

Parada visual.

PRECIO 13,95€

GOOGLE

LANZA SISTEMA
OPERATIVO AUTOMOTRIZ

ABRE TIENDA FISICA
EN NEW YORK

INICIAN CON I.A

TWITTER

DETECTAN
DISCRIMINACIÓN EN SU I.A

COMERCIO ELECTRÓNICO

EN ALZA

Parada^{visual}.

LAS NOTICIAS QUE BUSCAS A UN CLICK DE DISTANCIA



WWW.PARADAVISUAL.COM



SUMARIO

04 NOTICIAS

32 LATAM

46 MAROC

58 EVENTOS

59 REVIEWS

ZUCCHETTI SPAIN LANZA SOLMICRO ERP 6 Y VE EN EL SOFTWARE DE GESTIÓN EL "MOTOR DE LA DIGITALIZACIÓN" PARA LAS EMPRESAS

Esta época de pandemia ha puesto de manifiesto la necesidad urgente de digitalización que tienen las empresas para anticiparse a las necesidades de un mercado cada vez más cambiante. En este proceso de transformación digital, el software de gestión se posiciona como "la herramienta dinamizadora del cambio tecnológico y motor para dar el salto a la era digital". Así lo defiende la empresa Zucchetti Spain en la presentación de Solmicro ERP 6, la última versión de su software de gestión, que el fabricante acaba de lanzar al mercado y que ve como el resultado de la estrategia de la marca en esta área de negocio y de la "fuerte inversión" en I+D+i realizada en los últimos años (con centros propios a los que dedica destina el 15 por ciento de su facturación anual).

Las necesidades de gestión han cambiado y las empresas ya no pueden conformarse con un software de gestión estándar con el que realizar sencillas tareas de administración. "Necesitan contar con un ERP vanguardista, que se adapte fácilmente a sus necesidades específicas, que evolucione a su ritmo y se mantenga siempre actualizado", explican desde Zucchetti.

Los expertos coinciden en que la transición a la era digital requiere de un cambio de cultura empresarial y de la implementación de nuevos procesos de gestión que faciliten la automatización de tareas y brinden una visión global de todas las aristas del negocio, favoreciendo la toma de decisiones y potenciando la competitividad.

SOLMICRO ERP 6

En el proceso de desarrollo de la última versión de su software de gestión, Zucchetti Spain ha tenido el claro objetivo de brindar a las empresas una solución preparada para la industria 4.0, y la ha dotado de tecnología de última generación que permite ofrecer soluciones de Business Intelligence, Inteligencia Artificial, Internet de las Cosas, Realidad Virtual y Aumentada o Big Data, entre otras, que generan "grandes ventajas competitivas a las empresas".

Tal y como ha explicado la empresa a través de un comunicado, Solmicro ERP 6 se adapta a las especificidades de cada negocio, logrando "la máxima productividad y el mayor ahorro en la inversión en software de gestión". Esta herramienta se sustenta en tres pilares fundamentales, entre los que destaca una interfaz totalmente renovada y altamente personalizable, que facilita una nueva experiencia de usuario con un aprendizaje mucho más ágil.

También ofrece un importante aumento de la productividad, al haberse reducido los costes de las implantaciones y los nuevos desarrollos, y una gran flexibilidad, gracias a la extensibilidad de la capa de presentación, que permite la máxima personalización de la solución sin tocar el código estándar. De este modo, se evitan conflictos en evoluciones futuras del software de gestión ERP y se facilitan las migraciones.

The logo for Solmicro ERP 6 features the word "solmicro" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letter "o" is stylized as a yellow circle with a dashed border. Below "solmicro" is the text "erp6" in a smaller, lowercase, sans-serif font, with the "6" also featuring a yellow dashed border.

TWITTER DESCUBRE QUE SU INTELIGENCIA ARTIFICIAL TIENDE A SACAR A LOS NEGROS Y A LOS HOMBRES DE LAS FOTOS

El estudio de tres de sus investigadores de aprendizaje automático se realizó después de las críticas de los usuarios el año pasado sobre las vistas previas de imágenes en publicaciones que excluyen los rostros de las personas negras. El algoritmo de recorte de imágenes de Twitter Inc tiene un sesgo problemático hacia la exclusión de personas negras y hombres, dijo la compañía en una nueva investigación el miércoles, y agregó que “cómo recortar una imagen es una decisión que la gente toma mejor”.

El estudio de tres de sus investigadores de aprendizaje automático se realizó después de las críticas de los usuarios el año pasado sobre las vistas previas de imágenes en publicaciones que excluyen los rostros de las personas negras.

Encontró una diferencia del 8% con respecto a la paridad demográfica a favor de las mujeres y un 4% a favor de las personas blancas.

El documento citó varias razones posibles, incluidos problemas con los fondos de las imágenes y el color de los ojos, pero dijo que ninguna era una excusa.

“El recorte basado en el aprendizaje automático es fundamentalmente defectuoso porque elimina la agencia del usuario y restringe la expresión del usuario de su propia identidad y valores, en lugar de imponer una mirada

normativa sobre qué parte de la imagen se considera más interesante”, escribieron los investigadores.

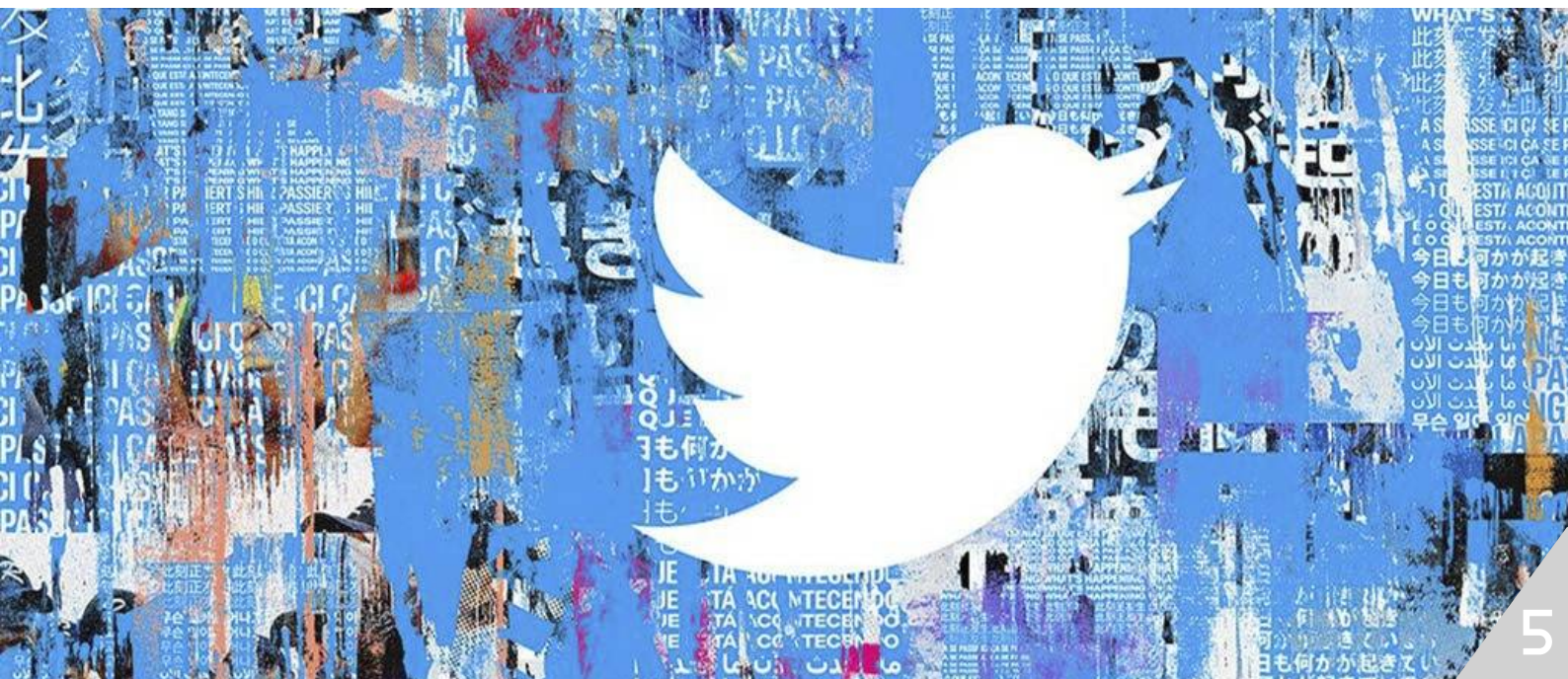
Para contrarrestar el problema, Twitter comenzó recientemente a mostrar fotos de relación de aspecto estándar en su totalidad, sin ningún recorte, en sus aplicaciones móviles y está tratando de expandir ese esfuerzo.

Los investigadores también evaluaron si los cultivos favorecían los cuerpos de las mujeres por encima de la cabeza, lo que refleja lo que se conoce como la “mirada masculina”, pero encontraron que no parece ser el caso.

Los hallazgos son otro ejemplo del impacto dispar de los sistemas de inteligencia artificial, incluidos los sesgos demográficos identificados en el reconocimiento facial y el análisis de texto, según el documento.

El trabajo de investigadores de Microsoft Corp y el Instituto de Tecnología de Massachusetts en 2018 y un estudio posterior del gobierno de EE. UU. Encontró que los sistemas de análisis facial identifican erróneamente a las personas de color con más frecuencia que a las personas blancas.

Amazon Inc. en 2018 eliminó una herramienta de reclutamiento de inteligencia artificial que mostraba prejuicios contra las mujeres.



VERICALL GANA EL PREMIO A LAS MEJORES SOLUCIONES DE CENTRO DE CLIENTES EN IA

VERICALL GANA EL PREMIO A LAS MEJORES SOLUCIONES DE CENTRO DE CLIENTES EN LOS PREMIOS BUSINESS ELITE 2021 DE AI GLOBAL MEDIA

Outsource Contact Center, VeriCall se complace en anunciar que ha sido galardonado con el premio Best in Customer Center Solutions Award de la revista Corporate Vision en sus premios Business Elite de 2021.

Las empresas y las personas fueron seleccionadas para ser consideradas en función de sus innovaciones, logros y avances de los últimos 12 meses. Entre los elementos que se evaluaron se encuentran:

Reseñas y testimonios de clientes excepcionales

- » Presencia física y digital de una empresa
- » Contratos, productos y servicios destacados
- « Compromiso con el desarrollo y la expansión
- » Actividades extracurriculares y participación comunitaria

El director ejecutivo de Vericall, Adam Taylor, dijo: "Una vez más, este premio es un tributo a

todos en VeriCall que brindan un nivel de servicio insuperable". "Todos sabemos cuánto nos esforzamos en nombre de nuestros clientes todos los días, ¡pero el reconocimiento independiente de estos esfuerzos es muy bienvenido!"

"Personalmente, también me complació mucho aparecer en la revista digital Corporate Vision de AI Global Media y poder trazar el camino a seguir para los próximos 12 meses de VeriCall. Brindar un servicio al cliente excepcional siempre será parte de ese plan ", agregó".

VeriCall es un BPO 100% basado en el Reino Unido que une a las personas y la tecnología con soluciones innovadoras e intuitivas para servir a empresas de todos los tamaños. Comenzado en 2017, VeriCall proporciona agentes capacitados junto con la mejor tecnología de su clase para brindar soluciones OmniCanal y compatibles con PCI, impulsadas por IA en todo el Reino Unido y más allá. VeriCall tiene un Engagement Hub en Kirkcaldy, Fife, Escocia.



TRANSFERENCIA DE DATOS: FACEBOOK NO BLOQUEA LA INVESTIGACIÓN EN IRLANDA

El gigante de las redes sociales Facebook fue desestimado el viernes por los tribunales irlandeses de su solicitud de bloquear una investigación del regulador irlandés, lo que podría conducir a una interrupción de las transferencias de datos de la UE a Estados Unidos. Ingresado por Facebook, el Tribunal Superior de Irlanda había acordado en septiembre bloquear temporalmente la investigación de la Comisión de Protección de Datos (DPC). Pero recientemente anunció que rechazaría las afirmaciones del grupo estadounidense. "Rechazo cualquier reclamo (de Facebook Irlanda)", dijo el juez del Tribunal Superior David Barniville.

Una decisión acogida por el regulador, en un breve comunicado recibido por AFP, y que podría llevar a la DPC a bloquear la transferencia de datos personales de Facebook, en el corazón de su modelo económico, de la UE a Estados Unidos.

Facebook había rebatido las conclusiones preliminares de la DPC (el equivalente de la CNIL francesa), que parecía dispuesta a cuestionar el sistema que utiliza el grupo estadounidense para transferir los datos de sus usuarios de un continente a otro.

El regulador irlandés, que supervisa Facebook en nombre de la UE, ya que esta última tiene su sede regional en Irlanda, actuó a raíz de una contundente decisión de la justicia europea.

Este último anuló en julio un mecanismo crucial para transferir datos personales de la UE a Estados Unidos, llamado Privacy Shield, debido a los temores sobre los programas de vigilancia estadounidenses. Las empresas estadounidenses que utilizan el "Escudo de la privacidad" pueden recurrir, como Facebook, a otro mecanismo europeo de transferencia de datos, las "cláusulas contractuales estándar" (SCC).

Pero la DPC consideró que este nuevo mecanismo tampoco podría tener una base legal. Luego inició una investigación el 28 de agosto. "La DPC podría ahora (bloquear las transferencias de datos de Facebook desde la UE a Estados Unidos) en dos meses, después de casi ocho años de trámites", comentó en Twitter, Max Schrems, citado en la denuncia de la red. Social y en el origen de un largo enfrentamiento con la red social fundada por Mark Zuckerberg.

Figura de la lucha por la protección de los datos personales y fundador de la ONG "NOYB" (None of your business), este "David" de cara al gigante digital quería interrumpir el flujo de datos entre la sede europea de Facebook y su casa - madre en California, creyendo que los datos personales están mejor protegidos en Europa.

Los portavoces de Facebook contactados por AFP no respondieron de inmediato a las solicitudes de comentarios de AFP.

Facebook

PROVEEDORES DE REDES ARYAKA ADQUIERE EL PROVEEDOR SASE, JUNIPER NETWORKS PRESENTA EL PORTAL DE SEGURIDAD SASE

Muchas empresas buscan llevar seguridad al borde de la red, confiando en la tecnología SASE, que brinda la capacidad de aplicar políticas de seguridad a usuarios remotos y proteger mejor los recursos de información internos (consulte la publicación relacionada No Jitter).

Con este fin, los proveedores de redes han estado ocupados actualizando sus carteras con las ofertas de SASE.

En diciembre, por ejemplo, Aryaka Networks presentó SmartSecure Private Access, que utiliza los principios de SD-WAN y SASE en un servicio en la nube que tiene como objetivo permitir que los usuarios se muevan de forma libre y segura entre ubicaciones y aplicaciones sin sacrificar el rendimiento de la red. Ahora, la compañía está aumentando el volumen de SASE con la adquisición de Secucloud, que ofrece una plataforma SASE diseñada para

conectar todos los bordes (WAN, nube, móvil e Internet de las cosas) de forma segura, dijo Aryaka. Con la adquisición, anunciada a fines del mes pasado, Secucloud se convierte en una subsidiaria de propiedad total de Aryaka. La tecnología Secucloud permitirá a Aryaka ofrecer ofertas adicionales de seguridad de red y red de nube convergente; Se espera que los nuevos productos SASE estén disponibles a finales de este año, agregó Aryaka.

Por separado, el proveedor de redes seguras Juniper Networks presentó esta semana Security Director Cloud, un portal basado en la nube que permite a los administradores de red distribuir servicios de conectividad y seguridad a sitios, usuarios y aplicaciones, además de administrar sus migraciones SASE. Además, Security Director Cloud aplicará automáticamente las políticas de seguridad establecidas.

