otros hallazgos del estudio de IBM indicaron que la Inteligencia Artificial y la automatización tuvieron el

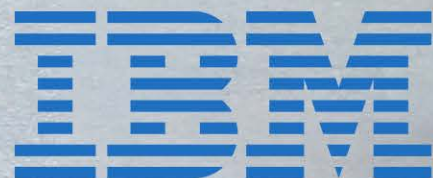
mayor impacto en la velocidad de identificación y contención de las filtraciones para las organizaciones estudiadas.

Además, en Latinoamérica el 43% de las filtraciones de datos estudiadas resultaron en la pérdida de datos en múltiples tipos de entornos como nube pública, privada e infraestructura local, indicando que los ataques pudieron comprometer múltiples entornos y evitar la detección.

El estudio también arrojó que si una empresa tarda menos de 200 días en identificar y contener el incidente, el costo promedio de la filtración es de 2.13 millones de dólares, pero si pasa los 200 días el costo sube a 2.79 millones.

El nuevo Centro de Operaciones de Seguridad aprovechará las capacidades de gestión de amenazas globales de IBM para proporcionar servicios proactivos de detección de amenazas las 24 horas del día los siete días de la semana.

Este SOC aprovecha la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y la automatización para ayudar a los clientes a identificar y contener las infracciones de manera más rápida y eficiente.



Latam: Costo promedio de las filtraciones de datos en empresas.

Los vectores de ciberataque iniciales más prominentes en esta región son el robo o compromiso de credenciales y el phishing, estos representan el 16% de todas las infracciones investigadas.

En cuanto a los sectores más afectados, el mundo financiero lidera la carga con un costo promedio de 2.99 millones de dólares, seguido por el sector industrial con 2.82 millones y el sector de servicios con 2.78 millones de dólares.

El costo promedio de una filtración de datos en América Latina ha alcanzado la asombrosa cifra de 2.46 millones de dólares durante 2023, de acuerdo con un informe de IBM.

Este dato marca un impresionante aumento del 76% desde el año 2020, estableciendo un nuevo récord.

Sin embargo, las organizaciones que han apostado a la ciberseguridad impulsada por la inteligencia artificial y la automatización han logrado desafiar estas cifras astronómicas.

De tal forma, han reducido los costos de las filtraciones de datos en 1.04 millones de dólares, mientras que los ciclos de vida de estas filtraciones se han acortado en 94 días.

Según el informe anual "Cost of a Data Breach de IBM Security", los ciberataques perpetrados por infiltrados malintencionados encabezan el ranking con un costo de 2.59 millones de dólares.

Estos son seguidos de cerca por los ciberataques que involucran credenciales robadas y comprometidas, con un costo de 2.56 millones.

En tercer lugar, se ubican las pérdidas accidentales o robos de datos o dispositivos, con un valor de aproximadamente 2.53 millones de dólares.

Latam: Huawei digitaliza estadios y proyectos de infraestructura.



HUAWEI

La empresa china Huawei considera que esta es la época dorada para la transformación digital de América Latina, ya que diversos países, como México, Brasil, Chile, Colombia, Argentina, Perú y Panamá han desarrollado, cada uno a su manera, sus propias estrategias de digitalización.

La compañía tecnológica china colabora en el viaje de sus clientes de seis industrias en 14 escenarios y con siete soluciones principales, que van desde los routers WiFi hasta los centros de datos, pasando por la ciberseguridad.

En el Huawei Network Summit (HNS), celebrado por primera vez en Latinoamérica, la empresa presentó sus innovaciones para los sectores de gobierno, educación, hotelería, salud, retail y proveedores de servicios de Internet (ISPs).

En el roundtable con medios de comunicación, Huawei presentó su alianza con el Club Deportivo River Plate para hacer inteligente el estadio Monumental a través de su solución AirEngine para Wi-Fi 6, mediante la que pusieron 389 access points y un data center para los 83 mil espectadores.

WiFi 6 fue desarrollado para estos escenarios y un access point puede soportar numerosos usuarios, alrededor de 200 dispositivos por cada router, mientras que el centro de datos puede ayudar a detectar 85% de los problemas. Martín Portillo, director de Estrategias en Huawei, señaló que ya hay varios estadios inteligentes desplegados en América Latina. Por ejemplo, Huawei trabaja con una aplicación de WiFi en el Estadio Azteca y hay otros tres casos con las mismas características.

Consultado sobre cuál es la tecnología más adecuada para hacer los estadios inteligentes, si 5G o WiFi 6, previo a la Copa Mundial de Fútbol 2026 que tendrá como sede los tres países de Norteamérica, Aboul Magd dijo que son complementarias, por lo que Huawei podría recurrir a una solución híbrida.

Respecto a otras verticales, Portillo agregó que Huawei ya está tomando parte de los proyectos estratégicos de infraestructura de México, y específicamente del sureste, como el Tren Maya, y continuará conversaciones con los gobiernos locales para ver cómo pueden apoyar sus estrategias.



Latam: Kaspersky y la Cyber Inmunidad.

Kaspersky busca que sus clientes alcancen la "cyber inmunidad", término usado por Claudio Martinelli, director general para América Latina en la compañía. Persiguen lograr que a los cibercriminales les resulte más caro generar un ataque, que los beneficios que podrían obtener con ello.

Martinelli planteó lo anterior al participar en la 13ª edición de su conferencia de seguridad "Hasta en el café, la evolución del cibercrimen en América Latina".

Destacó que la ciberseguridad no es una bala de plata que acaba con todos los problemas, sino un proceso de mejora constante. De acuerdo con Martinelli, para lograr esta inmunidad, la firma y sus socios de negocio -como proveedores- deben ofrecer una solución basada en tres pilares:

Capacitación y educación.

Inteligencia.

Soluciones.

En la que uno no funciona sin el otro y no pueden faltar en ninguna organización. Destacó que la

inteligencia, es pensar en seguridad no mirando sólo al pasado, sino analizando lo que tienen y conocer a los atacantes, para poder predecir sus acciones.

En la parte de capacitación, el Director Regional dijo que se debe ir más allá de habilitar a los equipos técnicos. Y generar una "concientización cibernética" para todos los empleados, es decir educar a todos de manera consistente, automatizada y adaptable para cada cliente, esto con el fin de asegurar que se cumplan de las normas de cada entidad.

"Los cibercriminales no atacan a los CISOs sino a las personas no especializadas como las recepcionistas y van más allá de las fronteras internas de las empresas", enfatizó.

Planteó que la firma y sus socios de negocios tienen la obligación de consultar las necesidades de cada cliente para brindarle la solución correcta.

Martinelli puntualizó que para atender a las organizaciones y clientes finales, la firma reforzó su grupo de especialistas en la región.

Cyber Immunity for Cyber Age





México: Avaya y su estrategia de Innovación sin Disrupción.

Alan Masarek, CEO de Avaya, visitó tierras mexicanas para reunirse con empleados, clientes y canales de distribución, a fin de reiterar el compromiso de inversión de la compañía en el país y compartir la estrategia de Innovación sin Disrupción. El CEO de la firma explicó que Avaya está presente en 172 países, de los cuales, México representa el quinto mercado más importante para la compañía en el mundo. A nivel país, Avaya tiene un marketshare del 45%.

El número no es menor, pues, como afirmó Fernando Ruiz Galindo, director general de Avaya en México, la empresa está presente en 27 de las 41 instalaciones de Comando y Control (C4) a nivel nacional, así como en los contact centers de los grandes BPO y en clientes como BBVA y Xcaret, entre otros.

De acuerdo con Masarek, fue a pedido de estos clientes que se rediseñó la estrategia de Avaya, cuyo lema: "Innovación sin Disrupción" promete satisfacer a quienes necesitan migrar una parte de sus operaciones a la nube sin dejar sus inversiones en infraestructura y equipos on premise.

Así las cosas, Masarek explicó que, en primer lugar, las empresas de todo tipo necesitan pulir sus prácticas y canales de Customer Experience para diferenciarse de sus competidores. "La experiencia

es la que hace que elijamos un hotel de otro al vacacionar, un banco y no otro, determinada aseguradora, por eso todas las empresas requieren invertir en sus sistemas de Customer Experience."

El valor del mercado del Customer Experience alcanzará un valor de 550 millones de dólares hacia 2030, es un mercado sustancial en donde los inversores que apostaron por Avaya confían.

