



estilogerencial.com
2023 - Año 9 No. 81
ISSN 2346-3945

Estilo Gerencial

Para empresarios competitivos

Editorial

¿Cuál Crisis?

Phishing

IA Educación

IA en Clase

IA Ambiental

IA Comercial

IA Empresarial

IA Retail

IA Turística

Gabriela Lazo
Founder & CEO de LRM Comunicaciones

**El poder de la IA y
la comunicación global**

estilogerencial.com



Nuestra prioridad es aportar a la formación de los cuerpos directivos de Iberoamérica mediante la provisión de periodismo empresarial de alta calidad: la revista web estilogerencial.com es un medio para que los consultores se den a conocer utilizando para ello artículos con temas de educación empresarial que orienten a los gerentes para resolver los retos de la actividad directiva. La revista es de circulación gratuita, no cobramos por las suscripciones ni cobramos por la participación de los consultores; y no pagamos por los artículos. Contamos con 32 mil suscriptores directos, además de quienes nos siguen por las redes sociales. Recuerde descargar las ediciones anteriores desde nuestra web estilogerencial.com

estilogerencial.com
2023 - Año 9 No. 81
ISSN 2346-3945

Dirección Editorial
Wilson Garzón Morales

Grupo de Estudios Empresariales
Escueladelservicio.com

Fotos: Freepik

Los contenidos son para el aprendizaje y por lo tanto son de libre uso. Los conceptos emitidos en los artículos no comprometen las opiniones de los editores.

Pensamiento



Eres lo que haces

Contenido

Editorial.....	4
6 tendencias de RRHH en Latinoamérica	7
¿Es legal despedir a un trabajador durante su periodo de vacaciones?.....	8
Comunidad Nasa, de Miranda, Cauca	9
¿Vapeadores en los colegios? ¿Qué tan regulado está su uso?	12
Phishing	14
Essem conquista el mercado estadounidense	18
Grupo ZFB promueve a Colombia como destino atractivo para el nearshoring	20
Mitos y verdades sobre los hackers, la mayoría salvan a las empresas	23
SEIDOR Colombia destaca cuáles son los beneficios de implementar un sistema ERP en su negocio	25
La revolución educativa en América Latina: La Inteligencia Artificial transforma la educación superior	27
Big Data en Latinoamérica	29
IA Educación.....	31
IA en clase.....	33
El impacto de la revolución de la IA y sus nuevas apuestas en el mercado global	35
IA Empresarial	37
IA Comercial.....	39
Revolucionando el Consumo Masivo	41
IA Retail	44
IA Ambiental	47
Innovación Sostenible.....	49
IA Contenidos sin fronteras	51
IA Turística	54
Alucinación IA	55
Pensamiento Estratégico Comercial	57

Editorial

¿Cuál crisis?

Los indicadores económicos en el mundo no son nada halagüeños y podríamos decir que son la razón por la cual pasamos y pasaremos situaciones difíciles. No obstante, acabo de tener una experiencia de dos años en una organización que me hizo considerar otras fuentes de crisis. Le adelanto, el problema no es el dinero.

Durante dos años estuve navegando en un escenario de educación superior donde pareciera que las problemáticas sociales y económicas estaban afectando profundamente al sector. Todavía así, muchas cosas no cuadraban en mi cabeza.

Inicié siendo docente y el discurso para mis estudiantes era: “conoce a tu cliente”, “diseña los servicios en torno a él”, “interacciona con él” “entregale valor” “vuélvete parte de su vida”, lo que de inmediato ocasionó una andanada de quejas que me dejaron pensando en que la institución no tenía un pensamiento orientado a su cliente y era ineficaz desde la perspectiva empresarial. Cuando pasé a la parte administrativa como líder de mercadeo, me di cuenta de algunas variables que seguramente aportan a que estas instituciones estén esta situación de “crisis”.

La primera es que no se articulan a la realidad social. Viven en los paradigmas del conocimiento que les impide ver las demandas reales de la sociedad, no sólo del sector empresarial. Es una burbuja paralizante que no contempla otros modelos de negocio y son ineficaces frente a las dinámicas de los mercados.

Lo segundo, es que piensan que la “educación” está parametrizada por las instituciones del Estado, Ministerios y Secretarías, cuando lo cierto es que su tarea de “entregarles herramientas a las nuevas generaciones para la construcción de futuro, producción de riqueza y solución de problemáticas sociales, ambientales y económicas en entornos globales y locales” se puede cumplir sin necesidad de estar supeditados a la normativa.

Lo tercero, y fue muy profundo en esta institución, los cuerpos directivos, no académicos, no son competentes para mantener estas organizaciones en el tiempo y hacerlas rentables. Es muy posible que esto sea como consecuencia de las dos anteriores. Quisiera creer que no es un mal generalizado. Dejo esta institución con tristeza por su futuro inmediato y deseándoles que mejore su situación.

De todas maneras, no puedo evitar pensar si estas crisis que estamos viviendo, si bien pueden tener su origen en factores macroeconómicos y de entorno, tienen más que ver con que nuestros líderes de las organizaciones no cuentan con las capacidades necesarias: el pensamiento estratégico gerencial, el pensamiento estratégico comercial y el desarrollo del potencial humano.

Un ajuste en estas tres problemáticas puede traer una transformación rápida y profunda del país. Ya tenemos un lugar deplorable en las pruebas internacionales y se está hablando de cambiar el modelo educativo y sin embargo, eso no significa nada si no somos capaces de transformar la calidad de vida de la población.