Network **SASE** Security

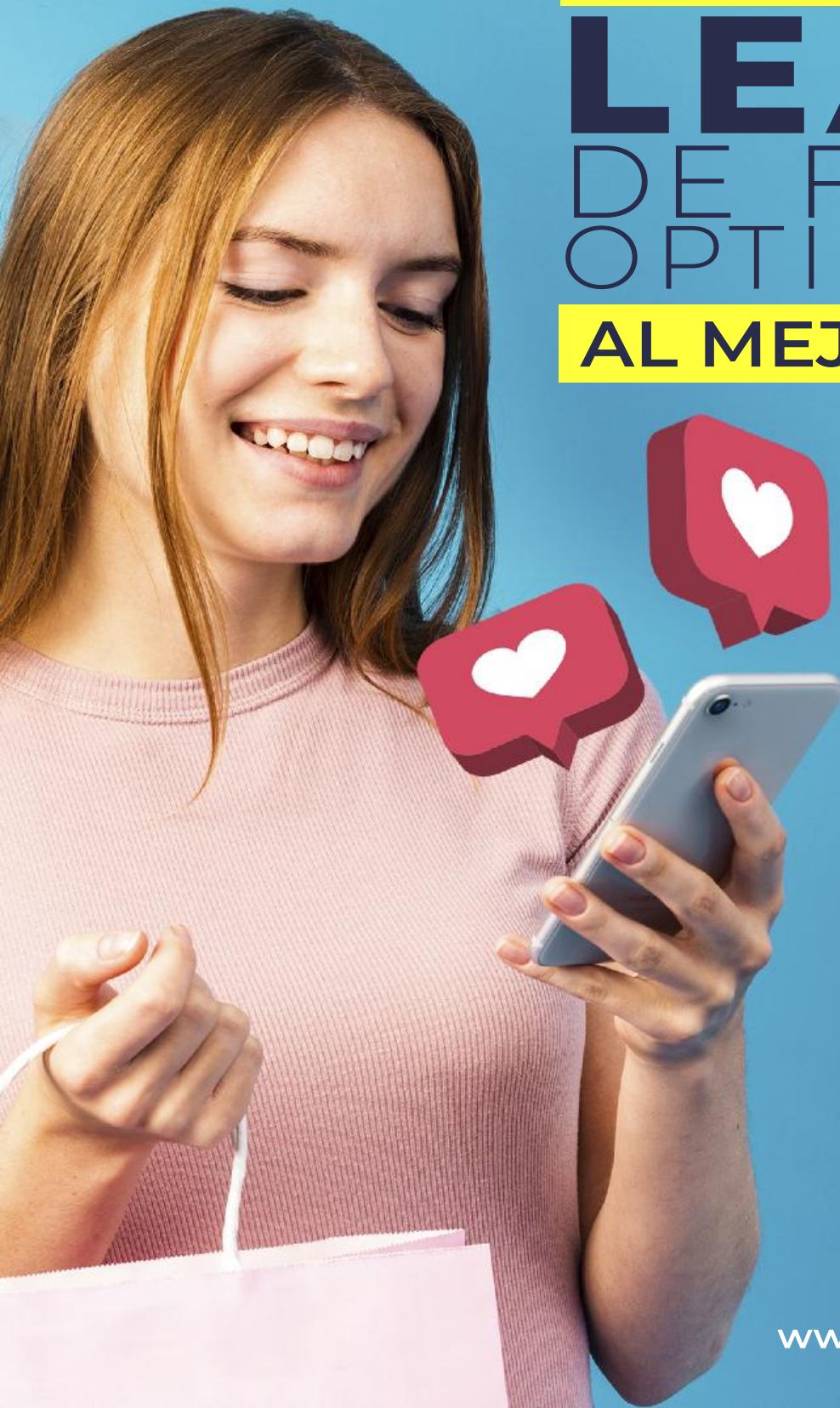


AgenciaLeads

TE CONSEGUIMOS

LEADS
DE FORMA
OPTIMIZADA

AL MEJOR PRECIO



www.agencialeads.com

REDES 5G: ZTE DESARROLLA TECNOLOGÍA SUPERDSS EN ÁFRICA

ZTE Corporation, líder mundial en telecomunicaciones y tecnología de la información, lanza SuperDSS en Sudáfrica. Es la primera solución de intercambio de espectro dinámico Tri-RAT de la industria que cubre el intercambio dinámico de redes 3G, 4G y 5G de África.

El proveedor global de telecomunicaciones, soluciones de tecnología empresarial y de consumo, ZTE Corporation, anuncia la implementación de la primera solución dinámica de distribución de espectro Tri-RAT en Sudáfrica. El SuperDSS de ZTE ofrece un uso compartido dinámico de tecnologías 4G y 5G, al mismo tiempo que cubre las redes heredadas 2G y 3G. Tenga en cuenta que la prueba de campo ZTE SuperDSS se implementó en un espectro de 2,1 GHz en un ancho de banda de 15 MHz en comparación con la solución actual de asignación de espectro estático 3G y 4G. Según los resultados de esta prueba, la solución SuperDSS de ZTE permitió la rápida introducción de 5G en el espectro de 2.1 GHz y simultáneamente aumentó el rendimiento promedio de un solo usuario 4G en un 39.85%.

Además, ZTE se compromete a explorar la viabilidad de las soluciones de uso compartido del espectro en diferentes etapas del desarrollo de la red. Además, SuperDSS de ZTE es una solución orientada al diseño de red escalable 5G. Ayuda a los operadores a crear una red esbelta, multimodo y multiservicio que admite 5G y protege su inversión heredada. Además, el uso compartido del espectro basado en tráfico 3G, 4G y 5G, en el proceso de evolución de la red, puede maximizar el uso del espectro con más ancho de banda asignado para LTE y NR de acuerdo

con el cambio en el ancho de banda UMTS bajo demanda. El servicio de voz tradicional también está garantizado, dice ZTE. Por otro lado, observemos que ZTE logró el mismo experimento en Tailandia. En efecto, el gigante chino anuncia que recientemente completó las pruebas de campo de la primera etapa de la solución de intercambio dinámico de espectro SuperDSS en Tailandia. La prueba, dijo el grupo, allanará el camino para las implementaciones comerciales de SuperDSS en el país.

Así, con una rápida difusión de los servicios comerciales 5G en el mundo, las redes móviles se han vuelto, hoy, más complejas que antes bajo la condición de la coexistencia de las tecnologías 3G, 4G y 5G.

Actualmente, la mayoría de las conexiones móviles se basarán en redes 4G y 3G dentro de los próximos cuatro a cinco años, según ZTE Corporation. Este último también especifica que la solución DSS solo admite el uso compartido dinámico entre 4G y 5G, mientras que la solución SuperDSS está haciendo un gran progreso para incluir también 2G y 3G. Implementa aplicaciones 5G al mismo tiempo que protege las redes heredadas 2G y 3G. Por lo tanto, puede ofrecer una aplicabilidad y flexibilidad significativamente mejoradas para los operadores que aún tienen servicios heredados. Además, tenga en cuenta que para las necesidades de tráfico de 3G, 4G y 5G con un espectro de 15 MHz a 2100 MHz en Tailandia, la solución SuperDSS de ZTE permite al operador ajustar dinámicamente la cantidad de espectros disponibles.



5G ZTE

SYNERGY DATA DEMUESTRA EL AUMENTO DE LA ADOPCIÓN DE UCaaS

Synergy Research Group publicó esta semana estadísticas que indican que la tasa de crecimiento de suscriptores de UCaaS global aumentó al 41% en 2020, frente al 27% en 2019 (ver imagen a continuación). Debido a COVID-19, la adopción acelerada de Microsoft y Zoom impulsó este aumento, con sus respectivas cuotas de mercado aumentando en casi 10 puntos porcentuales y sus bases de suscriptores creciendo de casi cero a más de un millón (Microsoft) o cerca de un millón (Zoom). En general, la cantidad de suscriptores de UCaaS ascendió a más de 15 millones, o el doble de la cantidad de mediados de 2018, dijo Synergy.

El dominio de Microsoft se encuentra

principalmente en el mercado medio, mientras que Zoom sobresale en las grandes empresas, dijo Synergy. Mientras tanto, mientras el líder del mercado RingCentral mantiene esa posición, su participación de mercado del 20% apenas se movió en 2020, informó la firma. Mientras que otros líderes de UCaaS, a saber, 8x8, Mitel y Cisco, experimentaron un crecimiento de suscriptores de dos dígitos en 2020, cada uno de ellos perdió participación de mercado debido a que sus aumentos de participación de mercado se quedaron atrás del crecimiento general del mercado, dijo Synergy. Además, los aumentos de la base de suscriptores de Fuze y LogMeIn se alinearon con el crecimiento general del mercado de UCaaS, agregó Synergy.



TELINTA Y TRANSNEXUS AYUDAN A LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS DE VOIP A CUMPLIR CON LOS REQUISITOS DE MITIGACIÓN DE STIR / SHAKEN Y ROBOCALL

Telinta, un proveedor global en conmutación alojada y facturación para proveedores de servicios VoIP, y TransNexus, un proveedor en el desarrollo de software innovador para redes de telecomunicaciones, anunciaron conjuntamente una solución para ayudar a los proveedores de servicios VoIP a cumplir con las regulaciones de autenticación de llamadas STIR / SHAKEN y mitigación de llamadas automáticas.

Juntos, los dos proveedores pueden ayudar a los proveedores de servicios de VoIP a cumplir con sus requisitos de mitigación de STIR / SHAKEN y robocall, ayudando a los clientes a evitar que se bloquee el tráfico.

TransNexus ofrece servicios para clientes de Telinta tanto dentro como fuera de los EE. UU. Cuando un cliente de Telinta con sede en EE. UU. Se registra en TransNexus, Telinta enviará una solicitud a TransNexus para crear una firma digital y Telinta incluirá esa firma en las llamadas posteriores a medida que se enrutan. a través de la plataforma de Telinta.

Para los clientes de Telinta que se encuentran fuera de los EE. UU., TransNexus puede proporcionar un servicio de mitigación de llamadas automáticas para que el cliente pueda presentar la certificación requerida ante la FCC. "Al integrarse con un líder como TransNexus, Telinta brinda a nuestros clientes mutuos las herramientas que necesitan para tomar decisiones importantes sobre la mitigación de llamadas automáticas", dijo Alex Ferdman, CEO de Telinta. "Telinta ha creado un ecosistema impresionante de socios líderes en la industria para ayudar a los proveedores de servicios VoIP de todo el mundo a prosperar".

"Los proveedores de servicios de VoIP necesitan soluciones para la autenticación de llamadas y los requisitos de mitigación de llamadas automáticas", dijo Jim Dalton, director ejecutivo de TransNexus. "Telinta y TransNexus juntos hacen que el cumplimiento sea rápido y fácil, al tiempo que brindan soluciones sólidas y poderosas para brindar un alivio efectivo de las llamadas automáticas ilegales".



STIR

Secure Telephony Identity Revisited

SHAKEN

Secure Handling of Asserted information using Tokens

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN BUSCA DE LA ÉTICA ENTRE LA AMBIGÜEDAD Y LA OPORTUNIDAD A.I.



A finales de abril, la Comisión Europea presentó su borrador de reglamento sobre inteligencia artificial responsable. Se trataba de un documento pionero en tanto que busca fijar los estándares internacionales en este sector, como ya hizo Europa en materia de protección de datos.

Este documento está sirviendo no sólo como objeto de trabajo para muchos juristas, tecnólogos y humanistas del Viejo Continente, sino que también ha elevado este tema a la primera plana del debate público en el sector digital.

¿Cómo podemos conciliar los intereses de la industria y los avances en IA con el uso ético de estos algoritmos? ¿Cómo evitar que sirvan para amplificar los actuales problemas sociales que arrastramos en todo el mundo?

A estas y otras preguntas trataron de dar respuesta dos investigadores de la Universidad Carlos III de Madrid: Teresa Rodríguez de las Heras, experta del grupo de investigación SOCITEC, y Jose Manuel Molina, del grupo de Inteligencia Artificial Aplicada (GIAA).

¿El marco? La puesta de largo de los retos planteados por la UC3M en materia de innovación, acontecida durante la quinta edición del Digital Enterprise Show (DES).

Para Rodríguez de las Heras, el documento tiene la oportunidad de "sentar unas bases sobre las que asentar la innovación en este terreno. Es normal que se vea la regulación como un límite o freno a la innovación, pero al final ayuda a establecer una seguridad jurídica para toda la industria". Con objetivos, en opinión de la investigadora, bastante claros: "Al final se trata de evitar que los avances tecnológicos continúen perpetuando los estereotipos, amplificando la desinformación

o expandiendo la manipulación social".

Al respecto, la experta defendió los buenos propósitos del reglamento, especialmente en su parcela de armonizar y complementar otras normas en desarrollo (como las cartas de derechos digitales) para crear las reglas de juego de la era digital.

Por su parte, Jose Manuel Molina coincidió con el diagnóstico positivo de su compañera, pero criticó la excesiva ambigüedad que presenta el documento europeo.

"Entiendo que lo han hecho así para intentar abarcar lo máximo posible y que sea algo que siga los avances que se produzcan en este sector. Pero hay algunas definiciones excesivamente amplias, como la propia de lo que se considera inteligencia artificial. No queda demasiado claro".

No le falta razón al investigador. Según el borrador del reglamento, se considerarán como un sistema de inteligencia artificial desde acepciones claras y lógicas (machine learning, aprendizaje profundo) hasta los métodos bayesianos, los "sistemas expertos" o "bases de conocimiento".

Añade Molina que la propuesta de la Comisión Europea tampoco es plausible para muchas de las empresas que usan hoy en día muchas de estas soluciones. "Al final, muchos de los sistemas que se han desarrollado hasta ahora han sufrido tantas modificaciones y personalizaciones que es complicado explicar exactamente cómo funcionan", explicó. Oportunidad para Europa... y España

Un posicionamiento que, afirman ambos, podría ser el "elemento diferenciador" que ayude a España y a Europa a competir en el mercado global de la IA, ante el empuje de China o EE.UU.

LA ESTADOUNIDENSE UNIPHORE PLANEA UN CENTRO DE EXCELENCIA EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN VALÈNCIA

La compañía estadounidense Uniphore, uno de los primeros líderes en Automatización de Servicios Conversacionales (CSA), pondrá en marcha un centro de excelencia en Inteligencia Artificial en la ciudad de València. Así lo anunciaba este miércoles María Pocoví, cofundadora de Emotion Research Lab, adquirida por la tecnológica de Palo Alto el pasado mes de enero.

La emprendedora, quien participaba en la IV Jornada anual Paco Pons -organizada por la Asociación Valenciana de Empresarios (AVE) junto con APD zona levante-, explicaba que este centro está previsto para 2022, un compromiso que la valenciana arrancó a la estadounidense con la venta de la compañía. A día de hoy, Uniphore tiene un centenar de trabajadores y sedes en Estados Unidos e India. Ahora, suma al equipo valenciano, que aspira a poner este centro en marcha con 40 ingenieros. Pacoví -licenciada en Marketing por ESIC- y Alicia Mora -ingeniera especializada en electrónica por la Universitat Politècnica de València (UPV)-, crearon en 2013 una solución para reconocer emociones en la cara de las personas a través de vídeo en tiempo real con una tecnología que mezcla el machine learning y la visión artificial. Un desarrollo que combina con las soluciones de Uniphore; que comprenden, analizan y automatizan las conversaciones de voz en tiempo real, a las que ahora suman las funciones en vídeo.

Esta adquisición ha arrastrado a la compañía americana hasta València, al tener Pocoví la firme creencia de que la ciudad lo tiene todo para convertirse en un hub tecnológico. "Uno de los objetivos era, a través de la adquisición, darle continuidad a mi visión de que València sea un hub tecnológico. Darle sentido a esa propuesta y que fuese viable no solo la venta de nuestra tecnología a la compañía, sino cumplir esa visión de Emotion", reconocía, a lo que sumaba el foco de talento de centros como la Universidad Politècnica de València

En este sentido, reconocía que el trabajo en remoto y la calidad de vida está haciendo entender a la gente que no es necesario vivir en ciudades saturadas. En este sentido, destacaba cómo Silicon Valley está vaciándose para dar paso a lugares como Texas o Miami.

Ahora, la compañía se encuentra en plena búsqueda de oficinas. En este sentido, la emprendedora valenciana destacaba la dimensión de Uniphore, que busca crecer en los próximos dos cuatrimestres hasta los 200 empleados, un 50% más. De hecho, la compañía cerró recientemente una ronda de financiación de 140 millones de dólares, encabezada por Sorenson Capital Partners y con inversores estratégicos como Cisco Investments.

El Reconocimiento De Emociones En La Era Post-covid

Pocoví señalaba que la tecnología de reconocimiento de emociones a través de la imagen va a ser clave para la toma de decisiones debido a la telematización de transacciones o reuniones. "Está pasando ahora lo que sin covid habría tardado 30 años", recalca. "La venta de mi negocio fue virtual. El equipo estaba en California y en enero cerramos la operación de venta", apuntaba. En este sentido, la emprendedora valenciana -quien se ha gestado una gran reputación en el área y es speaker invitada en Oxford- incidía en que la automatización de procesos es clave para que el talento se dedique a tareas menos repetitivas y que las máquinas recojan esa automatización que "nos haga más eficientes".