Los clientes que tienen sistemas de Contact Center por voz y quizá por algún otro canal, tienen que modernizarse, incluir redes sociales como medios de contacto y chatbots basados en Inteligencia Artificial para dar mejor atención a los clientes. Estos sistemas están en la nube, entonces el cliente tiene que migrar al menos esa parte de su negocio. Aquí empieza el reto para Avaya y sus canales: Por un lado, integrar el CRM, el ERP y los aplicativos de negocio que propiciarán una atención integral al cliente final, sin dejar de utilizar todas aquellas inversiones en infraestructura on premise que hizo previamente.

La integración tanto de los canales nuevos y las nuevas herramientas de Avaya en materia de Inteligencia Artificial, la harán canales expertos que identificarán casos de uso y se entrenarán constantemente.





México: Pérdidas por devoluciones de espectro radioeléctrico.

México ha dejado de percibir un total de 13.000 millones de pesos debido a las devoluciones de espectro radioeléctrico, según informó el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

El organismo destacó que existe un riesgo significativo de que los operadores más pequeños se vean obligados a devolver el espectro y, posiblemente, abandonar el mercado, lo que resultaría en una mayor concentración en el sector.

En su informe titulado "Estudio de mercado sobre los costos del espectro radioeléctrico para servicios móviles en México", el pleno del IFT analizó cómo los costos de este recurso impactan la competencia económica entre los proveedores de servicios de telecomunicaciones móviles y los incentivos para que nuevos participantes entren al mercado. El IFT emitió recomendaciones basadas en los resultados del estudio dirigidas a las autoridades gubernamentales competentes y al Congreso mexicano.

Uno de los principales hallazgos del estudio fue que existen bandas de frecuencias para servicios móviles en México donde los costos de uso superan en un rango del 88% al 96% al promedio internacional.

El IFT indicó que los costos actuales representan un obstáculo para la entrada de nuevos operadores y la expansión de los actores actuales, ya que limitan la participación en subastas de espectro y la competencia en la

oferta mayorista y minorista de servicios móviles. Además, los costos por derechos de espectro afectan desfavorablemente a los operadores más pequeños y recién llegados debido a las disparidades significativas en términos de escala y recursos disponibles para enfrentar estos costos.

El informe también señala que para cubrir todos los costos, incluidos los derechos de espectro, un operador necesitaría lograr una participación de alrededor del 25% en el mercado móvil.

El IFT advierte que a los niveles actuales de pago de derechos, los operadores más pequeños podrían tener dificultades para alcanzar una escala eficiente a medio y largo plazo, lo que podría resultar en la devolución del espectro o su salida del mercado, dando lugar a una mayor concentración en la industria.

Se estima que debido a estas devoluciones de espectro, el gobierno mexicano ha dejado de recaudar alrededor de 768 millones de dólares desde 2020 hasta la fecha. El IFT concluyó que una mayor competencia conduce a una mayor variedad de ofertas y precios más bajos en los servicios móviles, beneficiando a los usuarios finales y a la población en general.

Este estudio fue realizado como parte de las funciones del IFT en relación con la competencia económica y está en línea con el Programa Anual de Trabajo 2023, que busca promover la competencia y la libre concurrencia en el sector de telecomunicaciones.

Latam: Panorama de Amenazas de Kaspersky.

kaspersky

El reciente Panorama de Amenazas para América Latina de Kaspersky (que analizó datos de junio de 2022 a julio de 2023 y de junio de 2021 a julio de 2022) muestra que la actividad delictiva en la región se ha mantenido estable mientras que los ciberataques de malware contra computadores y dispositivos móviles han experimentado un aumento del 617% y del 50% en cuanto a intentos de ataques de phishing y troyanos bancarios, respectivamente. Los sectores de gobierno y finanzas han sido los más afectados, al igual que los internautas.

Según el análisis de los expertos, el retorno de las actividades económicas después de la pandemia es la causa principal de la explosión de mensajes fraudulentos en la región. A esto se suma la aparición de herramientas que utilizan la Inteligencia Artificial y que habilitan la creación de contenidos para estafas de forma automatizada.

En total, Kaspersky registró 592 millones bloqueos de intentos de phishing en Chile en los últimos 12 meses, lo que representa un aumento del 1700% en comparación con los 12 meses anteriores.

Entre los países más afectados se encuentran Brasil, con 134 millones de intentos de ataque, México (43 millones), Perú (31,5 millones), Colombia (30,9 millones), Ecuador (12,2 millones), Chile (10,5 millones) y Argentina (9,4 millones).

Considerando los temas utilizados en los mensajes, 4 de cada 10 intentos de phishing se dirigen a datos financieros (42,8% – 28,40% temas bancarios, 9,40% medios de pago, 2,70% servicios financieros y 2,30% criptomonedas). Las empresas de servicios de Internet (14,70%) y las tiendas en línea (14,70%) completan el ranking.

Otro tipo de ciberataque que se disparó en Chile en los últimos 12 meses es el de troyanos bancarios, con un crecimiento del 95% en comparación al mismo periodo del año anterior. América Latina registra 7.160 ataques diarios, lo que supone un promedio de 5 intentos de infección por minuto. Curiosamente, el gráfico de bloqueos en la región muestra una tendencia opuesta al escenario global, la cual ha experimentado una disminución en este tipo de ataques. Otro dato importante es que los troyanos brasileños dominan los ciberataques: de las 13 familias más activas, ocho son de origen brasileño.

El ranking de los países latinoamericanos más afectados lo encabeza Brasil, con 1,8 millones de intentos de infección en el período analizado –y también lidera la lista mundial–, seguido de México (271 mil) –y 3° en la lista global–, Colombia (72 mil), Perú (58 mil), Ecuador (36 mil), Argentina (29 mil) y Chile (21 mil).

En Chile, la familia más activa es Banbra, un troyano brasileño. En el ranking mundial siguen apareciendo Rusia, India y China en las posiciones 2ª, 4ª y 5ª, respectivamente.

En palabras de Fabio Assolini, director del Equipo Global de Investigación y Análisis para América Latina en Kaspersky: "El phishing continúa siendo el vector más importante para el robo de datos personales y es el primer paso de los ciberincidentes que resultan en fugas de datos masivas.

En el contexto de los troyanos bancarios, Latinoamérica se está consolidando como una de las principales víctimas de este tipo de ataques y, paralelamente, como el principal exportador de esta amenaza a nivel global".

Redes 5G privadas y el reto de la ciberseguridad.



Los beneficios de las redes de quinta generación (5G) estarán más presentes en las industrias, que en cualquier otro lugar, sobre todo, crecerán las redes privadas basadas en la nueva tecnología móvil; sin embargo, también traerá mayores retos de ciberseguridad.

Así lo explicó João Horta, vicepresidente de Service Providers Latin America, Caribbean & Canada en Fortinet, quien aseguró que en general las redes 5G son más retadoras que sus predecesoras.

En una charla en el Fortinet Fast & Secure celebrado en Panamá, Horta hizo referencia a necesidades mayores de seguridad que tendrán que implementar las industrias. "Hay un cambio estructural en 5G. Las redes móviles en las generaciones anteriores se vienen acercando a estándares de Internet. En 4G empezaron a tener más estándares, pero en 5G la mayoría de interfaces en el mundo exterior usan cosas como https; todos los protocolos estándar que no había en redes móviles ahora están en Internet. El 5G tiene una necesidad de seguridad bastante más grande que lo que tenía 4G y 3G, además de eso hay un factor extra, que son las redes 5G privadas".

Los retos principales de las redes 5G privadas que se implementarán en fábricas, puertos y otros sectores tienen que ver con cómo garantizar que sólo se otorguen los recursos necesarios a los perfiles correctos, y que al mismo tiempo exista un funcionamiento adecuado para tener mayor productividad.

Agrega el Ejecutivo: "Antes hacías el proyecto de una fábrica de carros con WiFi, pero entonces se empieza a usar 5G para redes privadas. Ahí empiezan esos retos de seguridad:

Cómo garantizar que sólo doy los recursos que debería. La preocupación de quién opera una red 5G es fundamental para garantizar su seguridad".

Y es que las redes móviles se utilizan precisamente con las bondades o ventajas que ofrecen a diferencia de una red fija, y el hecho de que existan cada vez más trabajadores accediendo vía remota a la empresa aumenta el riesgo.

Horta mencionó que antes, cuando los empleados estaban en la oficina, se tenía la capacidad de control del acceso; no obstante, en remoto es una dificultad.