Lo más interesante de esto es que no son cambios complejos sino de voluntad y es ahí donde está lo difícil pues estos directivos que menciono tienen la tendencia a “tratar el cáncer con aspirinas” pues de lo que sí son conscientes es que ellos son el problema pero como buenos politiqueros, harán lo necesario para permanecer sin importar que en el proceso sacrifiquen a las instituciones.

Wilson Garzón Morales

Un poemita

Leyendo a Dostoievski, Víctor Hugo y Baroja
Un hombre ha encontrado vocación literaria
Palabras elocuentes escribe en una hoja
Rechazan su poética, por ser contestataria

Hay gente en los balcones, montañas y techumbres
De esa manera quieren alcanzar las alturas
Tiempos de libertad, de abolir servidumbres
Seguir corazonadas, esperanzas muy puras

Qué dirá la familia, qué pensará el vecino
A mí poco me importa, sólo sigo mi sueño
Gente de todas clases encuentro en el camino
Pero sólo soy yo, de mi destino el dueño

La vida es una sola, jueguen, gocen y escriban
Vivan intensamente, a nadie le hagan daño
Desarrollen pasiones y dejen que otros vivan
Que la copa rebose y se llene año tras año

Iván Muñoz Uribe
ivanselfia@gmail.com





Miguel Terlizzi
CEO y Founder Workia

6 tendencias de RRHH en Latinoamérica

as

Las tendencias de HRTech para los años venideros tanto en Colombia como en Latinoamérica están marcadas por varios desafíos y cambios en el área de Recursos Humanos. Con más de 5 años en el mercado, presencia en 8 países de la región y con varios meses de operaciones en Colombia, la perspectiva de la Workia sobre las tendencias en la región son las siguientes:

1. **Bienestar Laboral:** uno de los principales desafíos es abordar el bienestar laboral de los empleados. La pandemia ha dejado un impacto significativo en la vida personal y profesional de las personas, por lo que es esencial implementar programas de bienestar que ayuden a la fidelización de los colaboradores en un contexto económico complejo.
2. **Adaptación a las Nuevas Modalidades de Trabajo:** la adopción de nuevas modalidades de trabajo, como el teletrabajo y el trabajo híbrido, es una tendencia clave. Las empresas deben modernizar su cultura laboral y flexibilizar sus prácticas para adaptarse a estas modalidades.
3. **Atracción y Fidelización de Talento:** atraer y retener talento seguirá siendo un desafío creciente. En un contexto económico difícil, ofrecer paquetes de compensación y beneficios competitivos será crucial para atraer candidatos calificados.
4. **Tecnología y Cambio Cultural:** la tecnología desempeñará un papel fundamental en la gestión de recursos humanos. La incorporación de herramientas tecnológicas en RRHH es esencial para mejorar la productividad y atraer a profesionales más jóvenes y nativos digitales. Sin embargo, aún queda camino por recorrer en términos de implementación y gestión del cambio cultural.
5. **Microlearning y Aprendizaje Digital:** las tendencias en formación del talento incluyen el microlearning y el aprendizaje digital (E-learning). También se destaca la gamificación y la personalización de las capacitaciones como métodos efectivos de aprendizaje.
6. **Diversidad e Inclusión:** la diversidad e inclusión siguen siendo temas importantes y en crecimiento en el ámbito de RRHH, al igual que la orientación a resultados y al cliente.

Invertir en HRTech puede mejorar significativamente la eficiencia de la gestión de recursos humanos, reducir errores y costos, y mejorar la experiencia de los empleados. La tecnología permite automatizar tareas repetitivas y proporciona herramientas analíticas para la toma de decisiones basadas en datos, facilitando liberar tiempo de las actividades operativas y dedicar más tiempo y esfuerzo a tareas estratégicas que contribuyan al alcance de los objetivos de las organizaciones.



¿Es legal despedir a un trabajador durante su periodo de vacaciones?

- No existe norma que prohíba dar por terminado un contrato laboral por justa causa.
- Si el contrato se da por finalizado durante el periodo de vacaciones, el empleador tendrá que pagar los días pendientes por disfrutar dentro de la liquidación.

Durante los meses de diciembre y enero son muchos los trabajadores que solicitan sus vacaciones para disfrutar de espacios de descanso con familia y amigos. No obstante, es posible que, incluso durante el periodo de vacaciones, el empleador pueda tomar la decisión de dar por finalizado el contrato laboral. Lo anterior fue confirmado por David Rodríguez, asociado en Godoy Córdoba, agregando que no existe norma que prohíba dar por terminado un contrato, bien sea por una causa legal o una justa causa debidamente comprobada durante el periodo de vacaciones.

Vale la pena resaltar que, las vacaciones son un derecho que debe ser programado con antelación por ambas partes y, por consiguiente, si el contrato de trabajo termina por alguna de las causas legales durante este receso, el empleador debe notificar al trabajador sobre dicha terminación con la debida antelación, por ejemplo, de la misma forma que ocurre con un contrato a término fijo. Ahora bien, para los empleadores que no tenían conocimiento de esto, Rodríguez aclaró cómo funciona este proceso. “Cuando el contrato de trabajo finaliza por alguna causa legal, bastará con la notificación de la terminación del contrato, sin lugar a que proceda el pago de indemnización; ahora bien, para aquellos contratos cuya terminación es sin justa causa, procede la notificación y el pago de indemnización según el artículo 64 del CST”.