La compañía también pasó por aceleradoras como Lanzadera, además de por Plug and Play, donde ganó el premio a la empresa más innovadora en su programa en Japón.

LA DIGITALIZACIÓN DE URSA SE APOYA EN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA AGILIZAR SUS PROCESOS DE NEGOCIO

Esker, compañía especializada en la digitalización de la relación comercial entre proveedores y clientes, ha dado a conocer el proyecto de transformación digital llevado a cabo con URSA, multinacional de materiales de construcción, que se apoya en la tecnología de automatización basada en Inteligencia Artificial (IA) para agilizar y simplificar la gestión de grandes cantidades de documentos, desde las facturas a clientes y proveedores hasta la gestión de pedidos entrantes.

Mediante la puesta en marcha de una nueva solución, la compañía puede gestionar de manera centralizada cerca de 65.000 facturas de proveedores al año desde su Centro de Servicios Financieros en Polonia, con lectura mediante IA y archivado automático, lo que ha permitido una gestión de los pagos un 30 por ciento más rápida, con posibilidad de aprobación sobre la marcha gracias a la aplicación móvil Esker Anywhere™, y eliminando costes de infraestructuras y mantenimiento.

Con oficinas centrales en Madrid, URSA es uno de los mayores fabricantes de materiales de aislamiento térmico y acústico, con trece plantas de producción y presencia en unos 40 países. Su relación con Esker data de más de 10 años, en los que ha pasado de automatizar sus procesos administrativos a abordar la plena transformación digital y sostenible de su operativa de negocio, a partir de tecnologías emergentes como la nube y la Inteligencia Artificial.

MÁS EFICIENCIA Y UNA DRÁSTICA REDUCCIÓN DEL USO DE CONSUMIBLES

Este nuevo paso, le permite ahora gestionar más de 20.000 facturas anuales de clientes de las trece filiales, adaptándose a la legislación de cada país y favoreciendo en cada uno la transición a la factura electrónica en función de sus normativas y plataformas. Además de una entrega más rápida de las facturas, URSA ha conseguido una mayor visibilidad del estado de la facturación y una drástica reducción en el uso de consumibles, fundamentalmente papel.

"Cuando empezamos a trabajar con Esker no se hablaba de transformación digital, sino más bien de proceso de automatización", señala Gregor Miklavcic, European IT Manager at URSA. "Esker ofrece una solución única que gestiona tanto las facturas como los pedidos, lo que aumenta la eficiencia en el ciclo de aprovisionamiento y en el proceso integral de ventas. La plataforma de Esker crece con nosotros adaptándose a nuestras necesidades", apostilla. El objetivo pasa por gestionar el 80 por ciento de los pedidos de clientes desde la plataforma Esker. El proyecto piloto puesto en marcha en Italia y Austria ya permite procesar 10.000 y 4.200 pedidos anuales, respectivamente, reduciendo a la mitad el tiempo de gestión. Este año se desplegará la solución en Eslovenia, Francia, Rumanía y Hungría.

REDUCIR LA INTRODUCCIÓN MANUAL DE DATOS Y TAREAS REPETITIVAS

Con la automatización de pedidos, URSA se propone mejorar su atención al cliente, reducir la introducción manual de datos y las tareas repetitivas y, en definitiva, liberar a los responsables de Servicio al Cliente para que puedan dedicar más tiempo a dicho servicio y a la mejora de los procesos de ventas, tal y como han explicado a través de un comunicado.

"Cuando usas la tecnología para mejorar la vida de tus equipos, ves cómo se produce la magia. También es necesario convencer a la alta dirección de que la solución va a reportar beneficios importantes y tangibles a la empresa. Y hay que convencer a los usuarios finales de que no podrán vivir sin estos beneficios", añade Miklavcic.

Con el paso de los años, URSA ha ampliado el uso de las soluciones de Esker a 13 países de Europa, concretamente España, Francia, Eslovenia, Croacia, Alemania, Bélgica, Italia, Inglaterra, Polonia, Hungría, Serbia, Austria y Rumanía. La previsión es que más países incorporen la tecnología de Esker en los próximos años. Uno de los grandes retos era asegurar una implementación fluida de la solución, que se adaptara a los usos de trabajo de cada equipo local.

MORE4APPS LANZA NUEVOS MÓDULOS Y ACTUALIZACIONES DE ORACLE ERP CLOUD TOOLBOX

Herramientas de entrada, carga y gestión de datos hechos a medida por More4Apps para hacer que el cambio a Oracle ERP sea menos lento y costoso

More4apps, un proveedor de software especializado, ha mejorado su Oracle ERP (Enterprise Resource Planning) Cloud Toolbox con el lanzamiento de dos nuevos módulos y un producto actualizado. Los módulos de Toolbox recién lanzados permiten a los usuarios de Oracle ERP crear procesos empresariales más eficientes en torno a la entrada de datos y, al mismo tiempo, conservar la propiedad de los datos.

"Tan pronto como More4apps anunció que estábamos construyendo para ERP Cloud, hemos tenido clientes pidiendo nuestros productos. La velocidad de carga de datos es vital y una solución totalmente compatible y lista para usar tiene sentido para muchos líderes de TI, para quienes el tiempo es dinero."

"Más que nunca, los clientes necesitan herramientas fáciles de usar que sean totalmente compatibles y funcionen de inmediato. Simplemente ya no pueden permitirse el lujo de tener equipos de TI vinculados con el desarrollo personalizado alrededor de Oracle", dijo John O'Keefe, consejero delegado de More4apps.

El socio veterano Oracle Gold lanzó el primero de sus módulos ERP Cloud Toolbox el año pasado. Después de rigurosas pruebas de productos realizadas por los primeros adoptantes y el aumento de la demanda de los clientes, More4apps ha ampliado el módulo de compras para admitir solicitudes de compra y administrar las funciones Cerrar y Cancelar para pedidos de compra.

El tramo de nuevos productos comenzó con facturas de cuentas por pagar (cuentas por pagar) y proyectos (específicamente proyectos financieros), que se publicó en abril de 2021.

En junio de 2021, la Definición de Producto añadirá un cuarto módulo - que abarca artículos y la lista de estructuras de materiales.

ENTRADA Y CARGA DE DATOS HECHOS A MEDIDA PARA ERP CLOUD

Para los usuarios de ERP Cloud de Oracle, las opciones para cargar datos en el sistema se limitan a formularios manuales que permiten la entrada de una sola línea de datos a la vez y requieren tabulación a través de numerosas pantallas. Oracle ha proporcionado herramientas de carga de datos más fáciles de usar que ofrecen cierta mejora en el proceso manual, pero siguen siendo engorrosas y todavía no permiten la validación previa de los datos antes de la carga.

Otras soluciones de Oracle están disponibles para organizaciones más grandes. Sin embargo, incluso estas herramientas tienen capacidades limitadas y requieren recursos de desarrollo interno para crear y mantenimiento continuo, actualizaciones y parches cada vez que se actualiza el ERP hospedado en la nube.

La solución de More4apps es una interfaz de Excel centrada en el usuario para Oracle ERP Cloud. Cada módulo asigna columnas en una hoja de cálculo a través de campos de datos en el ERP, y lo más importante, ofrece la capacidad de validar los datos antes de cargarlos.

Los módulos incluyen funciones o integradores alineados con los procesos de Oracle, lo que significa que los usuarios pueden aprender el sistema rápida y fácilmente con un entrenamiento mínimo. Por ejemplo, las pruebas iniciales de usuario dieron como resultado un ahorro de tiempo de más del 90% para una tarea de carga de pedidos de compra.

"Las organizaciones que utilizan las herramientas de More4apps junto con Oracle ERP pueden esperar ahorros significativos de tiempo y costes, liberando personal clave para las actividades empresariales principales", dijo O'Keefe.



More4apps

¿MIGRAR A LA TELEFONÍA EN LA NUBE?

Algunas de las ventajas de migrar a la nube son: el ahorro de costes, la mayor productividad y la disminución de inversión en software.

Para la utilización de un sistema de telefonía en la nube, basada en VoIP, sólo es necesario disponer de una conexión a Internet. Al contrario de lo que ocurre con la telefonía tradicional, la telefonía en la nube no precisa de una centralita física, solo de conexión a Internet, un dispositivo conectado desde el que llamar y un proveedor de servicios de VoIP. Desde el punto de vista de la infraestructura física, la telefonía en la nube no requiere ningún tipo de instalación física.

Otra ventaja de la telefonía en la nube es la escalabilidad, es decir, su capacidad para adaptar el servicio a una creciente demanda. Si la empresa necesita una mayor velocidad, un mayor espacio de almacenamiento, bastará con contratar una tarifa mayor.

En cuanto a las actualizaciones, se realizan de manera automática. La responsabilidad es del proveedor, y las actualizaciones se realizan de forma rápida y eficaz porque se basan íntegramente en software.

La migración a la nube es rápida y la calidad de las llamadas es alta en correspondencia con el funcionamiento del Internet.

Respecto a la seguridad, la tecnología VoIP conserva las medidas de seguridad con las que ya cuentas: contraseñas para la entrada en el correo, o en el acceso a tus bases de datos, existe la posibilidad de cifrar las llamadas para garantizar esa seguridad en todo momento.

Por último, puedes elegir la portabilidad de tus números telefónicos anteriores, y tus clientes conservarán la numeración que ya conocían.



Telefonía Cloud

MARINO ISOLUTIONS, UN COMPLETO ERP ADAPTADO A TUS NECESIDADES



Automatizar los procesos de tu empresa puede ser la mejor opción para conseguir aumentar la productividad y eficiencia de tu compañía.

La situación vivida por la Covid-19 está haciendo que muchas empresas se replanteen su forma de trabajar y busquen nuevas maneras de reinventarse para conseguir una posición estratégica y más competitiva sobre las demás compañías del sector. Automatizar los procesos, tanto de fabricación como de gestión interna de la empresa, es una buena opción para que las organizaciones ahorren costes y aumenten la productividad de los empleados. En esta materia, hay diversas soluciones que ofrecen herramientas para que las empresas puedan automatizar sus procesos de manera práctica y efectiva. Una de las más completas es la que ofrece Marino iSolutions, un conjunto de soluciones tecnológicas que permite obtener un control absoluto de cada situación empresarial y proporciona una respuesta ágil a clientes externos e internos, aplicando coherentemente un enfoque integrado y multidisciplinar. Las soluciones que contempla Marino iSolutions están desarrolladas por la tecnología Marino Imagine, una plataforma innovadora que permite crear o modificar íntegramente las aplicaciones de gestión empresarial de forma rápida, sencilla e inmediata. Esta plataforma incorpora una solución ERP y CRM completa y 100% modificable.

CONSIGUE UNA MAYOR PRODUCTIVIDAD CON UN SOFTWARE DE GESTIÓN ERP

Marino ERP proporciona el dinamismo y la flexibilidad que tu empresa necesita, sobre todo teniendo en cuenta que se puede acceder a este sistema estés donde estés, desde tu ordenador o tu dispositivo móvil, gracias a su módulo Marino Mobile, algo extremadamente útil en la era por excelencia del teletrabajo.

Este sistema de gestión empresarial facilita un entorno único para afrontar cualquier tipo de necesidad empresarial de forma ágil e

inmediata, integrando todas las áreas de gestión: comercial, financiera, fabricación, SAT, Business Intelligence, movilidad, CRM, TPV, etc. Además, Marino ERP facilita la organización interna de tu compañía y potencia sus capacidades estratégicas, lo que permite obtener una mayor productividad y una ventaja competitiva frente a la competencia.

Otra de las soluciones con las que cuenta Marino iSolutions es Marino CRM, un sistema que permite gestionar adecuadamente el potencial de fuerzas de ventas, integrando una comunicación eficaz dentro y fuera de la empresa, aportando mejores posibilidades comerciales y eliminando el riesgo de duplicar esfuerzos y gastos en acciones de marketing. Además, Marino CRM integra completamente todos los departamentos que intervienen en la administración del servicio de atención al cliente.

UN SISTEMA DE GESTIÓN ADAPTADO A TU SECTOR EMPRESARIAL

Además de ofrecer un software de gestión empresarial ERP y CRM, Marino iSolutions cuenta con soluciones específicas para cada tipo de negocio, lo que le permite adaptarse perfectamente a las necesidades de cada empresa. Gracias a la tecnología Marino Imagine, Marino iSolutions ofrece soluciones concretas y especialmente pensadas para los sectores de alimentación, hormigones, construcción, química, sanidad, maquinaria, metalúrgica, maquinaria agrícola, madera y mueble, estampación, embalaje, pintura, náutica, electrónica, elaborados, entre muchos otros.

Que una empresa opte por un sistema de gestión especializado en su sector para automatizar sus procesos, supone una gran ventaja estratégica sobre la competencia, no solo por su ahorro de costes y reducción de tiempo en tareas recurrentes, sino también porque este sistema le permitirá cubrir de manera más precisa los contratiempos y necesidades que aparezcan en el día a día de la empresa.

GOOGLE Y SU ANDROID AUTOMOTIVE



Android Automotive es un sistema operativo de código abierto que ya se es utilizado en algunos vehículos. No es una aplicación como Android Auto que conecta el móvil y el vehículo, es independiente y basado en Linux, para que lo puedan utilizar los fabricantes de vehículos de forma nativa.

Según informa TechCrunch, hasta 10 vehículos de Volvo, Renault, General Motors y Polestar utilizarán Android Automotive con los servicios de Google antes de terminar 2021.

Se espera que pronto más marcas anuncien su implementación y hay multitud de desarrolladores trabajando en aplicaciones para este sistema operativo.

Se espera crear aplicaciones lo más adaptadas y útiles posible sirva para que desarrolladores de todo tipo y fabricantes de vehículos; para que trabajen en expandir el uso de este sistema de forma importante y sin la necesidad de que Google realice grandes esfuerzos.

Google también han creado la compatibilidad entre Android OS y Android Auto para seguir manteniendo la hegemonía dentro de los vehículos y sea una decisión indiscutible utilizar sistemas y aplicaciones de la compañía.

Dos años después de lanzarse Android Automotive y tiempo después de que llegase a su primer vehículo, Polestar 2, este sistema operativo es una de las apuestas más interesantes de Google.

GOOGLE Y SEAGATE YA UTILIZAN IA PARA PREDECIR FALLOS EN DISCOS DUROS

Google Cloud y Seagate han ofrecido un vistazo a sus esfuerzos por utilizar el aprendizaje automático, un tipo de Inteligencia Artificial, para predecir cuándo las unidades de disco duro de sus centros de datos (responsables de almacenar muchos terabytes de datos) podrían comenzar a fallar, de manera que podrían planificar de antemano el cambiar esos discos duros que van a fallar antes de que provoquen interrupciones en el servicio a causa de sus fallos.

En este momento, no hay forma de evitar el hecho de que los discos duros fallen. Son menos confiables que los SSD, asumiendo que esas unidades no se estén llevando al límite en tareas como el minado de Chia, pero también ofrecen capacidades más altas a precios más bajos y por este motivo se utilizan tanto en centros de datos. Este es un factor importante para empresas como Google Cloud, que necesitan poder manejar cantidades masivas de datos, así que el contar con un sistema de Inteligencia Artificial que les ayude a predecir los fallos para reaccionar con antelación es un hito muy importante.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA PREDECIR FALLOS EN LOS DISCOS DUROS

«En Google Cloud sabemos de primera mano lo crítico que es administrar los discos duros en las operaciones e identificar de manera preventiva posibles fallos».- dijo la compañía en una reciente publicación en su blog.-

«Somos responsables de ejecutar algunos de los centros de datos más grandes del mundo; cualquier error en la identificación de estos fallos en el momento adecuado puede causar interrupciones graves en nuestros numerosos productos y servicios».

El problema es que identificar manualmente una unidad defectuosa (que Google definió como unidad «que falla o ha experimentado más de 3 fallos en 30 días») es un proceso que requiere mucho tiempo y además necesita que un técnico tenga acceso físico al dispositivo. Google Cloud y Seagate querían utilizar el aprendizaje automático para reducir la

cantidad de tiempo que los ingenieros tendrán que dedicar a probar las unidades para determinar el riesgo de fallo.

Google Cloud dijo que tiene «millones de discos implementados en sistemas de producción que generan terabytes (TB) de datos de telemetría sin procesar», incluyendo «miles de millones de filas de datos S.M.A.R.T. por hora y metadatos de host, como registros de reparación, registro de diagnóstico de proveedores en línea (OVD) o métricas de confiabilidad accesibles en el campo (FARM), así como datos de fabricación de los discos duros».