"Hay muchos telcos que han tenido problemas porque personas han tenido acceso a cosas que no debían (...). El panorama es que las telcos tienen ciberseguridad como prioridad, pero muchos de ellos están retrasados en su tránsito hacia servicios digitales. Si ellos se comparan en empresas de tecnología, están muy por detrás".

Precisamente, los operadores de telecomunicaciones en la actualidad no sólo deben limitarse a ofrecer servicios de datos, sino que se han convertido incluso en proveedores de soluciones de seguridad, aunque ellos no sean los desarrolladores.

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



Contenido de marca. **Samsung** en IFA 2023: Innovación al servicio del consumidor.

En IFA 2023 en Berlín, Mohammed El Azzawe y Mustafa Sadick, director senior de marketing y jefe de la división Visual Display de Samsung MENA, respectivamente, destacaron el compromiso de Samsung con la innovación y la sostenibilidad, incluso en Marruecos.

¿Qué significa para usted la participación de Samsung en la feria IFA de Berlín?

Mohammed El Azzawe : Nuestra participación en IFA 2023 es de gran importancia para nosotros. IFA es una de las ferias más importantes del mundo de electrónica de consumo y electrodomésticos. Proporciona una plataforma excelente para mostrar nuestras últimas innovaciones, conectarse con profesionales de la industria e interactuar con nuestros clientes.

¿Cómo planea Samsung mejorar aún más la plataforma SmartThings para fortalecer la experiencia del hogar inteligente?

Destacar SmartThings durante la exposición de Samsung en IFA es fundamental para nosotros. Smart-Things es nuestra solución centralizada para un hogar inteligente, que permite a los usuarios conectar varios dispositivos, como iluminación, electrodomésticos y sistemas de seguridad. Con una interfaz única y fácil de usar, proporciona una experiencia integrada e interconectada. Nuestra presencia en IFA tiene como objetivo resaltar nuestra dedicación a ofrecer innovaciones que hagan la vida más fácil. Con SmartThings, los usuarios pueden monitorear el consumo de energía, recibir alertas de seguridad y optimizar sus hogares, garantizando eficiencia y seguridad.

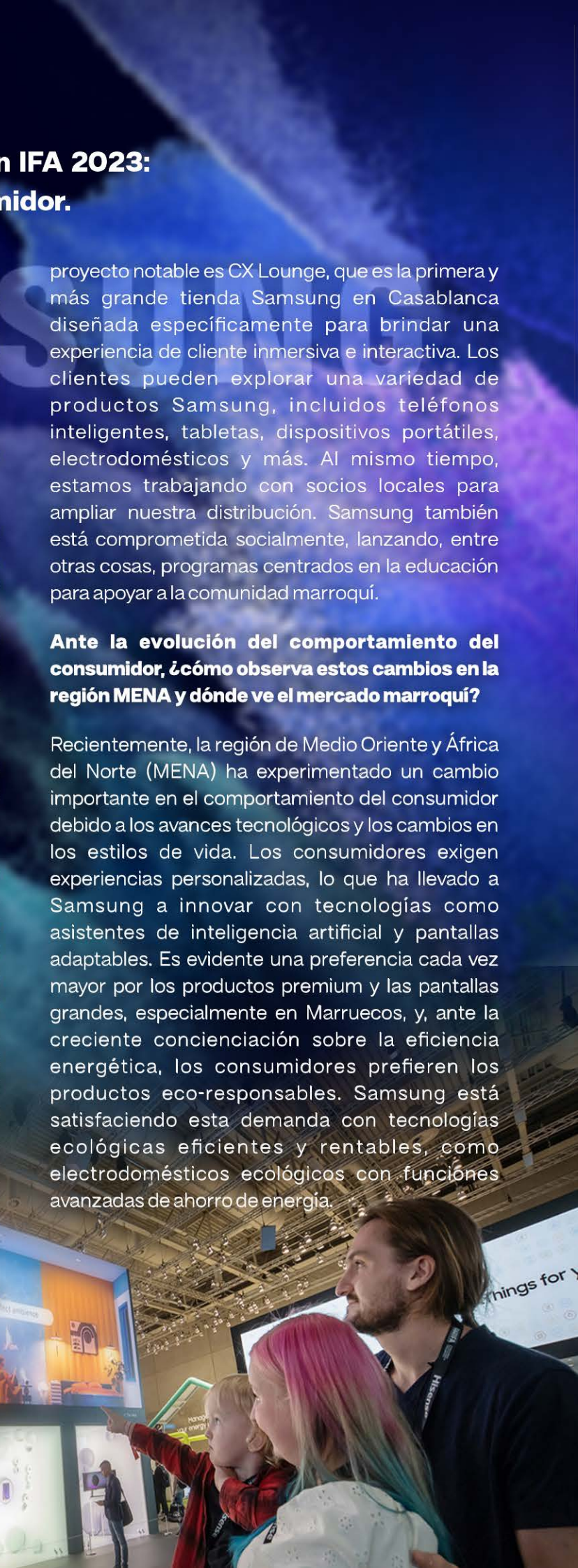
¿Tiene Samsung alguna iniciativa o proyecto específico en Marruecos?

Mustafa Sadick : En Marruecos, Samsung ha participado activamente en varios proyectos e iniciativas para mejorar la experiencia del cliente y promover la presencia de nuestra marca. Un

proyecto notable es CX Lounge, que es la primera y más grande tienda Samsung en Casablanca diseñada específicamente para brindar una experiencia de cliente inmersiva e interactiva. Los clientes pueden explorar una variedad de productos Samsung, incluidos teléfonos inteligentes, tabletas, dispositivos portátiles, electrodomésticos y más. Al mismo tiempo, estamos trabajando con socios locales para ampliar nuestra distribución. Samsung también está comprometida socialmente, lanzando, entre otras cosas, programas centrados en la educación para apoyar a la comunidad marroquí.

Ante la evolución del comportamiento del consumidor, ¿cómo observa estos cambios en la región MENA y dónde ve el mercado marroquí?

Recientemente, la región de Medio Oriente y África del Norte (MENA) ha experimentado un cambio importante en el comportamiento del consumidor debido a los avances tecnológicos y los cambios en los estilos de vida. Los consumidores exigen experiencias personalizadas, lo que ha llevado a Samsung a innovar con tecnologías como asistentes de inteligencia artificial y pantallas adaptables. Es evidente una preferencia cada vez mayor por los productos premium y las pantallas grandes, especialmente en Marruecos, y, ante la creciente concienciación sobre la eficiencia energética, los consumidores prefieren los productos eco-responsables. Samsung está satisfaciendo esta demanda con tecnologías ecológicas eficientes y rentables, como electrodomésticos ecológicos con funciones avanzadas de ahorro de energía.



Corea del Sur: ONDA participa en la "ACI Customer Experience Global Summit".

La cumbre es el primer evento aeroportuario dedicado a la experiencia de clientes y empleados. La Autoridad Nacional de Aeropuertos (ONDA) participó en la Cumbre Global de Experiencia del Cliente de ACI, celebrada del 4 al 7 de septiembre en Corea del Sur.

Esta cumbre, organizada por el Consejo Internacional de Aeropuertos (ACI), es el primer evento aeroportuario dedicado a la experiencia del cliente y de los empleados, indica la Oficina en un comunicado de prensa, señalando que representa una oportunidad única para compartir con los líderes de la industria sus visiones y estrategias en materia de experiencia del pasajero.

El evento atrae a más de 500 líderes aeroportuarios, profesionales de la experiencia del cliente y ejecutivos de empresas relacionadas, añade la misma fuente.

Esta cumbre es también un encuentro para celebrar y presentar los premios anuales a la calidad de los servicios aeroportuarios

otorgados por ACI Monde, donde el aeropuerto de Casablanca Mohammed V recibió una triple distinción sin precedentes: el premio al mejor aeropuerto de África en 2022 para la categoría 5 millones a 15 millones de pasajeros, el premio al mejor aeropuerto con el personal más dedicado y el del aeropuerto donde el viaje de los pasajeros es más fácil a escala africana, se indica en el comunicado. "Estamos orgullosos de recibir estos premios de ACI Monde. Este reconocimiento es la culminación de nuestro compromiso con la satisfacción del pasajero".