Aunque muchos empleadores pueden desconocerlo, tienen el derecho de suspender el periodo de vacaciones siempre que esté

debidamente justificado (art. 188 del CST), como por ejemplo con el propósito de escuchar al trabajador con respecto al incumplimiento de sus funciones o responsabilidades. Así lo expresó David Rodríguez, “La norma indica que el periodo de vacaciones puede ser interrumpido por el empleador si existe alguna situación que así lo justifique y que se convierta en una razón objetiva y sustentada. Además, en caso de encontrarse alguna razón que lleve al despido por justa causa, posterior a este espacio de conversación con el trabajador, se estaría cumpliendo con el requisito de necesidad y justificación para haber suspendido el periodo de vacaciones”.

El experto también señaló que la interrupción no hace que el empleado pierda su derecho a reanudar su periodo de vacaciones si no se finaliza el contrato laboral, y, en caso de finalizarse, el empleador tendrá que pagar los días pendientes por disfrutar al momento de hacer la liquidación final de prestaciones sociales.

Finalmente, los empresarios deben considerar que esta interrupción del periodo de vacaciones está regulada para cualquier modalidad de contrato laboral que se haya convenido, y no implica ningún tipo de indemnización, siempre que la interrupción esté acompañada de una razón objetiva y justificable.



Comunidad Nasa, de Miranda, Cauca



Con el apoyo de Incauca, Postobón y Nutrium, comienza comercialización de mora

- ‘Lo mejor de nuestra tierra’ nació como una propuesta de Incauca, Postobón y Nutrium para consolidar la construcción de paz, la dinamización de la economía y la creación de valor compartido en la región.
- Gracias al proyecto, la comunidad Nasa, en el municipio de Miranda, Cauca, iniciaron la comercialización de su cosecha de mora.
- Se estima que las familias de La Cilla y La Calera produzcan más de 30 toneladas de mora al mes, lo cual les permitirá obtener recursos y diversificar la economía local.
- La mora comercializada por la comunidad indígena se destina para la producción de los refrescos Hit de Postobón.

Con la comercialización de la primera cosecha de mora, se cumplió un hito más en el proceso que Incauca, Postobón y Nutrium, empresas de la Organización Ardila Lülle, han venido trabajando con las comunidades indígenas Nasa del cabildo La Cilla o La Calera, las cuales crearon la Asociación de Productores Kwe’sx Kiwe Ewa, expresión que, traducido del Nasa yuwe al español, significa: “lo mejor de nuestra tierra”.

En este proceso Incauca, Postobón y Nutrium han invertido más de \$610 millones destinados al fortalecimiento de la economía local, el mejoramiento del tejido social, la sustitución de cultivos ilícitos y la búsqueda de la paz en el territorio, beneficiando a 36 familias indígenas conformadas por 174 personas pertenecientes a la comunidad Nasa de Miranda, Cauca.

Esta iniciativa empresarial inició hace tres años. Durante este tiempo, la Fundación Codespa, operador del programa, desarrolló tres fases antes de la primera siembra de plantas de mora, la cual se realizó el 16 de febrero de 2022.

La primera fase construyó el capital social de la organización por medio de la sensibilización a la comunidad y las autoridades del cabildo sobre el aporte que tendría este proyecto, destacando la creación de confianza, la estructuración de la gobernanza interna y los mecanismos de comunicación entre comunidad y gestores del proyecto.

La segunda etapa formó a las comunidades en asociatividad, metodologías para la productividad, la sostenibilidad económica del proyecto y la creación de mecanismos para la consecución de recursos.

La última fase cocreó y socializó un modelo de negocio sostenible desde lo social hasta lo productivo, que derivó en la creación del colectivo mingüero Kwe'sx Kiwe Ewa, incluyendo la creación de una asociación de cultivadores de fruta con su junta directiva.

Gracias al proceso desarrollado en estas tres fases, el colectivo mingüero Kwe'sx Kiwe Ewa ingresó al programa Hit Social Postobón y comenzó la siembra de mora en febrero de 2022.

Ahora, la comunidad indígena dio un nuevo paso. Con el acompañamiento brindado por Hit Social, los agricultores pudieron comercializar la primera cosecha de mora y, de ahí en adelante, se espera que comercialicen con Nutrium permanentemente su producción, la cual puede llegar en el nivel de mayor madurez de los cultivos a más de 30 toneladas de mora al mes, lo cual les permitirá obtener recursos y diversificar la economía local.

Testimonios:

“Esta iniciativa no se trata simplemente de sembrar una planta y recoger su fruto, sino que aborda desde la inclusión de nuestra comunidad en todo el proceso agroindustrial del cultivo sostenible, el seguimiento a todo el proceso productivo, hasta la posibilidad de generar procesos de transformación social. Nos hace mucha ilusión poder decir que la mora con la que se hacen los refrescos Hit está hecha con el fruto que nosotros cosechamos”, Llicenia Cifuentes, autoridad tradicional del Cabildo en Resguardo Indígena Nasa La Cilia o La Calera.