Eso significa que la empresa tiene una increíble cantidad de discos duros en funcionamiento en máquinas de producción que generan cientos de parámetros y factores que deben ser rastreados y monitorizados por los ingenieros. Sin embargo, estos datos también pueden ser tratados por un sistema de Inteligencia Artificial que, mediante aprendizaje automático, pueda aprender qué síntomas son los que provocan los fallos en los discos duros para poder realizar una predicción y avisar de antemano qué discos duros van a fallar para que sean sustituidos antes de que lo hagan, evitando así cortes en el servicio.

Por ahora las compañías han probado dos modelos: uno basado en tablas AutoML y otro desarrollado a medida para este proyecto.

El primero por ahora se ha mostrado más fiable con un 98% de precisión y una recuperación del 35% en comparación con una precisión del 70-80% y una recuperación del 20-25% del segundo, lo que también significa que el experimento sirvió doblemente para demostrar los beneficios de utilizar Auto Machine Learning en lugar de una solución personalizada.

Google Cloud ha dicho que planea expandir el sistema para admitir todas las unidades de disco duro de Seagate, y pretenden extenderlo a todas las marcas de discos duros que utilizan en sus centros de datos.

GOOGLE TENDRÁ TIENDAS FÍSICAS AL ESTILO APPLE STORE: LA PRIMERA ABRIRÁ EN NUEVA YORK ESTE MISMO VERANO

Google anuncia que abrirá su primera tienda física en Nueva York. El barrio de Chelsea, donde también tienen unas grandes oficinas, es el elegido por la compañía para abrir su tienda física que, al estilo Apple Store, venderá productos de hardware como los móviles Pixel, productos de Nest, Fitbit, Pixelbooks y otros productos fabricados por Google.

La tienda de Google abrirá este mismo verano de 2021 y los clientes podrán visitarla para adquirir los dispositivos directamente o utilizar la localización como punto de recogida de los productos encargados a través de su tienda online.

Una Google Store que llega en una época convulsa para el comercio físico. En el pasado Google ha experimentado con pequeños puntos de venta en zonas comerciales, pero el anuncio de hoy marca el inicio de una nueva estrategia, con la apertura de una tienda mucho más ambiciosa.

En 2018 se rumoreó la apertura de su primera tienda física en Chicago, pero finalmente no se llevó a cabo.

"Los visitantes podrán experimentar cómo nuestros productos y servicios funcionan juntos en una variedad de formas envolventes", explica la compañía. En la tienda también se podrá recibir el apoyo de expertos para corregir problemas o servicio técnico para arreglar por ejemplo la pantalla rota de un Pixel.

Google explica que han tenido presente la Covid-19 y obligarán al uso de mascarillas, espacio físico e higiene de manos para entrar. El número de personas también estará limitada. Google no ha confirmado sus planes de lanzar nuevas tiendas físicas. Por el momento "escucharán los comentarios de los clientes para continuar explorando y experimentando con las posibilidades de un espacio comercial físico".



ENACOMM LANZA EL AUTOSERVICIO DE VOZ PARA CLIENTES EN FUSIONSTORE DE FINASTRA

ENACOMM, una empresa de habilitación de FinTech que brinda a las empresas de servicios financieros soluciones para mejorar la experiencia del cliente (CX), combatir el fraude financiero y aumentar la eficiencia operativa, anunció que ENACOMM Financial Suite (EFS) con la aplicación IVR está disponible para su compra a través de FusionStore de Finastra. El IVR de ENACOMM permitirá que los bancos, las cooperativas de crédito y las instituciones de tarjetas de crédito se beneficien de sus aplicaciones inteligentes de autoservicio para clientes multicanal, que se entregan como software como servicio (SaaS) o soluciones alojadas y proporcionan análisis valiosos para mejorar la experiencia del cliente y la lucha. Fraude.

Tras la llegada de la plataforma de voz empresarial de ENACOMM a FusionStore, Philip Taliaferro, vicepresidente de asociaciones de plataformas de

Finastra, dijo: "Estamos emocionados de que ENACOMM se haya unido a nuestro ecosistema FusionFabric.cloud, con el lanzamiento de su solución EFS IVR. Brindar a nuestros clientes de bancos y cooperativas de crédito la capacidad de acceder a tecnología de respuesta de voz interactiva que se puede implementar de manera rápida y rentable. Esto les ayudará a ampliar sus ofertas y brindar una mejor experiencia al cliente. A medida que nuestra comunidad de tecnología financiera continúa creciendo, estamos complacidos para dar la bienvenida a ENACOMM a bordo".

Michael Boukadakis, fundador y director ejecutivo de ENACOMM, dijo: "La sólida plataforma FusionFabric.cloud redujo el plazo para la integración en la suite de productos Finastra. FusionFabric.cloud es el futuro de la banca API abierta".

enacomm®





DIALGOO

**CALL CENTER
SOFTWARE
SOLUTIONS**

APP@DIALGOO.COM
WWW.DIALGOO.COM

COMERCIO ELECTRÓNICO: INFOBIP DESCIFRA LAS NUEVAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES

Estudio internacional realizado en el contexto post-Covid-19

Infobip, una plataforma de comunicaciones global basada en la nube que permite a las empresas crear experiencias de clientes conectadas a escala, ha publicado los resultados de un estudio internacional realizado para comprender cómo las empresas deben evolucionar en un mundo profundamente perturbado por la crisis de Covid-19.

Si bien el comercio electrónico ha jugado un papel vital durante la contención y para el regreso a la vida normal, la necesidad de una experiencia de compra personalizada y única ha aumentado significativamente desde 2020.

Según el estudio de Infobip, el 74% de los encuestados considera que los mensajes que reciben de las marcas carecen de un toque humano y personalizado. Un verdadero déficit para las empresas, ya que el 54% de los clientes encuestados afirma que les molestan los mensajes impersonales y genéricos, mientras que el 47% afirma ignorar los mensajes impersonales.

Como recordatorio, la encuesta se realizó entre 10.000 clientes del sector del comercio físico y digital. Otra lección es la necesidad de que el sector minorista se aleje de las campañas

masivas y se centre más en la comunicación contextual, personalizada y basada en datos.

Uno de cada dos encuestados dijo que había cambiado de marca debido a la calidad de las comunicaciones y el 51% se volvió más leal a una marca durante el bloqueo.

En general, el 30% cree que la pandemia ha hecho que la comunicación sea más importante que nunca. Además del contenido, el canal elegido para comunicarse con sus públicos es ahora fundamental.

Si bien el 31% de los clientes dijo que era más probable que se relacionara con marcas que comprenden sus necesidades de productos y servicios, el 35% prefirió interactuar con las marcas en canales digitales desde el inicio de la pandemia. Además, más de la mitad de los encuestados están de acuerdo en que los descuentos y las alertas de ventas son importantes. En conclusión, el estudio de Infobip muestra que las empresas que han acelerado su transformación digital son las que han logrado ofrecer a sus clientes experiencias digitales personalizadas y humanas.



CISCO CC AGREGA UN GADGET DE MÚLTIPLES PESTAÑAS, ADMINISTRACIÓN DE TI SIMPLIFICADA

Además de las nuevas funciones de reuniones y llamadas anunciadas para Webex recientemente Cisco reveló varias funciones nuevas para su oferta de centro de contacto, como parte de su versión 12.6 de Webex Contact Center Enterprise. Estas actualizaciones incluyen:

Una función de Respuestas del agente escucha en segundo plano y proporciona a los agentes sugerencias y orientación en tiempo real para mejorar la resolución del primer contacto.

Un gadget de múltiples pestañas proporciona una única ventana para que los agentes accedan a partes del contenido, sin la

necesidad de cambiar de pestaña.

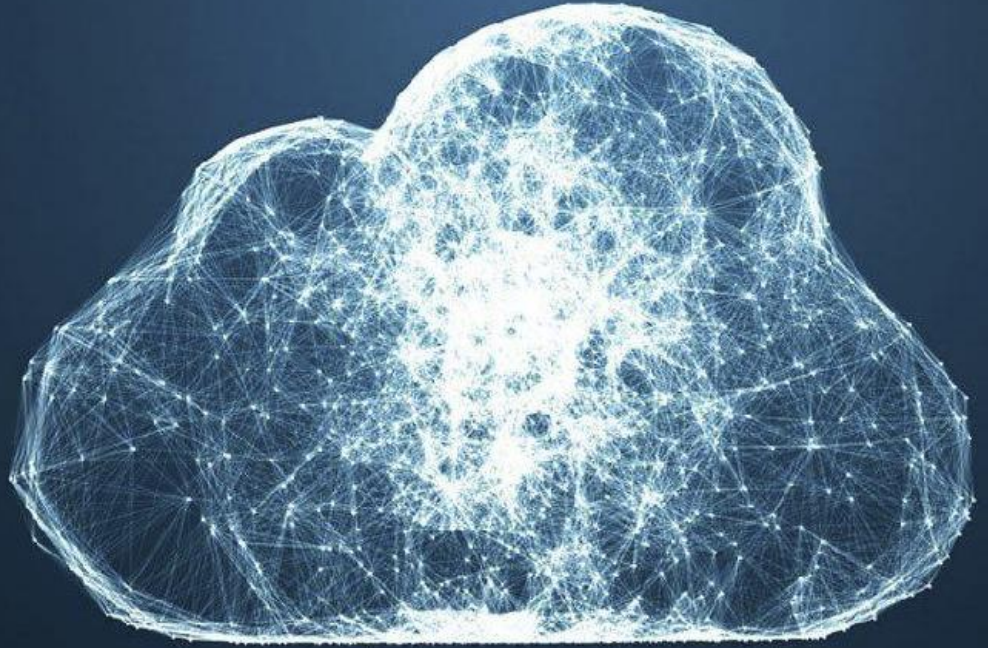
Por ejemplo, un agente puede tener estadísticas de cola, respuestas del agente, transcripciones de llamadas y más accesible a través de este único gadget.

Para los administradores de TI, la versión incluye parches simplificados y orquestación de actualizaciones, y brinda la capacidad de monitorear el desempeño de las aplicaciones de todas las aplicaciones integradas a través de una integración nativa de AppDynamics.

Además de estas nuevas funciones, Cisco aumentó el soporte de agentes concurrentes para grandes implementaciones de hasta 36.000 agentes.



CENTRO DE DATOS DE SEGURIDAD CLOUD DE CISCO EN MADRID



El servicio de seguridad en la nube Cisco Umbrella, opera sobre la arquitectura global de Cisco, ahora cuenta con un nuevo centro de datos cloud global en Madrid. Ubicado en Silicon Alley dará cobertura a los clientes en España y Portugal, entre ellos grandes empresas locales de distintos sectores como banca, utilities y seguridad privada.

Cisco Umbrella cuenta con una tasa de detección de amenazas del 96,93% y resuelve más de 620.000 millones de solicitudes DNS al día. El centro de datos cuenta con más de 70 operadoras, IPS y CDN en las instalaciones, y la multinacional interconecta con más de 1.000 partners como Microsoft, Amazon y Box

para reducir la latencia y mejorar el rendimiento entre sus clientes y sus redes.

La infraestructura utiliza el enrutamiento Anycast para dirigir el tráfico al centro de datos más cercano y se ubica cerca de los principales puntos de intercambio de Internet para ofrecer un servicio más rápido. Éste es neutral en cuanto al operador y se selecciona exclusivamente en función de su capacidad de proporcionar conexiones y servicio a las áreas geográficas que presta servicio.

En palabras de Ángel Ortiz, director de ciberseguridad en Cisco España: "La seguridad de una organización es tan eficiente como la

arquitectura global de red sobre la que opera. El nuevo centro de datos no solo protegerá a los clientes españoles de las ciberamenazas, sino que también mejorará su rendimiento de red para permitir una adopción sencilla del modelo SASE".

Según la propia compañía, la nueva instalación proporciona "un acceso ágil, de gran capacidad y altamente seguro más cerca de los usuarios, entre los que se encuentran grandes empresas locales de distintos sectores como banca, utilities y seguridad privada". Este nuevo centro se sustenta en la rápida evolución del teletrabajo, que ha incrementado la demanda de plataformas de seguridad en la nube.



BENEFICIOS DE IMPLANTAR UN CRM

Un CRM (acrónimo de Customer Relationship Management) es un sistema que ofrece las herramientas que se precisan para centralizar todos los datos de los clientes y contar así con toda la información precisa con un solo vistazo, agilizándose así la gestión de las ventas, incrementándose también la rentabilidad y la captación de nuevos clientes optimizando su experiencia de navegación y compra.

Existen algunos de acceso gratuito incluso, pero analicemos un poco más los beneficios de la implantación de este tipo de soluciones:

PERMITE EL ACCESO A LA INFORMACIÓN EN TIEMPO REAL:

Un CRM permite acceder al momento a todos los datos que se poseen sobre los clientes, desde los correos electrónicos que se han cruzado a las compras y los contratos que se han realizado.

FACILITA LA PERSONALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE:

Al tener siempre a mano los datos, gustos y necesidades de los clientes ayuda a que el agente comercial pueda ofrecer una experiencia de compra lo más personalizada posible.

AYUDA A TOMAR DECISIONES DE MANERA RÁPIDA Y ACERTADA:

Es posible establecer clientes prioritarios a los que sea interesante fidelizar, buscar tendencias, analizar el volumen de ventas, seguir la evolución del servicio al cliente y valorar cómo funciona la empresa.

MEJORA EL PROCESO DE VENTA:

El CRM facilita que los ciclos de ventas sean cortos ayudando al cliente potencial a tomar decisiones más rápidas con campaña lead nurturing y una comunicación fluida

ELEVA LA PRODUCTIVIDAD:

Al agilizar los procesos de marketing incrementan la productividad de todos los departamentos de la empresa.

FIDELIZACIÓN:

La atención personalizada favorece que el cliente se sienta más cómodo y mejor atendido, incrementándose su grado de satisfacción durante el proceso de compra.

DISEÑA MEJORES ESTRATEGIAS DE MARKETING:

Al poder tener acceso al historial de la información y a saber cómo es el comportamiento del cliente a la hora de comprar, el equipo de marketing puede adaptar sus estrategias.

FACILITA LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES:

Al ir introduciendo todos los datos de los clientes como registro en una base de datos, es posible analizar toda la información de compras y ventas por sexo, edad, procedencia, preferencias de compra, etcétera, permitiéndonos afinar mejor las colecciones, campañas de venta, promociones y los correos electrónicos y otras comunicaciones dirigidas los clientes.



CENTRO DE LLAMADAS PARA ACELERAR EL TRATAMIENTO DE PACIENTES CON COVID-19

En Colombo, Sri Lanka: se tomarán medidas para establecer un centro de llamadas para acelerar el tratamiento de los pacientes con COVID-19, dijo el jueves (13 de mayo) el Ministerio de Salud Primaria, Epidemias y Control de Enfermedades COVID del Estado.

"Con base en los informes de PCR, se tomarán medidas para proporcionar la información requerida a los pacientes infectados a través del Call Center. En consecuencia, los médicos proporcionarán las instrucciones pertinentes a los pacientes a través del call center, a partir de la próxima semana", dijo el Dr. Sudharshani Fernandopulle, el ministro de Estado de Atención Primaria de Salud, Epidemias y Control de Enfermedades COVID, dijo a News 1st.

Al comentar sobre el tratamiento de los pacientes con COVID-19, el Ministro de Estado, Dr. Fernandopulle, señaló que hubo un pequeño retraso en la ubicación de los hospitales para los pacientes.

"Se dará prioridad a los mayores de 60 años, a los que presenten complicaciones y otras enfermedades y a los que residan en zonas de alto riesgo, dado que la capacidad de las camas hospitalarias es limitada". Según el ministro de Estado, Fernando-pulle, hay alrededor de 600 a 700 camas y, por lo tanto, a la hora de asignar los hospitales a los pacientes se seguirá un método de admisión basado en prioridades.



CENTRO DE LLAMADAS EN VANCOUVER CERRADO DEBIDO AL BROTE DE COVID-19

VANCOUVER, Washington (AP) - Las autoridades de salud pública dicen que un centro de llamadas de banda ancha en Vancouver, Washington, fue cerrado temporalmente debido a un brote de COVID-19 que resultó en 29 casos confirmados y dos posibles.

La portavoz de Salud Pública de The Columbian Reports, Marissa Armstrong, dijo en un correo electrónico el viernes por

la noche que el primer caso en la oficina de Spectrum Communications se informó a mediados de abril, y el caso más reciente se informó el viernes.

Armstrong dice que el negocio cerró el miércoles, se someterá a una limpieza profunda y también consultará con Labor & Industries antes de reabrir. La empresa no había emitido una declaración pública en relación con el brote hasta el viernes por la noche.