Nos esforzamos en hacer del aeropuerto un verdadero lugar de vida y deseos, del que los pasajeros sean la razón de ser. Este estado mental "centrado en el cliente" impregna todas nuestras acciones diarias. Me gustaría rendir homenaje a nuestro equipo y a nuestros socios por su arduo trabajo y dedicación", subrayó la directora general de ONDA, Habiba Laklalech, citada en el comunicado de prensa.

El objetivo de ONDA es permanecer en este grupo global no sólo para el aeropuerto de Casablanca sino también integrar otros aeropuertos marroquíes inscritos en el programa ASQ, continuó.

CEO PANEL ON THE LEADERSHIP REQUIRED TO INSTILL A CUSTOMER CENTRIC CULTURE



Candace McGraw
WGB Vice Chair, CEO

Immati/Northern Kentucky International Airport



Habiba Laklalech
General Manager

Moroccan Airports Authority (ONDA)



Kadri Samsunlu
Chief Executive Officer

ICA Istanbul Airport



Balram Bheodari
Assistant General Manager

Partshree Incheon Atlanta International Airport



Incheon Airport





Digital: Inversiones por \$328 millones para centros de datos al 2026.

El Consejo de la Competencia publicó recientemente una monografía sectorial sobre centros de datos.

Contiene un conjunto de informaciones sobre los diferentes aspectos de este sector de futuro en Marruecos y sobre el posicionamiento del Reino a escala africana y global. Resulta que las inversiones en este sector en auge alcanzarán los 328 millones de dólares en 2026.

Marruecos vivirá un salto considerable en el sector de los centros de datos en los próximos años. Según un monográfico publicado recientemente por el Consejo de la Competencia, las inversiones en este prometedor sector alcanzarán los 328 millones de dólares de aquí a 2026. "En Marruecos, el sector de los centros de datos ha experimentado en los últimos años una notable dinámica de inversión de multiplicación de operadores", explica el Consejo, en este documento titulado "Los centros de datos, un mercado en auge en Marruecos".

Explica que esta dinámica se debe a la alta rentabilidad del sector por la proliferación de proyectos de transformación digital en el país. En este sentido, la actividad de los centros de datos en Marruecos debería generar para los agentes del mercado unos ingresos previstos de 559,80 millones de dólares estadounidenses en 2023.

Estos ingresos podrían alcanzar los 668,70 millones de dólares estadounidenses en 2027, lo que representa una tasa de crecimiento anual del 4,54% entre 2023 y 2027. "En Marruecos, el mercado de los centros de datos está fragmentado en cuanto al número de operadores presentes en el mercado y concentrado en términos de cuotas de mercado", indica el Consejo, destacando como tales a un puñado de operadores (Medasys, N+one, Maroc Telecom e Inwi) poseen, según datos de 2021, más del 84% del mercado nacional de centros de datos.

Según la misma fuente, los objetivos de las OCE autorizadas por el Consejo de la Competencia se refieren a la diversificación de los mercados, el fortalecimiento del posicionamiento de las

empresas participantes y la consolidación de la competitividad. Parece que la OCE "Constellation-Contabo Topco", autorizada en 2022, permite a la sociedad de inversión "KKR", cuya vocación es el desarrollo de negocios en centros de datos, beneficiarse de la posición del objetivo (Contabo) en el mercado marroquí como un proveedor de servidores privados virtuales en la nube automatizados y nube bare metal a través de su sitio web que se dirige principalmente a desarrolladores, empresarios y pymes en Marruecos.

En cuanto al OCE "Gateway-Morocco Datacenter", también autorizado por el Consejo en 2022, permite al fondo de inversión "Helios" beneficiarse de la posición ventajosa de "Medasys" en el mercado informático marroquí.

La fusión con "Medasys" tiene un impacto positivo en el sector de las infraestructuras digitales en Marruecos, explica la misma fuente, que señala que esta OCE permitirá atraer inversiones internacionales y ampliar la oferta de productos y servicios para responder mejor a las necesidades del mercado nacional.

Esta OCE se basa en la puesta en común de la experiencia de Orange, especialista en redes de transporte, y Etix Everywhere Maroc, especialista en la construcción y gestión de centros de datos, con el fin de proporcionar al comprador una infraestructura de centros de datos neutrales que cumplan con estándares internacionales que le permiten brindar servicios gestionados a clientes profesionales.

Cabe señalar que las monografías sectoriales del Consejo de la Competencia se enmarcan en un enfoque de apertura a su entorno.

El contenido se desarrolla a partir del trabajo de restitución de determinada información procesada por esta institución en el marco de sus distintas misiones con el fin de dotar a sus socios de información útil y utilizable, así como de una visión global de la dinámica del sector analizado.

El CESE pide la inclusión de la tecnología Cloud en la nueva estrategia de transición digital.

El Consejo Económico, Social y Medioambiental (CESE) pidió en Rabat, incluir un nuevo eje relativo a la tecnología Cloud en la nueva estrategia nacional de transición digital que prepara el departamento ministerial responsable de la Transición Digital, con el fin de acelerar la transformación digital, y garantizar la soberanía digital.

Durante una reunión para presentar su opinión sobre "La tecnología Cloud, una palanca para la transformación digital al servicio del desarrollo", el Consejo recomendó el desarrollo de un plan de acción que dé prioridad a la tecnología Cloud y promueva su uso.

El Consejo ha subrayado la posibilidad de confiar esta tarea a un comité compuesto por las partes interesadas bajo la supervisión del ministro delegado responsable de la transición digital y la reforma administrativa, en asociación con los principales actores de los sectores público y privado, con vistas a proporcionando la experiencia necesaria y asegurando la implementación del plan de acción a nivel nacional.

Este dictamen se enmarca en la continuación de la reflexión iniciada por el CESE en 2021, en el marco de una autorreferencia titulada "Hacia una transformación digital responsable e inclusiva", en particular la recomendación de desarrollar Centros de Datos soberanos que permitan el alojamiento seguro y almacenamiento de actividades digitales estratégicas del Estado y de las empresas.

Esta opinión consultiva destaca los factores que facilitan la adopción y el uso de la tecnología en la nube por parte de las partes interesadas, con el objetivo de acelerar la transformación digital en Marruecos garantizando al mismo tiempo la soberanía sobre los datos sensibles y vitales. En este contexto, el dictamen presentado por el ponente Abdellah Deguig señala que la aplicación del plan de acción para promover el uso de la tecnología Cloud

podría confiarse a la Agencia de Desarrollo Digital.

Según él, la ambición declarada es elevar a Marruecos al rango de actor de referencia regional en servicios tecnológicos en la nube, particularmente en el continente africano, mediante la prestación de servicios desarrollados en el marco de la colaboración con las partes interesadas nacionales.

Deguig destacó también la importancia de fomentar la instalación en Marruecos de actores internacionales en el ámbito de la tecnología Cloud, como la experiencia de la deslocalización, en particular mediante el establecimiento de medidas de incentivo (precio de los servicios de telecomunicaciones, confidencialidad de la información, ciberseguridad, energías renovables), e inmobiliario), y el desarrollo de ofertas competitivas de fibra óptica adaptadas a las necesidades de estos actores.

En este sentido, el funcionario señaló que la Agencia Nacional Reguladora de las Telecomunicaciones (ANRT) debe implementar medidas regulatorias encaminadas a diversificar la oferta, garantizar la calidad de los servicios y bajar los precios.

También consideró necesario desarrollar una estrategia para la adopción de tecnología Cloud soberana (pública y privada) para aplicaciones y datos vitales y sensibles, promover el uso de la tecnología Cloud en nuevos proyectos públicos y apoyar a las administraciones en la conversión de sus sistemas actuales al Nube.



En Marruecos la carrera por los centros de datos está en marcha.

"En los últimos años se ha observado una fuerte dinámica de inversión [en los centros de datos], que se ha traducido en una multiplicidad de operadores ", según indica el último informe del Consejo de la Competencia.

Por el momento, hay sólo unos pocos operadores: Medasys, N+one, Maroc Télécom e Inwi controlan más del 84% del mercado nacional de centros de datos. El primero capta por sí solo una cuota estimada en el 62,3% para el ejercicio 2021, es decir, un volumen de negocios de 102 millones de DH, frente a los 80,3 millones de DH del año anterior.

"En conjunto, la actividad de los centros de datos debería generar unos ingresos esperados de 559,8 millones de dólares para los actores del mercado en 2023 y que podrían alcanzar los 668,7 millones de dólares en 2027. Lo que representa una tasa de crecimiento anual promedio del 4,54% durante este período".