“La mora, además de ser un fruto natural originario de Colombia, también se ha convertido en un poderoso símbolo de la transformación social, el crecimiento económico y la construcción de paz. Al impulsar estas medidas de agricultura sostenible, estamos brindando a las comunidades La Cilla o La Calera, una alternativa legítima, rentable y continua de economía, empoderándolos para que puedan mejorar su presente y garantizar el futuro de sus comunidades”, **Angélica María Quiroga, directora de Sostenibilidad de Incauca.**



“Este proceso es muy importante para Postobón y su programa Hit Social, pues confirma la capacidad que el programa tiene de generar oportunidades. Contar con la comunidad indígena demuestra también su carácter de inclusión y ratifica el compromiso que Postobón tiene de contribuir a la reducción de inequidades en las regiones”, **Catalina Echavarría, directora Fundación Postobón.**



Postobón

 **INCAUCA**
El ingenio de los colombianos

 **Nutrium**



Sebastián Carreño
Vocero de Hikvisión Colombia

¿Vapeadores en los colegios?

¿Qué tan regulado está su uso?



Los vapeadores han tenido un crecimiento exponencial desde que ingresaron al mercado, hasta el día de hoy. Son también conocidos como cigarrillos electrónicos o e-cigarettes, y han generado preocupación en todo el mundo debido a su creciente popularidad, especialmente entre los jóvenes.

En Colombia, según reportó la empresa de investigación de mercado Euromonitor Internacional, el mercado de los vaporizadores, vapeadores o cigarrillos electrónicos, movió en el país \$4.100 millones en 2013, cifra que para el 2018 aumentó en 194,5%, cuando alcanzó en facturación \$12.000 millones.

Sin embargo, el crecimiento del mercado tiene preocupaciones en el ámbito de la salud pública, "Cada vez recibo en mi consultorio más jóvenes de 16 a 24 años que usan este producto y tienen un índice de nicotina en el cuerpo equivalente al consumo de más de 20 cigarrillos al día", explica la cardióloga Jacqueline Scholz, quien dirige el Ambulatorio de Tratamiento del Tabaquismo del Instituto del Corazón de Sao Paulo.

¿Cuáles son las razones por las que las personas prefieren estos dispositivos?

Entre las personas encuestadas por Ernst & Young, la razón más común para usar cigarrillos electrónicos es que son "menos dañinos que los cigarrillos normales", y además, el 49% de los usuarios lo utiliza para disminuir el tabaquismo, sin embargo, la OMS tiene distintos puntos controversiales al respecto, pues ya que no se

tienen informes de los efectos a largo plazo, la nicotina de los dispositivos sigue siendo considerada adictiva, y podría tener efectos posteriores en la salud como lo describe Scholz.

¿Qué tan regulado está el uso de vapeadores en los planteles educativos?

En Colombia no existe regulación para el uso de estos dispositivos, sin embargo, se tramita en el Congreso un proyecto de ley que busca regular el uso de estos dispositivos y que contempla prohibir la venta de vapeadores a niños, niñas y adolescentes en Colombia. El proyecto también busca que se advierta en la venta de estos aparatos las adicciones que puede causar; y establecer los lineamientos para que en el país se desarrollen programas educativos para menores de edad con el fin de evitar el consumo e incentivar el abandono de esta práctica. Por este vacío en la regulación actual, algunos colegios voluntariamente prohíben y controlan su uso en niñas, niños y adolescentes mediante políticas internas.

Alternativas tecnológicas para contrarrestar una práctica que podría convertirse en un asunto de salud pública.

Según Sebastián Carreño, vocero de Hikvision Colombia, la industria de la seguridad electrónica ha desarrollado soluciones innovadoras para tener un mejor monitoreo en los colegios, “Para el caso de los planteles educativos que ven en el uso de vapeadores por parte de los estudiantes como una amenaza para su salud y la de su círculo cercano. Es importante saber que hay una alternativa de software inteligente llamada: Campus seguro, que integra varios sistemas y presenta una

solución de control de vapeo en las aulas de clase y el campus en general, de modo que los profesores y directores tienen a su alcance la forma de identificar cuándo están vapeando los estudiantes por medio de cámaras dispuestas en zonas críticas, sensor de detección de vapeadores y reconocimiento facial; a través de esta última función, se puede identificar el rostro de la persona, y enviar una alerta en tiempo real a directivos encargados de los centros de monitoreo escolar”

Según la OMS, las políticas libres de nicotina y tabaco ayudan a evitar que los jóvenes comiencen a fumar. Por último, anima a todos los países a que hagan que todos los lugares públicos interiores estén completamente libres de humo, para cumplir con el artículo 8 del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco.

El uso de cigarrillos convencionales o electrónicos genera un interés especial en los jóvenes, muestra de esto es que según la OMS, nueve de cada diez fumadores comienzan antes de los 18 años, estadística que pone en alerta y hacen que cobre mayor importancia para las organizaciones mundiales, gobiernos e instituciones educativas generar regulaciones, políticas y acciones que mitiguen posibles problemas de salud pública a largo plazo.



La tarea de un gerente es transformar la realidad y construir el futuro... ¿Sabes cómo?

Pregúntanos...



Estilo Gerencial
Para empresarios competitivos



Las estafas de phishing de consentimiento han experimentado un crecimiento explosivo en los últimos dos años, con al menos 374 millones de dólares presuntamente robados en 2023

El phishing de consentimiento es una táctica de estafa que existe desde hace muchos años. Pero mientras que los estafadores de phishing de consentimiento se han dirigido históricamente a grandes sectores de usuarios de criptomonedas a través de la proliferación de aplicaciones de criptomonedas falsas, los estafadores de romance (también conocidos como estafadores de carnicería de cerdos) parecen haber adoptado esta técnica con gran efecto en los últimos años.