EL CEO DE AIRTEL, GOPAL VITTAL, ADVIERTE A LOS CLIENTES CONTRA LOS FRAUDES CIBERNÉTICOS



El director ejecutivo de Bharti Airtel (India, sur de Asia), Gopal Vittal, advirtió a los más de 321 millones de suscriptores de la empresa de telecomunicaciones contra un mayor número de fraudes cibernéticos en los que se engaña al cliente para que instale aplicaciones que pueden rastrear todas las cuentas instaladas en el dispositivo.

El director ejecutivo de Bharti Airtel (India, sur de Asia), Gopal Vittal, advirtió a los más de 321 millones de suscriptores de la compañía de telecomunicaciones contra un mayor número de fraudes cibernéticos en los que se engaña al cliente para que instale aplicaciones que pueden rastrear todas las cuentas instaladas en el dispositivo.

Vittal también advirtió contra los fraudes relacionados con los pagos digitales en los que se accede a la contraseña de un solo uso (OTP) del suscriptor y a los detalles de UPI para realizar pagos. "Con la creciente segunda ola de la pandemia y los cierres en varias partes del país, ha habido un aumento masivo en las transacciones en línea. Desafortunadamente, también ha habido un aumento correspondiente en el fraude cibernético", dijo Vittal en una carta a Airtel.

Esta es la segunda vez que el CEO envía un consejo de advertencia a los clientes, destacando que si bien todos están conectados digitalmente en medio de la pandemia, no deberían ser víctimas del fraude cibernético.

En su última carta, Vittal destacó dos formas en las que están ocurriendo los fraudes. Uno, los estafadores que pretenden ser empleados de Airtel llaman o envían un SMS al suscriptor diciendo que su Conozca a su cliente (KYC) está incompleto. Se le pide al cliente que instale la aplicación "Airtel Quick Support" de la tienda Google Play, pero en realidad dicha aplicación no existe.

Cuando el cliente intenta instalarla, se le redirige a la aplicación TeamViewer Quick Support. Esta aplicación permite al estafador hacerse cargo de forma remota del dispositivo y las cuentas asociadas con el dispositivo. "Y así, si el cliente lo instala, permite que el estafador acceda a todas sus cuentas conectadas al dispositivo", dijo el CEO.

Los estafadores también están llamando con promesas de números VIP con grandes descuentos. Para el número, solicitan un prepago como token / monto de reserva. Después de recibir estos fondos, el defraudador detiene todo contacto con la persona y se vuelve imposible de rastrear.

¿CÓMO SE UTILIZA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS PLATAFORMAS DE CONTENIDO AUDIOVISUAL?

Las plataformas de contenido audiovisual o streaming son aquellas que le permiten al usuario disfrutar series, documentales y películas sin necesidad de descargarlos. Simplemente, el usuario debe crear una cuenta contratando una suscripción y estará listo para comenzar a disfrutar del contenido que ofrezca la plataforma. Para garantizar la mejor experiencia de navegación y visualización, plataformas como Netflix, Amazon Prime y Disney+ usan las últimas innovaciones tecnológicas.

¿Cómo se utiliza la inteligencia artificial en las plataformas de contenido audiovisual?
¿Cómo se utiliza la inteligencia artificial en las plataformas de contenido audiovisual?

INTELIGENCIA ARTIFICIAL FUERA DE LA PLATAFORMA

La mayoría de los servicios de streaming generan su propio contenido. En el caso de Netflix, el contenido original corresponde a más de un 90 por ciento de las alternativas disponibles en la plataforma. En estos casos, estas compañías utilizan la inteligencia artificial para determinar cuáles deben renovar en base a los datos que aportan los usuarios. Asimismo, la inteligencia artificial se usa para desarrollar todos los pasos relacionados con la producción; desde el guion hasta la selección de actores, no hay nada que no se analice a través de la inteligencia artificial.

Una de las principales razones por las que la industria utiliza inteligencia artificial en todos los pasos de su producción es que, por lo general, esta tecnología no se equivoca. En base a los gustos de los usuarios, las plataformas son capaces de predecir qué contenidos tendrán más éxito y, por lo tanto, apostar por aquellos que los espectadores están esperando ver.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL DENTRO DE LA PLATAFORMA

En la actualidad, casi todos los sitios web utilizan inteligencia artificial dentro de sus plataformas, sin importar si se trata de una tienda de ecommerce, un casino en línea o un sitio informativo. En el caso de las plataformas de contenido audiovisual, la inteligencia artificial resulta de gran utilidad para mejorar la experiencia de navegación al buscar y ver series, documentales o películas. Esto se debe a que la inteligencia artificial le permite a la plataforma registrar datos como:

Dispositivos que se utilizan para acceder

Fecha y hora en la que se vio el contenido

Historial de búsqueda dentro de la plataforma

Datos de la ubicación

Con estos y muchos otros datos, las plataformas pueden analizar el comportamiento del usuario y definir cuáles son las mejores recomendaciones en base a sus preferencias.

Por otro lado, las compañías también utilizan inteligencia artificial dentro de sus plataformas para mostrar las miniaturas de los contenidos disponibles. Para eso, se utilizan los macrodatos, cuyo análisis permite determinar qué imágenes son las más atractivas y, por lo tanto, despertarán el interés del espectador. Las compañías dedicadas al streaming de contenido audiovisual utilizan la inteligencia artificial dentro y fuera de la plataforma. Esta tecnología es imprescindible para predecir qué contenidos tendrán más éxito antes de siquiera producirlos. Además, mejora la experiencia de navegación del usuario a través de un análisis de sus gustos y comportamientos dentro de la plataforma.



SEO, PRÁCTICAS SOBRE POSICIONAMIENTO ORGÁNICO

El SEOday 2021 organizado por la agencia Punto Rojo tuvo una audiencia de casi 130 mil personas de 57 nacionalidades, con charlas totalmente prácticas sobre posicionamiento orgánico.

La 7ma edición del evento SEO más grande de Latinoamérica tuvo una nueva modalidad: menos teoría y mucha más práctica.

Este año el SEOday contó con 4 speakers internacionales de las empresas digitales más reconocidas. Los referentes dieron charlas totalmente prácticas sobre posicionamiento orgánico, con insights aplicables a todo tipo de estrategias.

A lo largo de 5 horas de contenidos SEO, la jornada reunió a casi 130.000 personas de 57 nacionalidades, para adquirir conocimientos de la mano de grandes referentes de la industria.

Se contó con la presencia de los speakers:

Martin Splitt (Developer Advocate WTA en Google), quien formó parte del SEOday con una

charla orientada a la solución de problemas en JavaScript.

Lily Ray (SEO Director en Amsive Digital) hablando sobre E-A-T.

Claudio Cabrera (Subdirector de audiencias & News SEO en The New York Times), con su charla sobre cómo trabaja SEO el New York Times.

Rodrigo Lancheros (Gerente SEO en Open English) quien habló sobre estrategias SEO para ecommerce.

Además, esta jornada tuvo la participación de otros referentes como Hernan Litvac (icomm), Andrew Coco (The Walt Disney Company) y Diego Vitali (Donweb) quienes compartieron algunos datos de interés sobre la industria SEO y diferentes estrategias de marketing digital.

Sumado a ello se dió a conocer un estudio sobre el crecimiento del eCommerce en América Latina en 2021 realizado por puntorojo, la agencia SEO que organiza el SEOday y SEMrush.



PERÚ

EMPRESA DE CONTACT CENTER RECONOCIDA POR SU GESTIÓN EN MATERIA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

GSS Grupo Covisian, empresa de contact center, fue reconocida por su gestión en materia de seguridad y salud en el trabajo con la certificación ISO 4500.

Esta certificación está destinada a proteger a los trabajadores y visitantes de accidentes y enfermedades laborales. La certificación fue desarrollada para mitigar cualquier factor que pudiera causar daños irreparables a los empleados o al negocio. Ayudando así a los negocios a proporcionar un ambiente de trabajo seguro para cualquier persona.

En palabras de César López, CEO de GSS Grupo Covisian: "En GSS Grupo Covisian somos conscientes de la importancia de salvaguardar la integridad de nuestros colaboradores y visitantes. Esta certificación supone un paso más en la mejora continua de nuestros lineamientos en seguridad y salud en el

trabajo, demostrando nuestra capacidad para cumplir con los requisitos internacionales en materia laboral para el alcance de los objetivos de nuestra organización".

Por ello, el CEO aseguró que se están adaptando a los cambios repentinos y tratan de cuidar en todo momento a su equipo de trabajo. De esta manera, la compañía se distingue por sus actividades en soluciones en gestión telefónica, soporte comercial técnico, atención al cliente.

Así como en las ventas presenciales orientadas a la promoción, difusión, venta y presentación de servicios de cliente. GSS Grupo Covisian reafirma su compromiso en el cuidado de sus trabajadores, promoviendo un ambiente laboral seguro y una cultura de responsabilidad con sus clientes.



MÉXICO

OUTSOURCING LAS REFORMAS LEGALES

Analicemos la reforma a distintas leyes y a la Constitución para regular las prácticas de Outsourcing en México. En primer término, las modificaciones al marco legal prohibirán el outsourcing por parte de la Administración y de las empresas para actividades esenciales o que estén vinculadas a su objeto social.

Solo se permitirá para “servicios especializados”, el resto tendrá que ser integrado a la nómina en un plazo de tres meses.

Las agencias de colocación tendrán que registrarse ante un padrón y renovar el permiso cada tres años. En caso de incumplimiento, se establece una responsabilidad solidaria entre el patrón contratante y la agencia, lo que obliga a las empresas a ser más cuidadosas en el cumplimiento de los pagos.

Manpower, estima que durante el mes de mayo, de los 4 millones 600 mil empleos bajo subcontratación que existen en México, de manera directa se perderán 460 mil puestos. Más de 2 millones de personas pasarían a esquemas sin seguridad social en absoluto (honorarios, derechos de autor, etcétera). Sólo un millón 380 mil se integrarían a la nómina de empleados de base.

LA REFORMA AJUSTARÁ SEIS LEYES Y LA CONSTITUCIÓN

Las Leyes que cambiarán serán la del Trabajo, del Infonavit, el Código Fiscal, la Ley del ISR, del IVA, la Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado. Además del Apartado B del artículo 123 de la Constitución.

En palabras de José Medina Mora, Presidente de la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex): “Hay empresas que ya hicieron ajustes necesarios desde diciembre y que están listas para cuando entre en vigor esta ley de subcontratación. Sin embargo, otras no lo están y es por eso importante el periodo de los tres meses -que acordaron a principios de abril, representantes de sindicatos, gobierno e IP-para hacer todos los ajustes internos tanto en cambiar este esquema de subcontratación interna. Y los ajustes en el objeto social de las empresas para que se refleje lo que realmente hacen”. Habrá tres meses, que son junio, julio y agosto, para que las empresas puedan adaptarse a estos cambios que tendrá la ley y entre en vigor el 1 de septiembre.

La reforma a la Ley de Outsourcing tiene como objetivo reducir las distorsiones que afectan a los trabajadores.



ELECCIONES 2021 OBJETIVO DE LA CIBERDELINCUENCIA

A pocas semanas de las elecciones 2021 en México surge la duda sobre si serán blanco para la ciberdelincuencia. Infraestructura de la votación, público votante y los candidatos políticos en campaña son áreas objetivo.

Oswaldo Palacios, director de Ventas para México y América Latina de Guardicore, dijo que las ciberamenazas en tiempos electorales afectan al proceso electoral como al público votante.

El ejecutivo propone tres áreas objetivo de la ciberdelincuencia: público votante, infraestructura de votación y los candidatos políticos y sus campañas electorales.

El público votante como individuo puede ser víctima de estas amenazas:

Amenaza de ciberseguridad. A través del uso de mensajes de texto, correo electrónico o phishing para motivar a la persona a hacer clic en un vínculo para infectar su dispositivo.

Amenaza de manipulación del voto. La ciberdelincuencia emplea diversas técnicas maliciosas para ofrecer información errónea que intente engañar a la víctima para que no vote.

Amenaza directa de manipulación de votantes. Cuentas falsas en redes sociales son empleadas para difundir información falsa y manipuladora. Esta técnica difunde información errónea para que los votantes cambien sus opiniones políticas o les haga perder la confianza en la validez de una elección.

En la infraestructura de votación, la validez de una elección requiere confianza en la infraestructura para ofrecer una elección justa. Mientras que los candidatos políticos y sus campañas electorales deben hacer un seguimiento y asegurar todos los recursos de TI de los partidos políticos. De manera frecuente, los daños pueden ocurrir por fugas de correos electrónicos privados o por conocer la estrategia de una campaña para contrarrestarla posteriormente.



GOOGLE INVERTIRÁ EN MÉXICO

Google ha anunciado un Centro de Soporte Global con sede en el país azteca y atendido por talento mexicano, desde donde se atenderá a partners y clientes globales del sector empresarial, Pymes, empresas de retail, Telcos, sector financiero y al sector salud en sus procesos de Transformación y migración a la nube.

En palabras de Julio Velázquez, gerente de Google México: “México es un semillero de talento, es el sexto lugar en formación de profesionales contratados en el exterior, y hoy en Google está abriendo oportunidades para formar ese talento y contratarlo”.

Eduardo López, presidente de Google Cloud para América Latina, señaló que la firma abrirá un Centro homólogo en Argentina, reforzando así las inversiones que la marca ha hecho en la región los últimos años, y con las cuales buscan posicionarse en el mercado, estar cerca del cliente y darles una mejor experiencia en sus procesos de transformación, así como fomentar el talento regional y promover la creación de empleos.

Para el Centro de Soporte Global en México ya se contrató personal de ventas para llevar soluciones de industria a los clientes; no obstante, la empresa sigue en búsqueda de ingenieros en cibernética, ciencias de datos, entre otras ramas técnicas, para entregar servicios con foco en el cliente.

Velázquez señaló que desde este centro se dará también atención a los partners cuyos clientes tengan algún requerimiento.

Los invitó a ver esta inversión como un complemento a la cadena de valor, pues aseguró que la empresa no les quitará clientes ni tampoco la autoridad para configurar ellos mismos sus proyectos, pero sí respaldarán el día a día de sus clientes en caso de alguna falla.

En un afán de crear sus propios talentos en Google Cloud, la empresa trabajará en alianza con 50 universidades de la región para formar personal que conozca la oferta de servicios de Google y pueda, al concluir sus estudios, unirse a la plantilla de empleados de alguno de estos dos Centros de Soporte Global de la región.

López dijo que, en 2020, la empresa hizo un proyecto de entrenamiento de minorías para habilitarlas en el desarrollo de aplicaciones en Brasil; los siguientes meses se replicará en otros países de Latinoamérica, incluyendo México. Con este ejercicio Google busca generar un impacto social en las comunidades en las que trabaja.

Finalmente, Google lanzó el programa Grow With Google para dotar de habilidades técnicas en Cloud, así como habilidades blandas a mujeres, a fin de construir espacios de trabajo más diverso y acortar la brecha de género aún existente en México.



ESTUDIO SOBRE EL USO DEL INTERNET EN MÉXICO

En total son 86.8 millones los usuarios de Internet en México, de ellos, el 66% utiliza internet para acceder a Redes Sociales, sólo 5% lo emplea para comprar bienes en línea.

Estos datos son los resultados del 17° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México, realizado por la Asociación de Internet MX, que identificó que el 56.9% se conecta todos los días por igual.

Si se desglosa el uso del internet de estos usuarios, además del dato referido correspondiente al 66% destinado a las redes sociales, tenemos:

- El 26.5% utiliza su acceso a Internet para consultar y enviar mensajería instantánea.
- 17.8% para enviar y recibir mails
- 15.3% para ver películas y series
- 15.1% para escuchar música
- 8.8% para utilizar mapas
- 7.1% para participar en videoconferencias
- 2.6% para comprar bienes en línea
- 2.4% para comprar comida o el supermercado.

En el año de pandemia, las actividades relacionadas con la tele-educación y teletrabajo han incrementado conocimiento por parte de los usuarios.

El estudio de la Asociación de Internet MX encontró que 2 de cada 10 usuarios realizan la compra de un producto del cual vieron publicidad en línea. De los 2375 encuestados, el 34.1% de los usuarios que realizan compras, sigue prefiriendo ir a la tienda física.

Eso supone una ventaja competitiva para aquellos establecimientos que cuentan con modelos de negocios híbridos.

La mitad de los internautas pasa más tiempo conectada entre las 16 y las 21 horas, mientras que el 28.2% reportó conectarse a internet todo el día por igual.