En el continente, junto con Egipto, Sudáfrica, Nigeria y Kenia, Marruecos se encuentra entre los actores clave en el mercado de los centros de datos.

Mejor aún, el país ocupa la primera posición en cuanto a número de centros de datos que cumplen con los estándares Tier con 21 centros de datos, superando así a Sudáfrica (19 centros),

considerada líder en esta actividad en el continente. Egipto le sigue inmediatamente con 15 centros de datos y Nigeria con 13 centros de datos.

Al final de este ranking se encuentra Kenia con 5 centros de datos, y Túnez y Argelia con solo un centro de datos cada uno.

Cinco bancos tienen centros de datos certificados Tier III (Bank al Maghrib, Bank of Africa, Barid al Maghrib, Banque Centrale Populaire y Crédit agricole du Maroc).

En lo que respecta al sector administrativo, el Ministerio de Economía y Finanzas y el CDG disponen cada uno de un Centro de Datos con certificación de aspectos relacionados con el diseño y/o las instalaciones construidas, mientras que el único Centro de Datos certificado Tier IV en Marruecos es el de la Universidad Politécnica de Benguerir.

El interés por la instalación de Datacenters es cada vez más importante, hasta el punto de que los inversores describen este mercado como un nuevo "El dorado".

"Además, se espera que las inversiones muestren un crecimiento del 6,33 % entre 2021 y 2026 hasta alcanzar finalmente los 328 millones de dólares estadounidenses".

Fintech: Technopark une fuerzas con Visa para estimular el emprendimiento femenino.

She's Next

empowered by **VISA**

Technopark acaba de cerrar en Casablanca, una asociación con el operador mundial de pagos electrónicos Visa para promover el espíritu empresarial femenino e integrar a las fintech marroquíes en sus distintos programas y aceleradores.

"Nuestro objetivo es apoyar el emprendimiento y la digitalización del ecosistema económico local, organizando acciones e iniciativas conjuntas en favor de las jóvenes emprendedoras", declaró en esta ocasión Sami Romdhane, director general de Visa International en Marruecos.

El operador, señaló, se ha comprometido a invertir mil millones de dólares en África para acelerar la transformación digital. En junio pasado, lanzó en Marrakech el programa Fintech Accelerator para África, cuyo objetivo es fomentar el crecimiento de la comunidad africana de empresas emergentes a través de experiencia, conexiones, tecnología e inversión de capital.

En este sentido, el CEO anunció el lanzamiento de la segunda edición de "She's Next". La iniciativa se extiende por primera vez a Marruecos en colaboración con Société Générale Maroc y Technopark.

"Este programa tiene como objetivo animar a las mujeres a emprender negocios con un acceso más fácil a la financiación, la tutoría y la experiencia, con oportunidades de acceso al mercado", explica Lamiae Benmakhlouf, directora general de la empresa que gestiona el Tecnoparque, en declaraciones a La Vie Eco.

Por su parte, Mehdi Benbachir, director general adjunto de Société Générale Maroc, expresó, en declaraciones a La Vie Eco, su alegría y orgullo por renovar su asociación con el operador global. "La primera edición de "She's Next" celebrada el año pasado fue un gran éxito. Tuvimos 110 proyectos con cinco ganadores, a los que apoyamos en términos de financiación. Este año el entusiasmo es aún mayor con proyectos mucho más innovadores", explica.

Hasta el 25 de septiembre de 2023, las mujeres líderes empresariales marro u es pueden solicitar la oportunidad de ser una de los tres ganadores que recibirán una subvención de hasta 20.000 dólares, además de un programa de formación y apoyo personalizado.

Como parte de esta iniciativa, se llevó a cabo un estudio sobre el entorno empresarial de las mujeres en Marruecos que arrojó resultados significativos. Las mujeres empresarias enfrentan desafíos únicos, como el acceso limitado al capital, la falta de tutoría y los estereotipos de género, que hacen que se las considere menos capaces de manejar situaciones de alta presión.

El acceso a fondos es un gran desafío para las pymes dirigidas por mujeres en Marruecos, y el 80% de ellas recurre a ahorros personales para financiar su proyecto. El 93% de las emprendedoras pretende digitalizar su actividad y el 82% de los negocios regentados por mujeres están interesados en formarse en métodos de pago.





La falta de inversión y una regulación débil debilitan a África frente al cibercrimen.

Con la aceleración de la transformación digital, los estados africanos se ven obligados a invertir en ciberseguridad. 18 de los 54 países del continente ya han desarrollado estrategias nacionales de ciberseguridad y 22 cuentan con equipos nacionales de respuesta a incidentes de TI (CIRT).

En su informe "Ciberseguridad en África-Llamado a la acción", la firma Kearney explica que la falta de inversión y la débil regulación exponen al continente negro a ataques ciberdelictivos. Sin embargo, se espera que las inversiones en el mercado africano de ciberseguridad aumenten de 2.500 millones de dólares en 2020 a 3.700 millones de dólares en 2025, lo que representa una tasa de crecimiento anual compuesta del 7,9%.

"A pesar de esta inversión, la región pierde más de 3.500 millones de dólares debido a los ciberataques, y varios miles de millones más debido a la pérdida de oportunidades de negocio debido a los ciberataques", según el documento.

Para respaldar este punto, se puso a prueba la ciberresiliencia de África, es decir, la capacidad del continente para resistir, adaptarse y recuperarse de los ciberataques. Para ello, el informe se basa en los cinco mejores estudiantes del continente, según el índice global de ciberseguridad de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, que son Sudáfrica, Marruecos, Nigeria, Kenia y Egipto.

"En los cinco países seleccionados, el análisis mostró que la resiliencia cibernética de África es débil, particularmente en términos de estrategia, gobernanza y entidades operativas, así como de cooperación intersectorial", explica el informe.

Mientras que la referencia media es el 0,25% del PIB, Sudáfrica, campeona africana en gasto en ciberseguridad, solo invierte el 0,19% de su PIB frente al 0,03% del resto de países del África subsahariana.

"Si cada país africano gastara el 0,25% de su PIB al año en ciberseguridad, esto igualaría el gasto de los mercados maduros. Nuestras estimaciones

sugieren que esto se traduce en 4.200 millones de dólares al año para la región", se lee en el documento.

Además de la inversión financiera, la inversión en capital humano también es un componente importante. De hecho, el 84% de las organizaciones cree que menos del 50% de los candidatos que solicitan puestos de trabajo en ciberseguridad están cualificados, y más de la mitad de las empresas que buscan estos perfiles tardan más de 6 meses en encontrar personas cualificadas.

En este contexto, Youssef Mazouz, secretario general del Centro Africano de Ciberseguridad, explica en una entrevista concedida a We Are Tech Africa el pasado mes de mayo que es necesario "apoyar a África mediante la creación de formación continua, la implementación de espacios de competencias, la apertura de centros de investigación centros o universidades en el ámbito de la ciberseguridad".

¿Qué pasa con las regulaciones?

Los países africanos tienen dificultades para afinar sus violines. Aunque la Convención de la Unión Africana sobre Ciberseguridad y Protección de Datos Personales se adoptó en 2014, su entrada en vigor aún no es efectiva hasta la fecha.

Según su artículo 36, la convención debe ser ratificada por al menos 15 países de los 54 del continente para su entrada en vigor, pero sólo 14 lo han cumplido. El último fue Costa de Marfil en marzo de 2023. Sin embargo, la transformación digital se ha acelerado en el continente desde la pandemia de Covid-19.

"La ciberseguridad no es una cuestión de la que los países africanos puedan aislarse. La interconectividad de los sistemas conduce a la interconectividad de las amenazas a la seguridad de los estados miembros [...] La ausencia de un marco de gobernanza unificado e implementado dificulta la colaboración y el intercambio de inteligencia entre países, afirma el documento.

Marruecos: HSeven ofrece servicios de apoyo, tutoría y oportunidades de networking a las empresas jóvenes.

África está en constante evolución y la innovación y el espíritu empresarial están ocupando un lugar destacado. En Marruecos, HSeven es un actor clave en el ecosistema emprendedor.

HSeven (H7) es una aceleradora de startups con sede en Casablanca, Marruecos. Fundada en 2016 por Amine Al-Hazzaz, quien es su presidente y director ejecutivo, brinda apoyo a empresas jóvenes desde la concepción de la idea hasta la expansión. Ofrece inversiones de hasta 1,5 millones de dirhams (150.000 dólares estadounidenses), así como una financiación que oscila entre 1,5 millones y 15 millones de dirhams.