El phishing de consentimiento se diferencia de otras estafas de criptomonedas por un pequeño pero importante detalle. Normalmente, los estafadores engañan a sus víctimas para que les envíen criptomonedas, generalmente a través de una falsa

oportunidad de inversión o haciéndose pasar por otra persona. Pero en una estafa de phishing de consentimiento, el estafador engaña al usuario para que [firme una transacción de blockchain maliciosa](#) que otorga a la dirección del estafador la aprobación para gastar tokens específicos dentro de la cartera de la víctima, lo que permite al estafador vaciar la dirección de la víctima de esos tokens a voluntad. Algunas víctimas han perdido [decenas de millones](#) por estas estafas.

Es importante tener en cuenta que, en general, los estafadores de consentimiento envían los fondos de la víctima a un monedero distinto del que ha recibido la aprobación para realizar transacciones en su nombre. El patrón en la cadena suele ser el siguiente:

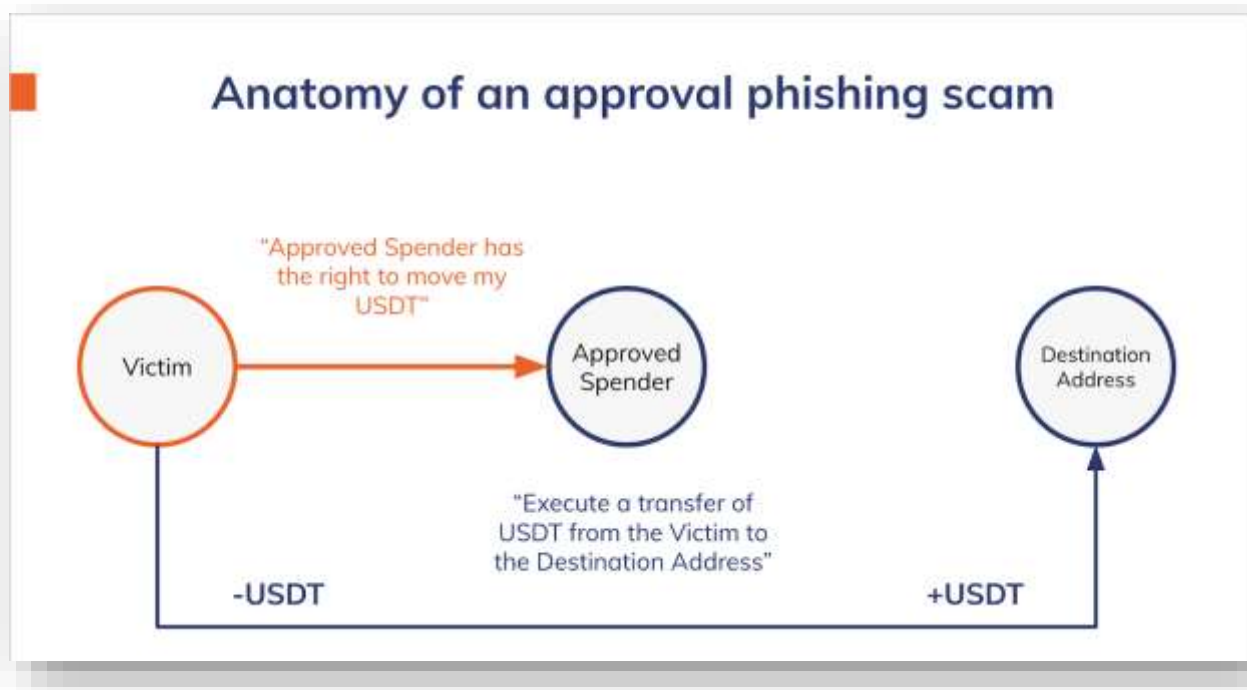
La dirección de la víctima firma la transacción que autoriza a la segunda dirección gastar sus fondos.

La segunda dirección, a la que nos referiremos como la dirección aprobada del gastador, ejecuta la transacción para mover los fondos a una nueva dirección de destino.

En general, si las transacciones se realizan de esta manera, y la dirección aprobada del

gastador es la que inicia la transacción que vacía el dinero, en lugar de la dirección de la víctima, como se esperaría en una transacción no maliciosa, es probable que se trate de un caso de phishing de consentimiento.

Sin embargo, sería necesario investigar más a fondo para saberlo con certeza.



Muchas aplicaciones descentralizadas (dApps) en blockchains habilitadas para contratos inteligentes, como Ethereum, requieren que los usuarios firmen la aprobación de transacciones que dan permiso a los contratos inteligentes de las dApps de mover los fondos en posesión de la dirección del usuario.

Las aprobaciones concedidas a las dApps protegidas suelen ser seguras porque los contratos inteligentes correctamente diseñados sólo pueden utilizar esa aprobación cuando el usuario se lo indique, o cuando dicha aprobación sea necesaria para el funcionamiento normal de la dApp.

En esos casos, lo normal es que la dirección del usuario de la dApp sea la que inicie la transacción para gastar los fondos. Pero, los estafadores de consentimiento pueden aprovecharse del hecho de que muchos usuarios de criptomonedas están acostumbrados a firmar aprobaciones de transacciones - el truco está en qué

permisos se dan, y la fiabilidad de la parte que recibe ese permiso.