Durante el 2020 y como consecuencia del confinamiento, los usuarios de internet tuvieron el mayor crecimiento observado en los últimos 5 años. La población de 6 años o más que se conecta a Internet representó el año pasado al 76.3% de los habitantes del país.

La accesibilidad en precios y el amplio catálogo de Smartphones disponibles ha permitido que se posicionen como el dispositivo de conectividad de mayor adopción. La computadora es el dispositivo más completo para explotar capacidades de internet, sin embargo, altos costos inhiben su completa adopción en México.



PARAGUAY

CALL CENTER ORGANIZA LA VACUNACIÓN CONTRA EL COVID-19 DE LOS ADULTOS MAYORES

Desde la Dirección de la Región Sanitaria de Central anunciaron que saldrán a vacunar a adultos desde los 60 años en adelante que están encamados y que fueron registrados para ser inmunizados.

Iniciaron las personas que se inscribieron al call center y son de Central, contarán además con el apoyo de las brigadas de la Secretaría de Emergencia Nacional (SEN) Paraguay que visitan casa por casa. Durante la semana los interesados recibirán una llamada gratuita para confirmar el día en que serán vacunados.

Las brigadas ya están reorriendo las ciudades de Areguá, Capiatá, Villeta e Ypané.

Ha sido fundamental el proceso de registro a través del call center para organizar a todos los adultos mayores como prioritarios para iniciar el proceso de vacunación contra el coronavirus. A través del propio call center se pueden hacer las consultas de quienes tengan alguna duda respecto al proceso a realizar o al centro de vacunación asignado de acuerdo a la zona de residencia.

Una vez contactado el adulto mayor para confirmar la cita para la vacunación un día antes de realizarse, resta al adulto mayor acudir a la hora y lugar acordados para realizar el proceso de vacunación que inducirá anticuerpos para contar con mayor fortaleza ante los embates del covid-19.

El proceso se irá extendiendo por todas las ciudades y pueblos de la nación guaraní.



SECRETARÍA DE
**EMERGENCIA
NACIONAL**

Adultos mayores paraguayos de más de 75 años que se agendaron para recibir las vacunas contra el COVID-19 a través de un call center, empezaron a acudir a los centros de vacunación de sus zonas de acuerdo a la terminación de su número de cédula



CALLCENTER



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DE HONDURAS



INSTITUTO NACIONAL
DE MIGRACIÓN



CALLCENTER

HONDURAS

CALL CENTER DEL INM ATIENDE ENTRE 350 Y 500 LLAMADAS DIARIAS

Entre 350 y 500 llamadas diarias atiende el personal del Call Center del Instituto Nacional de Migración (INM) de Honduras, con el apoyo de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) en servicio de la ciudadanía.

Este servicio funciona desde el 6 de diciembre de 2019 y es un centro asistencial telefónico especializado que ofrece atención de calidad, genera experiencias positivas al usuario, tanto nacionales como extranjeros.

El call center 2232- 7800 refleja un promedio diario de llamadas de 350 a 500 atenciones, las que ya suman 25,650 en tan solo 2021. Bajo la dirección de la Gerencia de Comunicación e Imagen, el Call Center inició operaciones en 2019 y se ha convertido en un servicio útil que da respuestas a 116,320 usuarios que han llamado en busca de información.

A raíz de la emergencia sanitaria decretada por el Gobierno de la República en marzo de 2020 por la pandemia de Covid-19, en particular por las restricciones de movilización, el INM también puso en marcha el servicio "Outbound", con el que se realizan llamadas de seguimiento ciudadano, escalando consultas e interrogantes a las diferentes áreas de la institución, brindando respuestas y un servicio oportuno.

Las atenciones en el Call Center inician a las 8:00 A.M. y finalizan a las 5:00 PM de lunes a viernes. Un equipo bilingüe de asesores aclara y da respuestas a las consultas que los ciudadanos realizan.

COLOMBIA

APP CONECTADA
A UN CONTACT
CENTER#NuevaAppDIAN
Versión 2.0

Una nueva manera de hacer tus **trámites tributarios** y de disponer de los servicios e información que la entidad le brinda a toda la ciudadanía.

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (Dian) ha puesto a disposición de todos los ciudadanos la App DIAN, una herramienta virtual por medio de la cual se podrán autogestionar trámites a través de cualquier dispositivo móvil.

El usuario podrá descargarla en su tablet o celular y hacer uso de ella en cualquier momento y lugar. Esta dirigida a personas naturales con obligaciones fiscales, declarantes, contribuyentes, personas que representan o están vinculadas a personas jurídicas y en general a todas personas nacionales o extranjeras que requieran actuar con la Dian.

La App permite tener comunicación con uno de los agentes de servicio del Contact Center y realizar el registro, ampliación o desistimiento de una petición, queja reclamo y/o denuncia.

Entre los trámites que posibilita esta herramienta están:

Hacer la Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT).

Generar el Instrumento de Firma Electrónica (IFE), la cual está disponible para todos los ciudadanos y evita el desplazamiento a bancos para la presentación y pago de las declaraciones.

Consultar el estado de las devoluciones, ya sea por fecha o número de asunto.

Consultar un RUT a través del escaneo del código QR.

Visualizar un gráfico con el estado de las obligaciones tributarias.

Realizar la consulta de las facturas electrónicas por medio del escaneo del código QR.

Consultar si una persona tiene activa la responsabilidad como facturador electrónico en el RUT.

Visualizar los próximos vencimientos tributarios de acuerdo con el calendario tributario.

Descargar la información reportada por terceros de los últimos 5 años.

Cambiar al Régimen Simple de Tributación a partir de unas preguntas de validación (optar; dentro de los plazos establecidos para ello) o realizar la inscripción en el RUT en el Régimen Simple de Tributación si aún no están registrados ante la Dian.

Un call center con 1.500 empleos inicia la empresa Asurion (compañía global de soporte técnico) en el segundo semestre de 2021.

Funcionará en Bogotá, un nuevo centro de servicio de soporte técnico para sus clientes en Estados Unidos.

Veamos los aspectos relevantes de la puesta en marcha de este call center desde la perspectiva de Charity Chavez, directora de Operaciones de Asurion en el país latinoamericano:

¿Qué hace Asurion?

Es una compañía con sede en Estados Unidos, global, con más de 300 millones de clientes en el mundo. Somos los aliados de las marcas más grandes del área digital y para dispositivos. Damos servicios de soporte para que nuestros clientes puedan maximizar el uso de sus tecnologías.

Nuestra compañía le ayuda a la gente a usar mejor sus aparatos. Por ejemplo, si alguien tiene un teléfono celular y no está funcionando, nos contactan y nosotros le ayudamos. También ofrecemos servicios de seguros que pueden remplazar aparatos que se puedan averiar.

Somos expertos en servicio al cliente y tenemos representantes técnicos que ayudan a solucionar estos problemas.

¿Trabajan a través de las marcas reconocidas o tienen un relación directa con los clientes finales?

Nosotros no somos un BPO, sí tenemos alianzas con los nombres más grandes en digital y retail y somos un centro de servicios y atención a los usuarios. Tenemos contratos con los operadores principales.

¿Cuáles son las marcas aliadas en Colombia?

Lo que pasa es que este call center en Bogotá va a dar soporte a clientes en Estados Unidos. El perfil del candidato ideal para trabajar con nosotros va a ser un empleado que puede hablar inglés y español para ayudar a personas de allá.

¿Por qué eligen a Colombia para montar este call center?

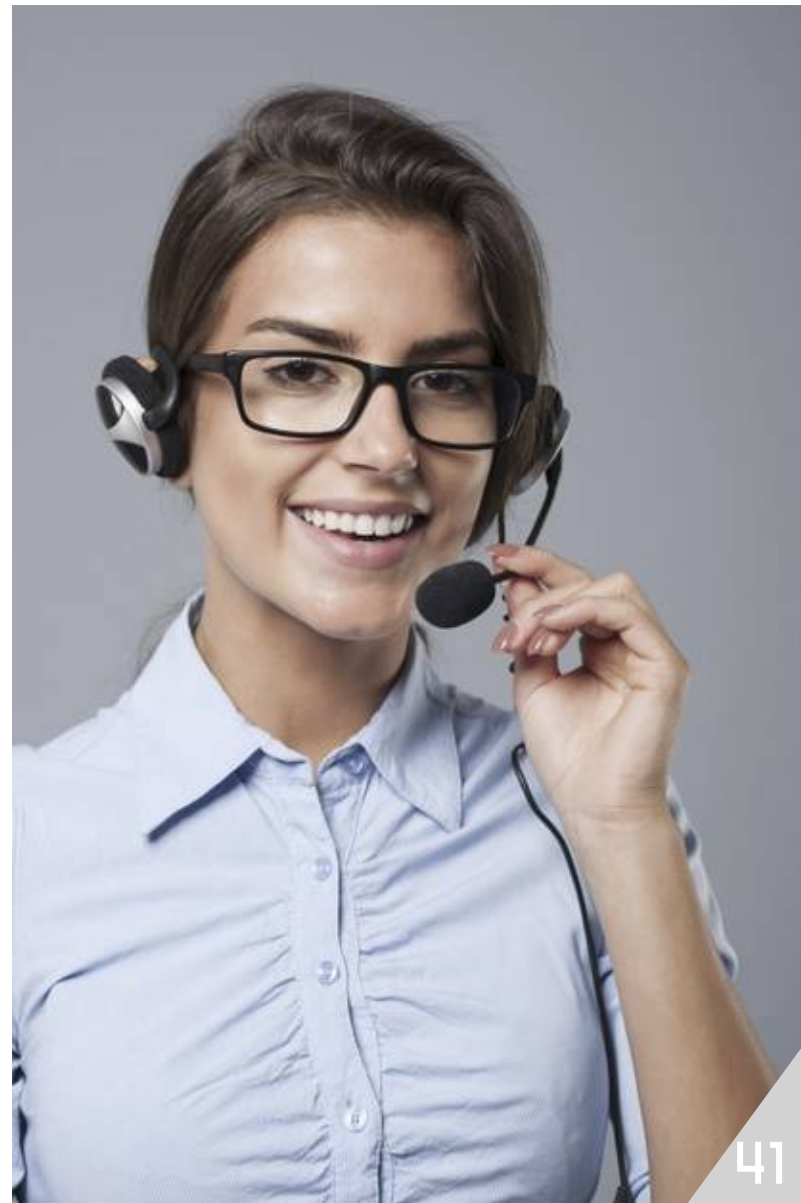
Hay muchas razones. La más importante es que nuestra base es construir una relación en la cual el cliente confíe en nosotros para resolver sus problemas. La amabilidad de la gente de Colombia y su fortaleza en el área de servicio al cliente fueron motivos importantes para elegir al país.

Adicionalmente, en la parte del idioma, el acento es más suave y más fácil de entender para nuestros clientes americanos y los colombianos son conocidos como buenos trabajadores. Por eso decidimos traer nuestra operación aquí.

COLOMBIA

CALL CENTER DE ASURION

asurion 



ARGENTINA

**32% DE INCREMENTO
A LOS TRABAJADORES
DEL SECTOR CONTACT CENTER**

Los trabajadores de los centros de contacto telefónicos tendrán un incremento del 32% a pagarse en tramos. Se tomará como base de cálculo para dicho incremento los valores de las escalas básicas convencionales vigentes al mes de mayo de 2021.

La Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicios (FAECYS) difundió el acuerdo salarial acordado en la paritaria 2021 para la Rama Centros de Contactos CCT 781/20 (Call Center). Se trata de un incremento del 32% calcado a la que la Federación había firmado semanas atrás con el resto de los empleadores de la actividad.

El acuerdo estipula en forma escalonada una recomposición salarial del 32% de los ingresos de los trabajadores sobre las escalas de las remuneraciones básicas del CCT N° 781/20. El incremento se cobrarán un 8 % a partir del mes de mayo, un 8 % a partir del mes de septiembre, un 8 % a partir del mes de enero de 2022 y un 8 % a partir del mes de febrero de 2022.

Se tomará como base de cálculo para dicho incremento los valores de las escalas básicas convencionales vigentes al mes de mayo de 2021.

Por otra parte, el gremio convino con la cámara empresaria "de manera excepcional y extraordinaria, por única vez y exclusivamente por el plazo de vigencia del presente acuerdo colectivo, establecer una contribución adicional y solidaria a cargo de los empleadores incluidos en este acuerdo colectivo, equivalente a la suma de \$ 300 mensuales, por cada trabajador".

Esos fondos deberán ser declarados e ingresados a OSECAC, obra social gremial, mediante sistema informático de pago especial para robustecer el armado financiero de la institución en pandemia.

El esquema es de coordinación de precios y salarios con el cierre de paritarias para que estuvieran en línea con el nivel de pauta inflacionaria, del orden del 29%.

**FAECYS****FEDERACIÓN ARGENTINA DE EMPLEADOS
DE COMERCIO Y SERVICIOS**

LOS MEJORES EMPLEOS DE CALL CENTER EN UN SOLO LUGAR



CALL CENTERS EN EL CARIBE COLOMBIANO CREARÁN MÁS DE 4.000 EMPLEOS EN LOS PRÓXIMOS MESES

La llegada de nuevos actores y el crecimiento de BPO en el Caribe, ha generado un aumento de 25,8% en los empleos de la región.

El balance del sector de BPO o tercerización de servicios fue positivo en 2020 al generar 20.000 nuevos empleos, lo que se tradujo en una oferta de plazas de trabajo 25,8% superior a la del año anterior.

ProBarranquilla mencionó que en una encuesta realizada a 17 de las 29 empresas BPO de la ciudad se demostró que se requiere contratar para 36.612 nuevos empleos y que este sector, de los cuáles hay un gran potencial en la zona, ya que en promedio, maneja una rotación de 3,5% en el personal, menor a la media nacional, 8,4%.

Según la entidad, "el Atlántico tiene 5% de los empleos de BPO del país, lo cual lo hace un mercado no saturado. Mientras que Bogotá tiene 43% y Antioquia 16%". Además se espera la expansión de algunos BPO instalados genere 3.000 nuevos puestos y el ingreso de nuevas empresas del sector a la ciudad que aporten otros 1.000.

Lean Staffing Solutions es una de las compañías que encontró una base de nearshoring en la región, estableciendo operaciones satélites en Cartagena y Barranquilla. Aunado a su operación en Santander, esta estadounidense ha creado 50 vacantes de 200 que espera lograr en el resto de 2021.

Por otro lado, de los 11.000 puestos de trabajo que espera crear Sitel Group, más de 1.000 estarían en Barranquilla, ciudad en la que abrió una nueva locación denominada 'Maxhub', un centro de trabajo colaborativo híbrido, para formar y desarrollar empleados, afirmó Eduardo Endo, gerente para Sitel Colombia.

Al Caribe también llegó Majorel, de origen español, que abrió operaciones en Barranquilla, sede que se suma a Bucaramanga. Con la apertura, buscarán generar 500 posiciones laborales, que apoyen la gestión tanto para clientes locales, como para mercados en Europa, Latinoamérica y Norte América.

El aporte de este segmento a la reactivación es claro en ciudades como Barranquilla.

El gremio que reúne a las empresas de BPO, BPro, reveló que este sector tiene una participación estimada de casi 3% del PIB y para 2021, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo tiene la meta de llegar a exportaciones por US\$880 millones.

Para alcanzar la meta, Barranquilla y Cartagena se perfilan como piezas clave; las dos están dentro de las 10 ciudades que más resaltan en este renglón, según ProColombia.

Destaca el sector de los call y contact centers donde las empresas de BPO reclutan empleados mes a mes para sus operaciones.



CIBERSEGURIDAD Y TRABAJO REMOTO EN CHILE

Los retos en materia de ciberseguridad motivados por la adopción de modelos de trabajo externo como una consecuencia de la pandemia y las diferentes medidas de aislamiento preventivo, provocaron importantes desafíos para garantizar el acceso remoto a los recursos y la información en las empresas.

Los trabajadores remotos son un eslabón vulnerable a sufrir ciberataques debido a dos factores principales; primero, porque no cuentan con la capacitación suficiente para hacer su actividad de manera segura, y segundo, debido a que las organizaciones tuvieron que reaccionar de manera prematura y no disponían de la tecnología necesaria para extender el perímetro hasta la casa de los colaboradores de una manera segura y simple.

Las empresas ajustaron sus estructuras para permitir a sus equipos de trabajo el acceso remoto; pero estas medidas causaron dificultades como la incorporación de latencia y fricción al usuario final. Justamente este problema lo afrontó uno de nuestros clientes en Chile, y que al ser una organización con servicios de Call Center, tuvo que habilitar a sus agentes para que pudieran llevar a cabo sus comunicaciones desde las casas.