H7 ofrece tres programas principales para ayudar a las empresas emergentes. El primero, HSeven Rise-Up, es un programa intensivo de incubación de seis meses de duración, orientado a resultados y diseñado para emprendedores de alto potencial. Las empresas participantes podrán validar su prueba de concepto, diseñar su modelo de crecimiento, dinamizar su equipo, firmar sus primeros contratos y levantar su primer fondo semilla, entre otras cosas.

El segundo programa, Disrupt Africa, que dura seis meses, apoya a empresas emergentes locales existentes que aspiran a la expansión internacional.

Acompañados de mentores y expertos, los participantes ajustan su producto al mercado, definen sus clientes objetivo y establecen asociaciones clave con las principales empresas.

El último programa de la aceleradora se llama Industry-Up. Dedicado a start-ups de alto impacto que desarrollan modelos de negocio innovadores en el sector industrial, tiene una duración de 12 meses y está orientado a resultados. Apoya a las empresas emergentes industriales mediante la ideación, la incubación y la aceleración.

H7 ofrece a los miembros de su comunidad acceso a un ecosistema de clase mundial compuesto por expertos y más de 350 mentores repartidos en 4 continentes, así como socios internacionales. Proporciona a emprendedores y líderes empresariales un espacio de trabajo equipado con fibra óptica para una conexión a Internet de alta velocidad. También organiza varios eventos para facilitar los intercambios entre empresarios, expertos, líderes empresariales e inversores.

En su tarea, H7 cuenta con el apoyo de varios socios, entre ellos Banque Populaire, Fabernovel, Ecole Centrale Casablanca, AfriLabs, PwC, Strategy &, Upline Alternative Investments y Triple Jump, Afric'Innov.





Marruecos: La décima edición del programa "Semillas para el futuro" de Huawei se centra en la IA y la computación en la nube.

Las nuevas tecnologías están en el centro de la décima edición del programa "Semillas para el futuro". Huawei, el Ministerio de Educación Superior, Investigación Científica e Innovación, el Ministerio de Inclusión Económica, Pequeña Empresa, Empleo y Capacidades y el Ministerio de Transición Digital y Reforma de la Administración, coorganizan este evento que permite explorar las últimas tendencias tecnológicas a nivel global.

El programa "Semillas para el futuro 2023" apoya la formación de jóvenes talentos para el surgimiento de una economía digital marroquí competitiva.

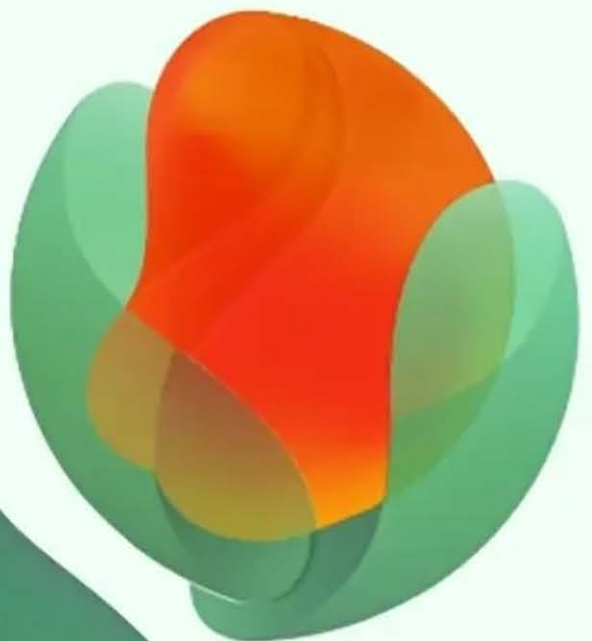
Los estudiantes invitados a participar reciben conocimientos sobre Inteligencia Artificial y Computación en la Nube, entre otras tecnologías para explorar. Siguen sesiones de formación en habilidades sociales y participan en actividades de team building que ayudan a promover sus habilidades de intercambio, comunicación y espíritu de equipo.

Una alegría social que la empresa china tiene muy en cuenta, según el director general adjunto de Huawei Marruecos, Faustin Xu, sitúa el compromiso social de la empresa entre los factores importantes.

"Huawei considera el compromiso social como un parámetro estructurante de su modelo de crecimiento. El programa único 'Semillas para el futuro' demuestra nuestro compromiso a largo plazo con el desarrollo del ecosistema de talento digital en Marruecos y en todo el mundo, particularmente a favor de las poblaciones

estudiantiles. Además, desde su lanzamiento en 2008, nada menos que 13.000 ganadores, de todas las regiones del mundo, han podido beneficiarse de este programa excepcional que demuestra, año tras año, su impacto duradero y prolífico en términos de educación tecnológica" dijo.

En total, se seleccionaron 50 participantes. Podrán realizar visitas virtuales a las distintas salas de exposición instaladas por Huawei en China. Esto, justo después del cierre de esta décima edición del programa "Semillas para el Futuro".



Marruecos: los operadores móviles franceses ofrecen llamadas y sms gratuitos al país afectado por el terremoto.

**SFR****orange™****free****bouygues**

Los operadores de telefonía móvil franceses muestran a su manera su apoyo al pueblo marroquí afectado. Jean-Noël Barrot, ministro delegado para Asuntos Digitales, anunció que Bouygues telecom, Free, Orange y SFR permitirán a sus suscriptores realizar y enviar llamadas y mensajes de texto de forma gratuita a Marruecos.

"Tras el trágico terremoto, las llamadas y los mensajes de texto a Marruecos serán gratuitos para los clientes de los operadores bouyguetelecom, free, orange y SFR. Absoluta solidaridad con las víctimas, sus familiares y seres queridos", escribió el ministro en su cuenta X (actualmente Twitter).

Durante la noche del viernes al sábado, el país fue azotado por un terremoto muy violento que hasta el momento ha dejado más de 2.000 muertos.

La solidaridad continúa. Todos los operadores de telefonía móvil franceses ofrecen a sus clientes llamadas y mensajes de texto gratuitos a Marruecos, afectado por un violento terremoto, anunció este domingo el ministro delegado para el sector digital, Jean-Noël Barrot.

Orange fue, el sábado, uno de los primeros operadores en implementar esta medida.

"Los clientes de telefonía móvil de Orange y Sosh Consumer se beneficiarán de llamadas gratuitas a partir de las 22 horas de esta tarde desde Francia a móviles y fijos marroquíes. El envío de SMS/MMS también será gratuito", indicó el grupo Orange en su comunicado de prensa.

Según el sitio web nicematin.com, el número de muertos por el terremoto de magnitud 6,8 en Marruecos, ocurrido la noche del viernes 8 de septiembre de 2023, ascendió a 2.901 muertos y 5.530 heridos.



Marruecos: Mondentiste.ma, una aplicación para gestionar citas médicas.

Después de estudiar en Canadá y trabajar como consultora en McKinsey, Sophia Alj se lanzó al mundo del emprendimiento digital. Comenzó la aventura montando esta start-up para profesionales de la salud bucal.

Modontiste.ma es una solución de salud electrónica desarrollada por una nueva empresa marroquí. Permite a los dentistas gestionar sus citas diarias y a los pacientes programar citas para atención dental en varias ciudades del reino.

La startup, con sede en Casablanca, fue fundada en 2017 por Sophia Alj, una emprendedora tecnológica en serie que cofundó la startup Chari.ma y codirige la incubadora Wib.co.

El objetivo es "reunir a los profesionales de la odontología, los pacientes y los anunciantes del sector de la higiene bucal".

La solución cuenta con una aplicación móvil accesible en iOS y Android para profesionales sanitarios.

Son los odontólogos que, desde su smartphone, pueden consultar su calendario de citas en tiempo real, concertar nuevas citas o incluso aceptar y modificar una solicitud de cita recibida online.

En cuanto a los pacientes, deberán contentarse con la plataforma web y utilizar el navegador para acceder a ella.

No es necesario que el usuario tenga una cuenta para navegar en la plataforma. Dependiendo de su región, ingresa a la barra de búsqueda y opta

por un profesional de servicios bucales y dentales entre los que le ofrecen.

Elige una fecha y hora para la cita, el sistema confirma si la franja horaria está disponible. Además, si el usuario tiene el nombre y apellido del dentista y busca sus datos de contacto, Mondentiste.ma también puede resultarles útil para este fin.