Por ejemplo, en una estafa de phishing de consentimiento, los estafadores promocionaron una [historia falsa](#) de una estafa de este tipo de Uniswap, y crearon una página falsa de Etherscan en la que los usuarios podían comprobar la aprobación de sus transacciones conectando sus monederos y firmando una aprobación de transacción para ver si habían sido víctimas - esa última transacción era el núcleo de la estafa real de phishing de consentimiento.

Sin embargo, las investigaciones sugieren que los estafadores de consentimiento se dirigen cada vez más a víctimas concretas, entablan relaciones con ellas y utilizan tácticas asociadas a estafas románticas para convencerlas de que firmen la aprobación de una transacción. Taylor Monahan (alias [@tayvano](#)), jefe de producto

de Metamask, ha realizado un seguimiento del phishing de consentimiento al estilo de las estafas románticas en un panel personalizado de [Dune Analytics](#).

Identificamos un conjunto de 1,013 direcciones implicadas en lo que parece ser phishing de consentimiento selectivo partiendo de una lista más pequeña de direcciones de phishing de consentimiento cuyos propietarios se sabe que utilizan tácticas de estafa romántica.

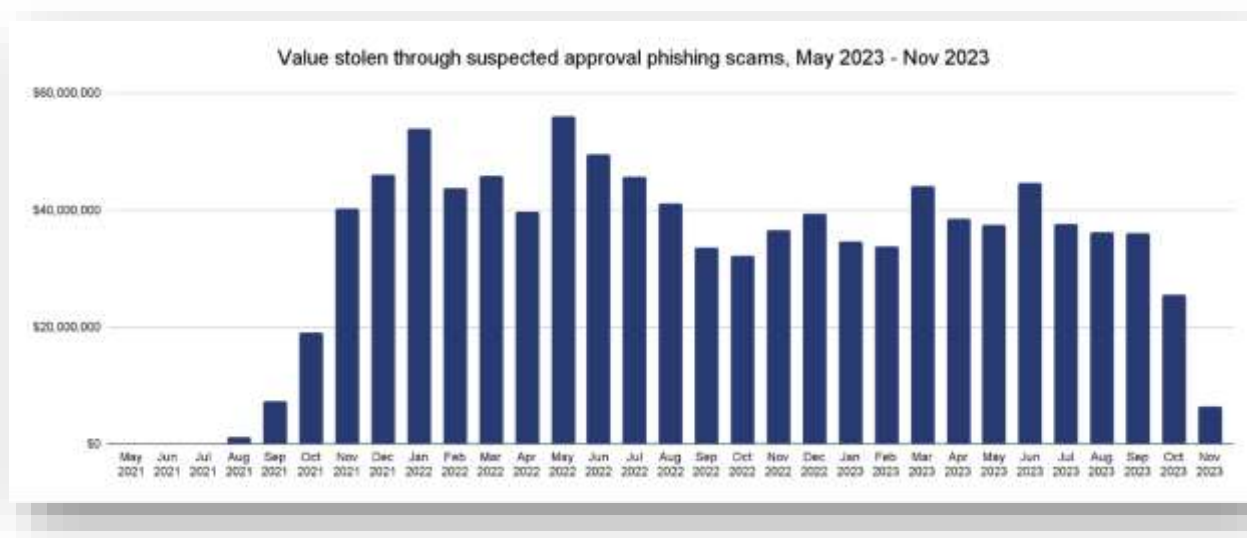
A continuación, identificamos otras direcciones conectadas a las de la lista inicial que habían realizado transacciones similares, lo que nos permitió construir una red más completa de la actividad en cadena de los usurpadores de identidad interconectados.

Calculamos que las víctimas de las direcciones con las que empezamos, más las que

identificamos en función de su patrón de actividad, han perdido aproximadamente 1,000 millones de dólares por estafas de phishing de consentimiento desde el inicio de la elaboración de nuestro conjunto de datos en mayo de 2021.

Si bien es importante tener en cuenta que este total de 1,000 millones de dólares es una estimación basada en patrones en cadena, y que parte podría representar el lavado de fondos ya controlados por los estafadores, es probable que esta cifra sea solo la punta de un iceberg mucho más grande.

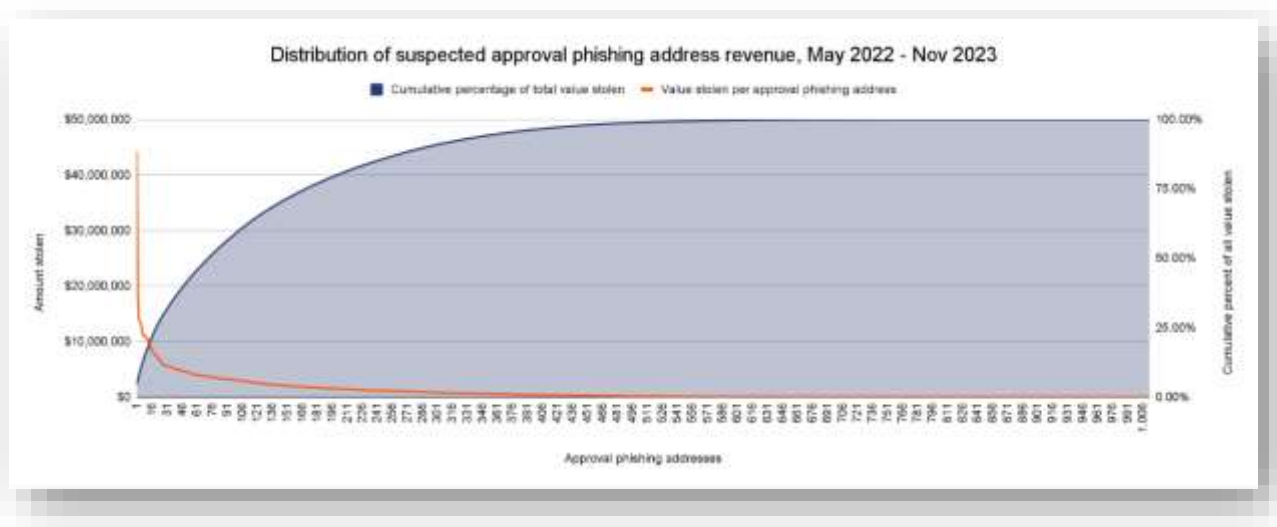
Las estafas románticas se denuncian muy poco, y nuestro análisis partió de un conjunto limitado de casos denunciados.