Veamos algunas recomendaciones:

Implementar una solución de Perímetro Definido por Software (SDP):

Es la arquitectura de conexión más moderna y como característica principal facilita la

adopción de la nube. Su estrategia se enfoca en la identidad del usuario, en vez de la tradicional dirección IP, obteniendo así, mejores resultados de seguridad para los usuarios y simplificando la operación de los administradores de la infraestructura.

Adoptar tecnología Zero Trust:

Ante el cambio en los modelos de trabajo, los equipos de seguridad en las organizaciones deberían implementar el principio basado en el concepto de: nunca confiar y siempre verificar.

Mejorar el proceso de autenticación:

Es necesario un control que combine biometrías de comportamiento con el análisis contextual de dispositivos como pueden ser: Tokens, Push, huellas digitales, QR y Reconocimiento Facial, llegan a tener hasta un 91% más de precisión.

Filtración de datos:

Con el teletrabajo las organizaciones adoptan el uso de plataformas virtuales para realizar reuniones con sus equipos y clientes, y este tipo de comportamientos son aprovechados por los cibercriminales para sus ataques.

Las empresas y sus equipos de seguridad tecnológica tienen el reto de actuar a la misma velocidad que evoluciona el cibercrimen, y la única manera realmente efectiva para lograrlo es si entiende cuándo y cómo su organización se relaciona con sus activos más sensibles y para esto resulta fundamental controlar quién hace qué, dónde, cuándo y cómo lo hace.



WOMENPRENEUR DIGITAL HUB, LA NUEVA PLATAFORMA PARA MUJERES EMPREENDEDORAS EN LA REGIÓN MENA



Womenpreneur Digital Hub

Para luchar contra el patriarcado, el liderazgo femenino debe desarrollarse en el sector digital. Esta es la convicción de Womenpreneur Initiative, una organización sin ánimo de lucro creada en Bruselas en 2016 por la marroquí Sana Afouaiz, que puso en marcha, el pasado mes de marzo, en colaboración con la Academia de Emprendimiento de SANAD, el Womenpreneur Digital Hub, un centro digital para mujeres emprendedoras en la región MENA.

¿Cómo surgió la iniciativa Womenpreneur Digital Hub?

En tiempos normales, sin una pandemia, con mi equipo invertimos en el campo, ya sea en Bélgica o en otros países, desde la región MENA hasta el Medio Oriente, para apoyar a las mujeres emprendedoras ofreciéndoles espacios de intercambio y soluciones para fortalecer su habilidades. El Covid-19 lo cambió todo. Como muchos, tuvimos que adaptarnos muy rápidamente para permanecer presentes junto a nuestra comunidad femenina. Además, lanzamos rápidamente sesiones de capacitación en línea. Luego realizamos una encuesta interna para conocer las expectativas de nuestros beneficiarios. Resultados: algunos buscaban apoyo psicológico en este delicado período, otros se capacitan para desarrollarse en digital o para recopilar la mayor cantidad de conocimientos posible a fin de estar mejor equipados para encontrar un trabajo al final de esta pandemia.

Concretamente, ¿cómo funciona Womenpreneur Digital Hub?

Womenpreneur Digital Hub es un centro digital para mujeres emprendedoras. Además, en la plataforma, hay formación en educación

financiera, herramientas tecnológicas y habilidades emprendedoras. Es posible realizar cursos de árabe, francés e inglés de forma gratuita. También ofrecemos talleres de apoyo psicológico y bienestar. En la plataforma, también hay un blog práctico en el que se brindan consejos para una comunicación digital exitosa, encontrar trabajo, etc. Womenpreneur Digital Hub es también un intercambio de experiencias y una importante libreta de direcciones.

¿Qué tan fuerte es tu plataforma?

Para mí, Womenpreneur Digital Hub es una prueba de solidaridad en un momento en el que el mundo se ve sacudido por una crisis sin precedentes causada por Covid-19. Se trata de democratizar el acceso a los recursos, la formación y las redes profesionales, sin compensación. En mi opinión, es nuestro deber apoyar más a nuestros beneficiarios en este período ante el terremoto económico. ¡En la región de Mena, la mitad de las personas que han perdido su trabajo debido a la pandemia son mujeres!

Desde su lanzamiento, ¿cuál es su valoración de su iniciativa?

¡Hoy, tenemos 300 embajadores en la región de Mena, 3,000 miembros y 48,000 visitas a nuestro sitio todos los días! Nuestros beneficiarios son mujeres de todas las edades y de todas las categorías sociales. Tenemos miembros que han perdido el trabajo, jóvenes emprendedoras, empresarias que quieren crecer y estudiantes preocupados por la inestable situación económica provocada por la pandemia. Las mujeres más activas en nuestra plataforma provienen de Marruecos, seguidas de Túnez, Líbano, Jordania y Egipto.



TELECOMUNICACIONES 5G GARANTIZARÁ "UN FUERTE BOOM" EN LOS USOS DIGITALES

5G es una tecnología disruptiva que garantizará "un fuerte auge" en nuevos usos y servicios digitales en varias áreas, dijo recientemente Khalid Ziani, experto marroquí en TI y telecomunicaciones.

Estos usos, de hecho, acelerarán la transformación digital en los campos de la agricultura, la salud, la educación y la defensa, subrayó el Sr. Ziani, durante un webinar organizado por "Economía-Empresas", bajo el tema: "5G, ¿lujo o necesidad?: Acelerador de la transformación digital".

En este sentido, señaló que el 5G permitirá un repunte muy significativo en las velocidades para hacer frente a la mayor demanda de ancho de banda, que está creciendo en el sector de telecomunicaciones, dijo, desde más del 40% anual y en particular durante la pandemia, además de reducir al mínimo el tiempo de latencia.

Según Ziani, esta tecnología es más que solo proporcionar un rendimiento mejorado para el uso que beneficia a las personas.

Es especialmente útil para las empresas y para el desarrollo económico, ya que "todo el mundo se está cambiando a lo digital: educación, salud, etc."

"Tecnológicamente hablando, Marruecos debe ponerse en marcha para no aislarse del

resto del mundo y no desfasarse", argumentó.

Por su parte, Nasser Kettani, cofundador de "Hidden Clouders" observó que los retos del 5G van mucho más allá de los simples usos para los particulares, precisando que en paralelo con los desarrollos tecnológicos, las necesidades de las empresas siguen multiplicándose, de ahí la necesidad de adaptar tecnologías.

Lejos de reducirse a una simple evolución de 4G, la quinta generación de red móvil promete ser una tecnología capaz de permitir la transferencia de volúmenes de datos más masivos en diferentes áreas, señaló.

En la misma línea, Bassim Bennani, Chief Marketing Officer África de Nokia, enfatizó la capacidad del 5G para empujar los límites de la tecnología para poder alcanzar alta velocidad y, por lo tanto, la posibilidad de tener robots pilotados orquestados por computadoras sin "contar con la intervención humana".

En opinión del Sr. Bennani, este verdadero "motor de la economía" permitirá ante todo el surgimiento de nuevas aplicaciones además de ofrecer nuevas perspectivas a las empresas permitiéndoles ser más productivas y promover métodos de sus herramientas estratégicas a todos los dispositivos móviles.

SEGÚN EL BARÓMETRO DE REDES SOCIALES DE SUNERGIA: EL 79% DE LOS MARROQUÍES USAN WHATSAPP TODOS LOS DÍAS



Los marroquíes son grandes usuarios de las redes sociales. El 84% de ellos usa WhatsApp en 2021 y el 79% lo usa a diario, según el barómetro de redes sociales del Grupo Sunergia.

En las zonas urbanas, esta tasa supera el 90%. En cuanto a Facebook, a principios de 2019 ya tenía una tasa de uso del 57% en Marruecos.

En 2021, casi 3 de cada 4 marroquíes lo usan habitualmente y, por lo tanto, también se encuentra en todos los segmentos de la población pero con un efecto de edad más pronunciado, subraya este estudio y agrega que donde el 58% de las personas mayores (65 años y más) usan WhatsApp, solo el 27% de ellos están en Facebook.

"Si WhatsApp puede considerarse un sistema de mensajería, este no es el caso de Facebook que, por tanto, sigue siendo la red social líder en Marruecos con una mayoría de la población que lo consulta todos los días", informa la misma fuente.

Comparación que hace Facebook No discriminar mucho más que WhatsApp a personas sin estudios. De estos, 1/4 lo usa y la mayoría de ellos todos los días. En cuanto a Instagram, el 48% de los marroquíes lo usa y el 28% lo usa todos los días. "Como WhatsApp, e incluso si las marcas son bastante distintas, Instagram también pertenece al gigante californiano Facebook. Con su aumento de 14 puntos en comparación con el año pasado, en realidad es un aumento del 50% que debería verse aquí".

"Las similitudes con Insta no se detienen ahí, ya que Snapchat también da la bienvenida a una población joven y femenina, pero el fenómeno es aún más fuerte aquí con un 75% de mujeres", especifica la misma fuente. Por su parte, TikTok es utilizado por el 14% de los marroquíes, el 8% de los cuales lo utiliza a diario.

LinkedIn es visitado por el 12% de la población (el 6% lo usa todos los días) mientras que Twitter solo interesa al 5% de los marroquíes, de los cuales el 2% lo consulta todos los días.

orange™

orange™

ORANGE MAROC RECOLECTA 40 MILLONES DE CLICS SOLIDARIOS PARA "KHATWAT KHIR"

"Khatwat khir", que está llegando a su fin, es ahora un éxito. Iniciada por la Fundación Orange, con la filial del operador en Marruecos, esta operación solidaria, que tiene como objetivo promover la inclusión digital y dar a conocer esta causa, da sus frutos.

"Gracias al compromiso de los marroquíes y su generosidad, se acumularon así 40 millones de clics en la plataforma, lo que corresponde a un total de 400.000 gigas de conexión a internet a distribuir. En total, 4.000 jóvenes y niños desfavorecidos pudieron equiparse con dispositivos conectados, precargados con 100 gigabytes de datos, lo que les permitirá beneficiarse de una excelente capacidad de conexión durante un año", explica el operador.

Como da la bienvenida Orange Maroc, la iniciativa ha despertado el entusiasmo del público, que se registró en grandes cantidades en la plataforma dedicada y materializó su compromiso con un simple gesto de clic.

"Cada clic realizado dentro del tiempo asignado de 10 segundos siendo convertido por la Fundación Orange en 10 MB de conexión a Internet para ofrecer", agrega la misma fuente.

Se trata de 40 empleados de Orange, de todos los departamentos y entidades de la empresa, que, a lo largo del mes de Ramadán, recorrieron el Reino en las regiones de Ait Ourir, Essaouira, Khénifra, Salé y Casablanca para acudir al encuentro de beneficiarios federados por la cuatro asociaciones de relevos: Asociación Marroquí para el Deporte y el Desarrollo, Marocains Pluriels, Food Bank y Chorouq.

Además de la distribución de 3.000 tabletas y 1.000 teléfonos inteligentes precargados con datos, los voluntarios de Orange realizaron talleres de sensibilización dentro de las asociaciones sobre los buenos usos de la tecnología digital y la protección de los datos personales y los derechos de imagen, permitiendo a los beneficiarios aprovechar al máximo la tecnologías a su disposición, con total seguridad.

Entonces, Orange Maroc responde plenamente a los retos ligados a su posición como operador comprometido y responsable, y se posiciona como líder en innovación en tecnologías de la información y la comunicación.



MÁS DE UN TERCIO DE LAS PC EN MARRUECOS UTILIZAN SISTEMAS OPERATIVOS OBSOLETOS

El uso de sistemas operativos obsoletos es elevado en Marruecos.

Según Kaspersky, el 34,8% de los usuarios todavía tiene Windows 7, que no ha sido compatible con Microsoft desde enero de 2020, en comparación con un promedio global del 22%. El 38,7% de los particulares, el 23,3% de las pymes y el 40,3% de las muy pequeñas empresas siguen utilizándolo. Estos últimos no cuentan con equipos de TI internos dedicados a su ciberseguridad.

“En la actualidad, las empresas aún pueden beneficiarse del soporte extendido y pago para la versión 7, pero esto implica costos adicionales para una oferta que será limitada en el tiempo”, dijo el especialista en ciberseguridad. Además, el 37% de las PC en Marruecos siguen funcionando con un sistema operativo Windows obsoleto que ya no es compatible con el editor.

A nivel mundial, menos del 1% de los consumidores y empresas todavía utilizan sistemas

operativos como Windows XP y Vista, cuyo soporte finalizó en 2014 y 2017, respectivamente. Sin embargo, incluso si estos sistemas operativos continúan funcionando, son un objetivo más fácil para los piratas informáticos porque ya no se actualizan. Por tanto, un sistema operativo al final de su vida presenta riesgos. Conocerlos ayuda a proteger a los usuarios y las organizaciones.

En esta nota, Kaspersky recomienda primero usar una versión actualizada del sistema operativo y asegurarse de que la función de actualización automática esté activada.

En el caso de que no sea posible instalar las últimas actualizaciones, “las empresas deben tener en cuenta este vector de ataque en su modelo de seguridad y separar los nodos vulnerables del resto de la red”, advierte el especialista.

Finalmente, Kaspersky recomienda utilizar tecnologías de prevención de exploits, como Kaspersky Security Cloud.

LOS MARROQUÍES MANEJAN CADA VEZ MENOS EFECTIVO

La locura de los marroquíes por las tarjetas de pago está creciendo. Ya sea en línea o en TPE, el cambio en el comportamiento de compra es evidente. A finales de abril, las transacciones con tarjetas marroquíes alcanzaron los 12 mil millones de DH, y 2,33 mil millones de DH cambiaron de manos en la Web.

Asimismo, los pagos "sin contacto" están ganando terreno. En general, los indicadores de actividad de pago electrónico del Reino son verdes.

Casi 12 mil millones de dirhams. Este es el volumen de transacciones durante los primeros 4 meses de 2021 realizadas con tarjetas de pago marroquíes. ¿Es esto una consecuencia de la pandemia de Covid-19 y el deseo de manejar menos efectivo o es consecuencia de una mayor adopción de las tarjetas como medio de pago?

Las cifras proporcionadas por el Centre Monétique Interbancaire no aclaran este punto, pero son inequívocas. En los primeros 4 meses de 2021, se realizaron más de 30,8 millones de transacciones a través de tarjetas de pago marroquíes, lo que representa un aumento del 28,2% en comparación con el mismo período de 2020. Al mismo tiempo, el importe liquidado pasó de 9.720 millones de dirhams a 11,95 mil millones de DH, un aumento del 22,9%.

¿Más práctico el "contactless"?

El desarrollo del pago sin contacto ha pasado por esto. De hecho, los pagos "sin contacto" representan el 26,2% del total de transacciones y el 12% de los importes abonados con tarjeta.

La "canasta media" liquidada sin contacto alcanzó, de enero a abril de 2021, unas 177 DH. Por tanto, es el desarrollo de esta tecnología, que al simplificar el proceso de pago, ha permitido democratizar aún más el pago con tarjetas.

Pago en línea crece

El pago en línea explota contadores: + 40,4% en valor durante el período. No es menos de 2,33 mil millones de DH lo que cambió de manos en la Web. Pero es sobre todo el número de transacciones el que avanza intensamente: +64,1% hasta 5,8 millones. También en este caso, la cesta media cae durante el período considerado, es decir, 401 DH. Esta fuerte proximidad entre el importe medio pagado globalmente y el pagado en Internet tiene varias consecuencias: el consumidor marroquí tiene ahora confianza en los pagos online y acepta comprar bienes y servicios de valor cada vez más reducido.

El comercio en línea se está afirmando ahora como un competidor real del comercio tradicional. Como era de esperar, los pagos con tarjetas extranjeras para este primer trimestre de 2021 están a media asta en comparación con el mismo período del año pasado.

Por lo tanto, se trata de comparar un período en el que las fronteras están cerradas y / o las entradas están drásticamente controladas con un período en el que los viajes aéreos aún eran relativamente simples. Naturalmente, las transacciones cayeron un 53,7% en volumen y un 65,7% en valor. Así, estas tarjetas extranjeras pagaron 1,19 mil millones de DH frente a 3,49 mil millones de enero a abril de 2020.



EDUCACIÓN DIGITAL EN MARRUECOS TERRENO FÉRTIL PARA UNA EDUCACIÓN 4.0

La educación digital se ha convertido en un elemento básico en una sociedad en red. Marruecos, que no es una excepción a la regla, tiene a su vez importantes ventajas para acelerar el desarrollo de la escuela digital, atestigua el Director de Marketing de Huawei Marruecos, Chakib Achour.