La plataforma también incluye un blog en el que se tratan temas relacionados con la salud bucal. Desde su lanzamiento, la aplicación Mondentiste.ma dedicada a los profesionales ha sido descargada más de cien veces.





Marruecos se prepara para acoger el Foro Africano de Inversiones 2023 en Marrakech.



Marruecos ha sido anunciado oficialmente como país anfitrión de la edición 2023 del Foro Africano de Inversiones (AIF). El evento, que tendrá lugar los días 8 y 9 de noviembre en la encantadora ciudad de Marrakech, está considerado uno de los encuentros continentales más importantes y cuenta con el apoyo del Banco Africano de Desarrollo (BAfD) y sus estimados socios, el Banco de Marruecos.

La firma de un memorando de entendimiento tuvo lugar el viernes 8 de septiembre en la capital marroquí, Rabat. El documento fue firmado por la ministra marroquí de Economía y Finanzas, Nadia Fattah, y el secretario general del Banco Africano de Desarrollo, Vinson Nmihil, en presencia del primer director del Foro Africano de Inversiones, Chinello Anoho.

El Foro Africano de Inversiones, reconocido como la principal plataforma de inversiones del continente, tiene como objetivo principal fomentar la liberalización de las cadenas de valor de África y al mismo tiempo acelerar las transacciones para cerrar las brechas de inversión en todo el continente.

Nadia Fattah, ministra marroquí de Economía y Finanzas, subrayó la excelente asociación que Marruecos ha mantenido con el Banco Africano de Desarrollo, una asociación que ha dado frutos y ha aportado beneficios sustanciales. Reafirmó el compromiso inquebrantable de Marruecos para garantizar el éxito rotundo de la edición 2023 del Foro Africano de Inversiones, que se celebrará en la impresionante ciudad de Marrakech.

En respuesta, el Secretario General del Banco Africano de Desarrollo en Marruecos, en representación del Presidente del Grupo del Banco, expresó su gratitud por el constante e invaluable apoyo de Marruecos en la planificación y organización de los eventos de alto perfil del Banco. Estos eventos incluyeron las reuniones anuales de 2013, la reunión de reposición del Fondo Africano de Desarrollo en 2022 y ahora el Foro Africano de Inversiones en 2023. Destacó que "Marruecos es un modelo de asociación para todo el continente".

El primer director del Foro Africano de Inversiones, Chinello Anoho, destacó los notables logros de Marruecos bajo el liderazgo visionario del Rey Mohammed VI. Estos logros han posicionado a Marruecos como uno de los países más avanzados, estables y atractivos del continente africano, especialmente para albergar grandes eventos internacionales como el Foro Africano de Inversiones.

En las recientes reuniones anuales del Banco Africano de Desarrollo, celebradas en Egipto a finales de mayo, el Foro Africano de Inversiones presentó una cartera de proyectos centrados en la energía renovable y el desarrollo sostenible, valorados en la impresionante cifra de 1.500 millones de dólares. Desde su creación en 2018, el Foro ha generado más de 142 mil millones de dólares en beneficios de inversión acumulativos de aproximadamente 40 países.

El evento emblemático de AIF, Market Days, reúne a promotores de acuerdos internacionales, inversores y jefes de gobierno para mostrar oportunidades de inversión listas para su realización. El Foro cuenta con el apoyo del Banco Africano de Desarrollo y otros siete socios fundadores, entre ellos Africa 50, la Corporación Financiera Africana, el Banco Africano de Exportaciones e Importaciones (AfriEximbank), el Banco de Desarrollo del África Meridional, el Banco Europeo de Inversiones, el Banco Islámico de Desarrollo, y el Banco de Comercio y Desarrollo.

Servicios administrativos: más de 600 plataformas digitales identificadas.

Según un estudio de campo realizado en 75 administraciones de todo el país, se identificaron más de 600 plataformas digitales destinadas a facilitar los servicios administrativos.

Con el objetivo de facilitar los servicios administrativos, la ministra delegada responsable de la transición digital y la reforma de la administración indicó que se han identificado más de 600 plataformas digitales, según un estudio realizado por su departamento.

Se trata de plataformas institucionales que ofrecen información sobre las misiones y prerrogativas de los establecimientos y administraciones públicas, plataformas informáticas que ofrecen información sobre servicios, procedimientos y decisiones administrativas, así como plataformas de servicios electrónicos que garantizan servicios electrónicos a distancia de forma sencilla y transparente, afirmó Ghita Mezzour en respuesta a una pregunta oral en la Cámara de Representantes.

Explicó que estas plataformas están clasificadas en el portal online "maroc.ma" por temáticas, en los idiomas árabe, amazigh, inglés, francés y español.

Mezzour también subrayó que el gobierno está trabajando para acelerar la transformación digital en Marruecos, en particular reforzando la integración y la calidad de este proyecto, señalando que el país pretende pasar de ser un "consumidor de contenidos digitales a un país que los produce", en particular a través de la deslocalización de servicios, así como de startups capaces de contribuir eficazmente a la producción local de contenidos digitales.





StartGate: un campus de innovación afiliado a la Universidad Politécnica Mohammed VI de Benguerir en Marruecos.

Al proporcionar recursos valiosos y fomentar una comunidad de apoyo, StartGate ayuda a impulsar a las empresas emergentes africanas al escenario global.

StartGate es un campus de innovación fundado en 2020 y afiliado a la Universidad Politécnica Mohammed VI de Benguerir. Ofrece infraestructura y recursos de clase mundial para apoyar a los emprendedores que lanzan y hacen crecer sus nuevas empresas.

StartGate ofrece una gama de servicios que incluyen tutoría, apoyo al desarrollo empresarial y acceso a financiación. Proporciona a los emprendedores equipamiento tecnológico y espacios de trabajo abiertos y modernos para estimular su creatividad. El campus alberga varios programas asociados diseñados para ayudar a los emprendedores en diversas etapas de su viaje.

Estos incluyen Explorer, un programa de innovación que ofrece capacitación empresarial, tutoría y posibles oportunidades de financiación; Academia de Emprendedores dirigida a estudiantes universitarios y de secundaria, investigadores, empleados y todo tipo de aspirantes a emprendedores africanos y les proporciona iniciación y formación en emprendimiento.

Otra iniciativa del campus es U-Founders, que implementa programas de incubación, preincubación y sensibilización de emprendimientos para estudiantes, investigadores y emprendedores pertenecientes al ecosistema de la universidad.

Otros programas notables incluyen el African Youth Climate Hub, que proporciona recursos y herramientas a jóvenes emprendedores climáticos africanos, y el marroquí Retail Tech Builder, el primer Venture Builder en Marruecos y África dedicado a la digitalización del comercio.

Con Sarah Chérif d'Ouezzan a la cabeza, StartGate ha apoyado, desde su creación, a más de 624 líderes de proyectos y empresas emergentes de más de 15 países africanos. Ha organizado más de 100 talleres y sesiones de formación y abarcó 20 sectores de actividad.

El campus acoge más de 10 programas de apoyo al lanzamiento y desarrollo de startups. Cuenta con una red de 200 mentores y expertos marroquíes e internacionales. También ha conectado a más de 30 inversores con sus startups.



Transición digital: el ministerio y la **agencia GIZ** sellan dos acuerdos de colaboración.

El Ministerio de Transición Digital y Reforma Administrativa y la Agencia Alemana de Cooperación Internacional para el Desarrollo (GIZ) firmaron en Rabat dos acuerdos de colaboración destinados a promover la transformación digital de la administración y la inclusión digital de las muy pequeñas, pequeñas y medianas empresas (PYME) en Marruecos.

Por un importe total de 8 millones de euros, estos dos acuerdos fueron rubricados entre la ministra de Transición Digital y Reforma Administrativa, Ghita Mezzour, la directora residente de GIZ Maroc, Kathrin Lorenz, y la directora de proyectos "eGov" y "DigiTPME" de GIZ, Timo Muller, en presencia del embajador de la República Federal de Alemania en Marruecos, Robert Dölger.

En lo que respecta al proyecto titulado "Transformación digital de la administración marroquí", el primer acuerdo por valor de 3 millones de euros se extiende a lo largo de 3 años y tiene como objetivo apoyar a las administraciones e instituciones públicas con el objetivo de modernizar los servicios públicos digitales centrados en los ciudadanos y aplicar enfoques innovadores a la cooperación con el ecosistema digital para acelerar la transformación digital del sector público en Marruecos.