Los presuntos estafadores de phishing de consentimiento que estamos rastreando vieron su pico de ingresos en mayo de 2022. En total, en 2022 las víctimas perdieron unos 516.8 millones de dólares debido al phishing de consentimiento, en comparación con solo 374.6 millones de dólares en 2023 hasta noviembre.

Al igual que muchas otras formas de delitos basados en criptomonedas, la gran mayoría de los robos por phishing de consentimiento son obra de unos pocos actores con mucho éxito.

Podemos ver esto en el siguiente gráfico de distribución, que muestra los ingresos por phishing de consentimiento de nuestras 1,013 direcciones durante el periodo de tiempo estudiado, y la cantidad acumulada de todo el valor robado mediante phishing de consentimiento por las direcciones de nuestra muestra en orden descendente.



La dirección de phishing de consentimiento con más éxito probablemente robó 44.3 millones de dólares a miles de direcciones de víctimas, lo que representa el 4.4% del total estimado robado durante el periodo estudiado.

Las diez mayores direcciones de phishing de consentimiento suman el 15.9% de todo el valor robado durante el periodo estudiado, mientras que las 73 mayores suman la mitad de todo el valor robado.

Creemos que la industria puede abordar el problema de la estafa de phishing de consentimiento de varias maneras, desde la educación de los usuarios hasta el empleo de tácticas de

reconocimiento de patrones similares a las que utilizamos para recopilar estos datos.

En términos generales, las direcciones y monederos relevantes en las estafas de phishing de consentimiento son:

- Monederos de gastadores autorizados que las víctimas son engañadas para que designen como aprobados para gastar los fondos de su monedero.
- Direcciones de destino a las que se drenan los fondos de las víctimas
- Direcciones de consolidación donde se reúnen los fondos drenados de muchas víctimas

Los fondos suelen trasladarse de las direcciones de consolidación a los puntos de cobro -principalmente bolsas centralizadas.

<https://www.chainalysis.com>

No es necesario saberlo todo...
Lo importante es saber a quién preguntarle:

ConsejeroGerencial.com

Con un aumento en ventas de más del 200 % anual,



Essem conquista el mercado estadounidense

o Essem Skincare logró aumentar sus ventas al 400 por ciento en los últimos dos años.

o Actualmente esta compañía tiene presencia en toda Colombia siendo Bogotá, Medellín y Barranquilla donde más generan ventas.

o Este emprendimiento colombiano también cuenta con el sello de “Cruelty Free” que certifica que los

productos no han sido testeados en animales y es una de las pocas compañías colombianas, certificadas por Kosmo Science como hipoalérgica y testeada por dermatólogos.

Con tan solo dos años, el emprendimiento colombiano Essem Skincare, dedicado al cuidado de la piel con ingredientes naturales y certificados, llegará al mercado estadounidense en 2024 y proyecta un plan de expansión a corto plazo en Unión Europea, Reino Unido y posiblemente algunos países asiáticos.

Con un crecimiento de más del 200 por ciento anual en ventas esta compañía diversifica su portafolio con el nuevo Serum Lip Gloss con color, un tratamiento para los labios que además de nutrirlos y tonificarlos cumple con las funciones de un labial. Actualmente Essem vende más de 5.000 unidades del Serum C Aclarante, su producto más vendido, y dentro de su portafolio ofrece el agua micelar limpiadora, el gel contorno de ojos antifatiga, la crema hidratante día y noche y uno de sus últimos lanzamientos: el tónico exfoliante.

De acuerdo con un reciente informe de Statista Research Department en 2022 los productos de la piel especializados

en el rostro ocuparon el primer lugar en ventas con una participación del 58 por ciento del mercado de cosmética y cuidado personal.

“Decidimos emprender desde nuestra pasión por el cuidado de la piel, estudiamos, investigamos y nos asesoramos por expertos para que nuestros productos fueran excelentes y lograr la satisfacción de los consumidores. Hemos tenido un crecimiento exponencial en ventas y proyectamos que para 2024 ampliaremos aún más nuestra oferta de productos con varias referencias,” dice Laura González, co-fundadora de Essem.

Actualmente Essem vende a través de su propio comercio electrónico, de grandes tiendas y algunas plataformas online, además de retailers como Fedco, Faces y Falabella y también tiendas multimarca en varias ciudades del país.

“Tenemos grandes proyectos a corto y mediano plazo, seguimos apostándole a la alta calidad y base científica que nos

caracteriza como marca y pronto incursionaremos en la nueva tendencia del cuidado de la piel con color, con un producto que además de dar grandes beneficios, será perfecto para todos los días dando un glow increíble en los labios”, indicó Cristina González, co-fundadora de Essem.