"Ya bien ubicado en el tren de la economía digital, el Reino debe acelerar la formación de habilidades digitales", dijo el Director de Marketing y Estrategia de Huawei Marruecos, Chakib Achour, durante su intervención en el webinar titulado "Educación para la era digital: desafíos y perspectivas".

Luego agregar que "170 países están ahora comprometidos con una estrategia digital. Entre los más avanzados: Alemania, que quiere convertirse en líder en Industria 4.0 en 2025, o Arabia Saudita, que tiene una ambiciosa estrategia digital, especialmente en términos de IA para 2030". "Hoy, un aumento del 20% en las inversiones digitales permite a cada estado aumentar su PIB en un 1%", dijo.

LA ESCUELA DIGITAL, UN PROYECTO EN AUJE

La escuela digital aporta ventajas considerables en la difusión de conocimientos y el fortalecimiento de habilidades.

Abdelilah Kadili, presidenta fundadora de la Fundación Tamkine, dijo a este respecto que, dado que la educación se colocó como una segunda prioridad nacional, la escuela digital ofrece importantes oportunidades para una mejora cualitativa sustancial de la educación en Marruecos.

El presidente fundador de Tamkine agregó que al ser la integración transformadora de las TIC, la Fundación estaba trabajando a través de sus programas y a través de las soluciones digitales desarrolladas por ella para su implementación, para involucrar activamente a todos los componentes de la ecuación transformadora y paliativa. Según él, se trata de educandos, padres, docentes, inspectores, administración educativa, funcionarios del sector, componentes de la sociedad civil, instituciones y organi-

zaciones públicas y privadas en relación con el sector o involucrados en su dinámica.

PONENTES DE TODO EL MUNDO

Este webinar reunió a oradores marroquíes, belgas, franceses y canadienses que vinieron a compartir sus experiencias, conocimientos e iniciativas en educación digital. Un encuentro que reunió a Sabah Zakhnini, directora de la Fundación Tamkine para Europa, Noëlle Paré, SG African Development Forum, Ansi Harford de la African Leadership Academy, Fathia El Bayid, presidente de la Fédération Maroc France Influence (FMFI), Ahmed El Khadimi, presidente de SUP MTI, Marruecos, Mohamed Tricha, jefe del servicio de medicina física y rehabilitación del Centro Nacional de Rehabilitación y Neurociencias (CNRN), Said El Mejdani, profesor y ganador del Premio Nacional de Excelencia y educación en la enseñanza en Canadá, Rabia El Gharbaoui, directora del Centro de Estudios e Investigaciones en Educación de la Fundación y Selma Regragui.





Troncal Voip)))

COMUNICACIONES AL
ALCANCE DE TODOS

WWW.TRONCALVOIP.COM

CUANDO LO DIGITAL SEDUCE A LOS ANUNCIANTES

Las inversiones publicitarias aumentaron considerablemente durante la primera mitad del mes de Ramadán con más de 530 millones de dirhams invertidos en los distintos medios. El canal digital es el más popular para los anunciantes.

El mercado de la publicidad parece estar cobrando impulso en los medios. Las últimas estadísticas de Imperium, que se especializa en monitorear las tendencias publicitarias en Marruecos, lo confirman ampliamente y deberían poner una sonrisa en el rostro de algunos gerentes de ventas.

Las inversiones publicitarias alcanzaron los 536,5 millones de dirhams durante los primeros quince días del mes de Ramadán, frente a los 370,5 millones del mismo período de 2020.

El canal digital es el más popular para los anunciantes con un pico exponencial del 354,5%, en comparación con otros medios, dice el informe, que destaca que las cantidades inyectadas en la prensa aumentaron en un 59,5%. La televisión y la radio también se vieron bien estropeadas con incrementos respectivos del 51% y 42% en las inversiones, seguidas de la publicidad.

TELECOM, EL INVERSOR LÍDER

También encontramos este mismo trío en el

segmento de participación de mercado, donde la televisión mantiene su liderazgo con el 64% de las acciones, seguida de las vallas publicitarias (19%) y la radio con el 11,2%. La prensa escrita y digital comparten el resto, con porcentajes respectivos del 4,5% y 1%.

El sector de las telecomunicaciones es el primer inversor con una dotación de 118 millones de dirhams, un incremento del 26%. La alimentación ocupa el segundo lugar con 92 millones de dirhams (+ 78,6%), seguida del sector bancario y de seguros, que desembolsó 53 millones de dirhams.

Impérium también ha observado importantes incrementos en otros sectores como la ofimática y las tecnologías de la información (+ 1.684,5%), seguros y finanzas (+ 272,4%) o mobiliario y decoración (+202,7%). Una mejora que contrasta con los datos negativos de inmobiliario (-68,5%), cultura y ocio (-58%) y administraciones (-29,5%).

En general, casi todos los sectores han invertido más que durante el año pasado, señala. Otro punto positivo en el mercado publicitario es el incremento en el número de anunciantes, que fueron 625 durante el primer semestre de Ramadán, frente a 578 durante el mismo período en 2020. 90 de ellos prefirieron comunicarse por televisión (+29), especifica el gabinete.



COMERCIO ELECTRÓNICO: ¿UNA FATALIDAD PARA LA SUPERVIVENCIA DEL COMERCIO MARROQUÍ?

Hoy en día, lo digital representa la economía más poderosa del mundo. Solo hay que fijarse en los GAFAM que captan las mayores capitalizaciones globales, valoradas en montos superiores al PIB de las grandes potencias mundiales como Japón, Alemania o Francia. El peso de lo digital en el mundo es mayor desde el año pasado.

La transformación de los usos de los consumidores y comerciantes requiere que 2020 y 2021 sigan siendo, sin duda, años fundamentales para el mundo del comercio electrónico.

La aceleración de la digitalización del comercio ya no se asimila a un lujo ni a un "capricho de geek". El "marketing electrónico" de su negocio hoy en día es parte de su supervivencia, con el fin de esperar seguir creando valor.

En Marruecos, es cierto que desde la crisis sanitaria, los internautas son menos reacios a pagar online con sus tarjetas bancarias. Según las cifras de CMI, la actividad habría batido todos los récords en comparación con años anteriores: se registraron 10 millones de transacciones en línea equivalentes a 4,3 mil millones de MAD durante los primeros 9 meses de 2020, un 48% más en comparación con el mismo período de 2019.

Pero estas cifras no son realmente significativas, en el sentido de que "el Reino se encuentra todavía en su etapa de emergencia. En comparación con el PIB del comercio minorista en general, el peso del comercio en línea se estima entre el 1 y el 2%. Este ratio ronda el 6% en otros países

mediterráneos", anuncia el director de Comercio y Distribución del Ministerio de Industria, Comercio y Economía Verde y Digital, Rachid Sarrakh.

¿ESTAMOS RETRASADOS?

Todavía no hemos dado el paso digital. Hay una necesidad urgente, coinciden los expertos en este sector. Las marcas presentes en el mundo offline deben ofrecer sus productos online. "Si nuestros distribuidores minoristas no se posicionan en este mercado con urgencia, gigantes globales como GAFAM pronto invadirán el mercado marroquí y eclipsarán el comercio de todo un país", anuncia el CEO de Jumia Maroc, Larbi Alaoui Belrhiti.

No obstante, el terreno es lo suficientemente favorable para desarrollar el sector digital. Para nombrar solo estos elementos: Los esfuerzos de capilarización de la red en Marruecos son notables (mejor a nivel africano). Se están realizando mejoras en la infraestructura vial. El marco regulatorio es adecuado y se puede mejorar. Y los nuevos métodos de pago se están volviendo más democráticos (ejemplo de pago móvil).

En cuanto a la oferta electrónica marroquí, sigue siendo muy débil ante un consumidor que tiene esta necesidad de "encontrarlo todo en Internet". Por lo tanto, no es una coincidencia que el 60% de las compras de comercio electrónico realizadas en la región MENA, incluido Marruecos, se realicen en los llamados sitios extranjeros transfronterizos.



START-UPS MARROQUÍES, ¡BIENVENIDO A SUS APLICACIONES!

¡Start-ups marroquíes a sus aplicaciones! RATP Dev e INCO lanzan un premio dedicado a proyectos que promueven el desarrollo de la movilidad sostenible.

Emprendedores que operan en los sectores de movilidad inteligente (todas las innovaciones digitales, aplicaciones y sitios web que permiten un mejor movimiento y mejoran la calidad del movimiento de las personas en sus actividades profesionales y personales).

Movilidad verde (proyectos que tienen como objetivo hacer medios de transporte ecológicos).

Movilidad Rápida (proyectos que tienen como objetivo reducir el tráfico y la congestión en horas punta en grandes regiones) o movilidad inclusiva (proyectos que abordan el problema de la movilidad en zonas rurales / montañosas), participan con sus solicitudes a través del sitio: <https://inco-group.typeform.com/to/TPSeBfVy>.

Primero se preseleccionarán diez nuevas empresas, luego de una primera fase de examen de solicitudes. Serán elegidos en base a un análisis de los proyectos, su carácter

innovador, su modelo económico y su impacto. A continuación, un comité de selección en línea decidirá la startup ganadora del premio 2021.

Tenga en cuenta que los 10 finalistas se unirán a la 5ª promoción de la red "Sprint".

La empresa ganadora podrá, por su parte, participar en 3 eventos de ámbito internacional que tendrán lugar online y / o presencial, dependiendo de la evolución de las condiciones sanitarias, a saber, VivaTech en París, Futur.es en África en Casablanca. y la Cumbre de la Francofonía en Túnez.

Con el apoyo de la región de Île-de-France, RATP Dev, una subsidiaria del grupo RATP, y administrado por INCO, SPRINT apoya cada año a través de 9 incubadoras ubicadas en 8 ciudades: Abidjan, Argel, Antananarivo, Beirut, Casablanca, Dakar, Ereván. , Túnez - más de 300 startups con impacto en su desarrollo internacional, con el objetivo de apoyar a una nueva generación de emprendedores en el continente africano, que busca combinar eficiencia económica, creación de riqueza y fuerte impacto social y ambiental.



TÁNGER FUTURO PARAÍSO DIGITAL

¿Cuáles son las principales vitrinas digitales de Marruecos? Si Casablanca y Rabat son lo primero, están surgiendo nuevos territorios. Como tal, Tánger tiene todos los activos para convertirse en un paraíso digital.

“Con su infraestructura y conectividad regional e internacional, la metrópoli de Tánger podría situarse a la vanguardia de esta transformación digital que se acelera en el mundo post-Coronavirus y aprovechar al máximo los dividendos asociados a esta revolución”, explica el Instituto Marroquí de Inteligencia Estratégica (IMIS) en su último documento político publicado esta semana bajo el evocador título: "Tánger, futuro puerto libre digital del Mediterráneo?"

La publicación de este informe llega en un momento en el que la zona de negocios de Tanger Med acaba de comunicar sus resultados para el año fiscal 2020, un año marcado por una fuerte resiliencia frente a la crisis sanitaria. Prueba de ello es que durante el año anterior se desplegaron alrededor de un centenar de nuevos proyectos industriales, es decir, inversiones privadas de alrededor de 2.600 millones de dirhams. En cuanto a las seis zonas de actividad industrial, registraron una tasa de crecimiento de entre el 5 y el 10% en términos de producción.

En unas veinte páginas, el think tank marroquí elabora el inventario de la infraestructura de la ciudad al tiempo que ofrece una interesante visión de desarrollo. Implementar una capa de infraestructura intangible destinada a convertir a Tánger en un “puerto libre digital” en la encrucijada de los flujos comerciales físicos y digitales globales,

tal es la recomendación insignia del IMIS. Se trata sobre todo de una estrategia disruptiva basada en sinergias innovadoras que se podrían conseguir entre tres polos de excelencia: un polo logístico e industrial existente a consolidar, un polo digital a desarrollar y un polo financiero de nueva generación a construir alrededor. una bolsa panafricana de productos básicos "Bolsa de productos básicos Tánger-Nador".

CONSTRUYENDO UN ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN

Los autores de este informe indican que la tecnología blockchain sirve como un vínculo entre estos tres polos a través del desarrollo de "contratos inteligentes" para optimizar la cadena de suministro y el respaldo del mercado de valores.

Intercambios de criptoactivos respaldados por materias primas comercializadas. Y subrayar que la implementación de esta estrategia requiere invertir en la constitución de un ecosistema de innovación alrededor de la cadena de bloques, apoyándose en el tecnopolo emergente de Tanger Tech y en la red de instituciones proyectos de investigación existentes en la región y más allá, mientras se idean nuevos instrumentos de apoyo a la I + D y establecimiento de un régimen jurídico y fiscal para atraer las mejores competencias nacionales y mundiales.

Para IMIS, la realización de esta ambiciosa visión convertiría a Tánger en un centro de innovación que le permitiría consolidar su condición de centro logístico e industrial al tiempo que fortalece su conectividad y alcances tecnológicos, humanos y regulatorios.



Conferencias en pro de tu negocio

Del 7 al 11 de junio de 2021

CONGRESO ONLINE **GRATUITO**

CONTPAQi × Microsoft

PROFIT 2021 TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA PYMES

CONTPAQi realizará del 07 al 11 de junio el Evento Virtual PROFIT 2021, para llevarte las mejores prácticas de transformación digital para las Pymes.

El objetivo es dar a conocer el portafolio de la compañía y exponer las mejores prácticas de transformación digital.

Los temas que PROFIT 2021 de CONTPAQi contemplará son:

ProFiscal. Tema fundamental para las Pymes mexicanas debido a los constantes cambios fiscales.

ProEmpresa. Te llevará las claves para ser una empresa rentable y potenciarla sin importar su tamaño.

ProInnovación. Ante un mundo cambiante la innovación es la herramienta que garantiza el éxito de las empresas

ProTecnología. Se enfoca en el cambio de paradigmas y el rol de la tecnología en la digitalización.

ProTalento. Mostrará las mejores prácticas en el reclutamiento de talento para tu empresa.

Microsoft tendrá una participación dentro de PROFIT 2021 de CONTPAQi, para mostrar el trabajo en conjunto que ambas compañías realizan para ayudar a las Pymes mexicanas en su proceso de transformación digital.

En días recientes, Microsoft anunció la inversión de mil millones de dólares para la creación de un centro de datos robusto que atenderá en México las necesidades de la Pyme.

Aunado a esto, CONTPAQi reforzó su compromiso en convertirse en una empresa en la nube con el objetivo de democratizar el acceso a la tecnología.



SISTEMA DE ALIMENTACIÓN ININTERRUMPIDA (SAI/UPS) DE 2000 VA LINE-INTERACTIVE SENOIDAL TORRE.

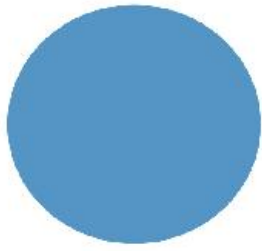
PROTECCIÓN DE CONFIANZA EN FORMATO TORRE PARA SALAS DE INFORMÁTICA

LA SERIE SPS ADVANCE T DE SALICRU OFRECE, COMO SOLUCIÓN SAI/ UPS (SISTEMA DE ALIMENTACIÓN ININTERRUMPIDA), UNOS NIVELES DE EFICIENCIA Y CONFIANZA ÓPTIMOS PARA TODOS LOS DISPOSITIVOS CRÍTICOS QUE NECESITAN CONTINUIDAD Y FIABILIDAD EN EL SUMINISTRO ELÉCTRICO.

PRESENTAN UN FORMATO TORRE MUY COMPACTO PARA AHORRAR ESPACIO EN LAS SALAS DE SERVIDORES Y COMPUTACIÓN.

ASIMISMO LA TECNOLOGÍA PROPORCIONADA ES LINE-INTERACTIVE PARA COMBATIR LAS POSIBLES FLUCTUACIONES PROVINIENTES DE LA RED DE ALIMENTACIÓN JUNTO A UNA TENSIÓN DE SALIDA SIEMPRE SENOIDAL, QUE ES LA DE MAYOR CALIDAD PARA ALIMENTAR A TODAS LAS CARGAS SENSIBLES.

PARA UN USO MÁS FÁCIL Y CÓMODO, DISPONE, POR UN LADO, DE UN DISPLAY CON TODAS LAS INFORMACIONES SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DEL EQUIPO Y SOBRE EL SUMINISTRO ELÉCTRICO (TENSIÓN ENTRADA/SALIDA, % DE CARGA, % DE BATERÍA)



LOS MEJORES EMPLEOS DE CALL CENTER EN UN SOLO LUGAR