El segundo acuerdo, por su parte, se enmarca en el proyecto titulado "Inclusión Digital de la Muy Pequeña, Pequeña y Mediana Empresa" y se extiende a lo largo de 4 años por un importe total de 5 millones de euros. Su objetivo es fortalecer las capacidades técnicas y organizativas de los actores institucionales en el ámbito de la inclusión digital de las Pymes, así como implementar mecanismos destinados a reducir los costos de transacción para los proveedores de servicios

con el fin de garantizar la digitalización de las Pymes, fortaleciendo al mismo tiempo sus capacidades. utilizar los servicios adecuados para su transformación digital.

En esta ocasión, Mezzour destacó la importancia de la transformación digital de la administración marroquí como uno de los mayores proyectos del ministerio, que trabaja para aumentar su eficiencia y rendimiento, así como para dar más legibilidad y visibilidad a los procesos administrativos. procedimientos y gestiones al ciudadano de acuerdo con las Altas Directrices Reales.

Así, en el componente "eGov", GiZ ofrece su apoyo y experiencia en 3 proyectos prioritarios, a saber, la gestión del cambio, mediante el desarrollo de un programa de apoyo transversal dentro de las administraciones públicas y escuchando las necesidades y el grado de satisfacción de los ciudadanos. los usuarios y el prisma de los ciudadanos y las empresas, afirmó.

El apoyo de GIZ también interviene en el despliegue y gestión de una comunidad de embajadores digitales dentro de las administraciones públicas, añadió. En materia de digitalización del sector privado, y teniendo en cuenta las especificidades del tejido económico nacional, la ministra destacó la importancia de acercar a las pymes al potencial de innovación, competitividad y rendimiento que esconde la tecnología digital y reforzar su capacidad para utilizar las tecnologías adecuadas. servicios para su transformación digital.

Y para seguir así se trata también de reforzar las capacidades técnicas y organizativas de las administraciones y actores estatales en el ámbito de la inclusión digital de las pymes.



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.



XI edición de **CX Congress** las claves para lograr una visión 360 del cliente.



CX Congress celebra su XI edición el próximo 4 de octubre en Madrid, reafirmandose como el espacio de referencia para conocer las últimas tendencias en experiencia de cliente.

Con el objetivo de compartir las tendencias y las herramientas que permiten establecer conexiones emocionales con el consumidor, Dir&Ge organiza, el próximo 4 de octubre en Madrid, CX Congress, el encuentro de referencia en experiencia de cliente, al que también se podrá acceder por streaming.

Crear experiencias memorables para que sean recordadas cobra peso en un contexto en el que las marcas necesitan mejorar la retención y diferenciarse en una casi ilimitada oferta de productos y servicios. En este contexto, para entender las claves que permiten trabajar en la operativización de la experiencia, pasando de un nivel estratégico a una gestión real y cualitativa, CX Congress contará con la presencia de marcas líderes como Kia, Clarel, Iryo, McDonald's, Dufry o Fnac entre otras, en formato de ponencias, mesas de debate y casos de éxito.

Los avances tecnológicos y la evolución de los hábitos del consumidor son dos de los aspectos a los que las compañías deben dar prioridad para impulsar un crecimiento motivado principalmente por la medición e integración de métricas que permiten planificar experiencias memorables, sin olvidar contar con la voz de los clientes en los momentos de la verdad.

Adoptar estrategias omnicanales capaces de integrar los numerosos touchpoint del customer journey, utilizar los datos para hiperpersonalizar las interacciones, captar las emociones del cliente o encontrar el equilibrio entre mejorar la personalización sin comprometer la privacidad, son los principales retos que afrontan las compañías para mejorar sus experiencias.

En definitiva, la transformación en los hábitos de los usuarios plantea nuevos desafíos para las compañías a la hora de aumentar la tasa de conversión y los resultados de negocio. Por esta razón, diferenciarse en el entorno digital ofreciendo a los consumidores una experiencia de compra única es prioritario para ganar la confianza y el engagement de un cliente omnicanal y exigente. Asimismo, la incorporación de tecnología de vanguardia y una escrupulosa gestión en todos los puntos de contacto, ayudan a las marcas a configurar una efectiva gestión centrada en el cliente.

En CX Congress 2023, profesionales de primer nivel y marcas de referencia compartirán claves, casos de éxito y best practices para alcanzar la excelencia en la atención al cliente. Una oportunidad única para mejorar el conocimiento y habilidades en experiencia de cliente y conectar con otros líderes empresariales.



QR Web del
encuentro
y registros





Jabra Evolve 40 MS Stereo Headset. Microsoft Certified Headphones for VoIP Softphone with Passive Noise Cancellation.

No importa si corres en el parque o si gestionas un proyecto de millones de euros, los audífonos Jabra Evolve son tecnología danesa para tu ritmo de vida.

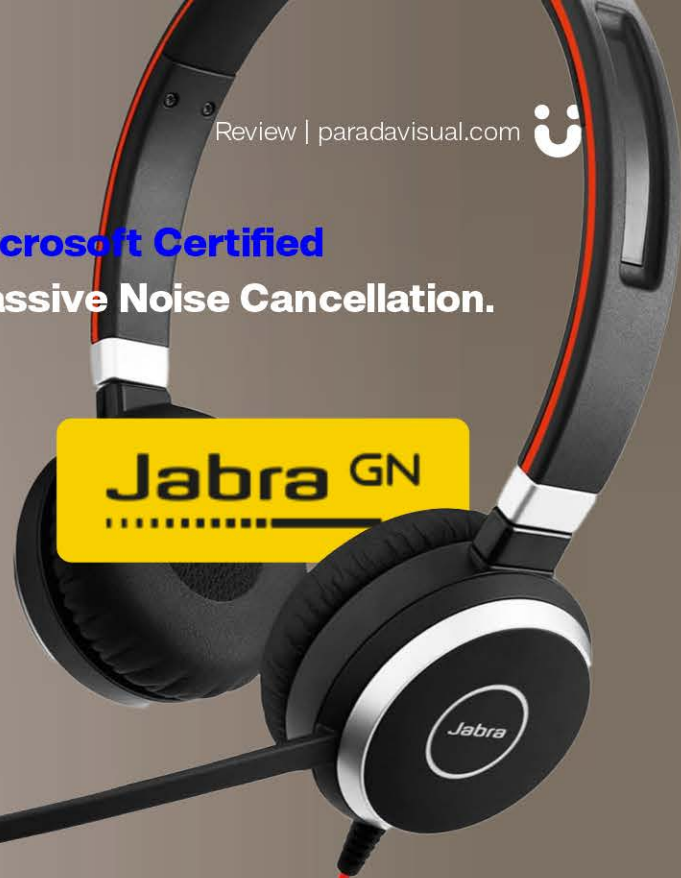
Ventajas:

Cancelación pasiva de ruido para una concentración ideal: mantiene el ruido de alta frecuencia - como las voces humanas - fuera para una mejor colaboración en el trabajo y una experiencia auditiva en cualquier espacio.

La luz "Busylight" se enciende automáticamente durante una llamada para que los demás sepan que usted está ocupado - Puede activarse manualmente para señalar que no desea interrupciones.

Fabricados para brindar estilo y comodidad con unas suaves almohadillas de cuero artificial - La diadema ajustable le permite encontrar el tamaño perfecto.

Sencilla gestión de llamadas: el controlador de sonido externo permite hacer, tomar y silenciar llamadas - A través del jack de 3,5 mm, conéctese a su dispositivo personal para trabajar o escuchar música dondequiera que esté.



Contenido: auriculares estéreo on-ear Jabra Evolve 40 MS, cable USB-A con unidad de control, conector de 3,5 mm, funda de neopreno - Peso: 142 g - Color: negro

Detalles Técnicos:

Marca: Jabra.

Nombre del modelo: 6399-823-109.

Color: Black.

Factor de forma: Supraaurales.

Conectividad: Alámbrico / Bluetooth.

Función especial: Microphone Included.

Componentes incluidos: Jabra Auriculares Evolve 40, folleto de advertencia, folleto de garantía, guía de inicio rápido, controlador USB, bolsa de plástico para controlador, bolsa de plástico para auriculares, etiqueta certificada para Microsoft Teams (consulte BOM).

Jabra Evolve 40 es un Auricular profesional para una mayor productividad, puede adquirirlo 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