Certificación de Kosmo Scienzie

Kosmo Science es una compañía altamente reconocida por implementar tecnología avanzada que, junto con un equipo de trabajo técnico y científico, evalúa y certifica todo tipo de productos, otorgando el reconocimiento a las marcas con calidad de alto nivel. Essem es una de las pocas empresas colombianas que cuenta con esta certificación de productos hipoalergénicos y dermatológicamente testeados.

“Para nosotras es un orgullo contar con esta certificación que muy pocas compañías obtienen. Genera credibilidad y nos da la seguridad de ofrecer productos de muy alta calidad y de seguir creando otros nuevos que aseguren beneficios a la piel de nuestros usuarios,” relata Cristina González, quien además adelanta que vienen cambios importantes para la marca en 2024 y que a largo plazo esperan incursionar en el mercado latinoamericano.

Essem Skincare es una marca dermatológica colombiana que cuenta con un equipo de dermatólogos altamente calificados para generar una fórmula exitosa, certificada y que abarca una línea de skincare con todos los básicos para una rutina completa, formulada con activos naturales y químicos que, gracias a sus mezclas funcionales, son gentiles y pueden ser usados en todo tipo de pieles.

Esta compañía que fue fundada por dos hermanas y su madre está certificada a nivel mundial, testada por dermatólogos e hipoalergénica. Su exitosa fórmula fue creada por médicos y científicos pensando en la salud de la piel y en los mejores activos para prevenir y retrasar el envejecimiento prematuro. Con sellos garantizados que hablan también del ADN de sus creadoras al ser una marca libre de parabenos, fragancias, colorantes y por supuesto de crueldad animal.

Laura y Cristina son dos hermanas amantes del bienestar y el mejoramiento continuo de la salud de la piel, una pasión inculcada por su madre Ana María quien les enseñó desde muy pequeñas el uso del bloqueador y el cuidado personal.

Las tres desde su experiencia: Ana María, abogada; Laura, estratega y financiera; y, Cristina, en relaciones públicas deciden emprender en este camino donde entendieron que la piel no necesita un filtro, sino una buena carga de antioxidantes y formulaciones desarrolladas científicamente para que, no solamente este sana, sino también radiante.

essem
SKINCARE





Grupo ZFB promueve a Colombia como destino atractivo para el nearshoring

- Gracias a la adecuada estructuración de proyectos inmobiliarios que lleva a cabo el Grupo ZFB, la compañía está contribuyendo al aprovechamiento de las oportunidades del nearshoring en Colombia y en la región, principalmente México.
- Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la tendencia de nearshoring, que implica la reubicación de las operaciones empresariales en naciones cercanas geográficamente a sus mercados principales, podría generar una ganancia potencial de hasta US\$78.000 millones en nuevas exportaciones de bienes y servicios para la región.
- Esta tendencia, ofrece a las empresas una serie de ventajas, como la reducción de costes, agilidad en la cadena de suministro y la proximidad a los mercados.
- El Grupo ZFB ofrece a las empresas la infraestructura necesaria hecha a la medida para establecer operaciones de nearshoring en Colombia, como bodegas, plantas, oficinas y data centers.

El auge de los procesos de nearshoring ha marcado un hito significativo para la industria global, regional y colateralmente para la economía colombiana.

La proximidad geográfica a mercados importantes, la afinidad cultural y la creciente oferta de talento altamente calificado y los menores costos de producción están convirtiendo a Colombia en un destino estratégico para empresas internacionales que buscan externalizar sus operaciones.

Este cambio hacia el nearshoring no sólo ha redefinido la forma en que las empresas gestionan sus procesos comerciales, sino que también está impulsado al país como un destino de inversión.

importante en la escena internacional, demostrando que el nearshoring no solo es una estrategia empresarial inteligente, sino también un motor poderoso para el avance económico y la prosperidad a nivel global.

En un mundo empresarial cada vez más interconectado, el Grupo ZFB ha emergido como un líder clave en la facilitación y promoción de proyectos de nearshoring en Colombia.

Con una visión vanguardista y un enfoque centrado en ofrecer una oferta de valor que va desde la asesoría en la ubicación, pasando por el diseño de la planta industrial, construcción, financiación y arrendamiento de la infraestructura hecha a la medida, encontrando el cliente una solución integral.

La compañía ha estado impulsando la creación de entornos de trabajo eficientes y de vanguardia, redefiniendo la manera en que las empresas internacionales abordan sus operaciones externas, un ejemplo: La Zona Franca de Bogotá.



“La estructuración de diversos proyectos inmobiliarios, logísticos, industriales, de servicios y de datacenters, requiere de una rigurosa evaluación de un sin número de variables como son la ubicación, eficiencia logística, adecuados servicios públicos, mejores costos, entre otros, así como capacidad de adaptación y una gestión eficiente de los recursos, acciones que el Grupo ZFB ha implementado con el objetivo de posicionar a Colombia como un destino Nearshoring confiable y seguro”, mencionó Diego Gaitán Galindo, Gerente General de la Desarrolladora de Zonas Francas.

Al aprovechar las ventajas competitivas del país, como costos laborales competitivos y el desarrollo de una infraestructura logística, industrial y de servicios en constante crecimiento, así como los incentivos de las Zonas Francas eco industriales, las empresas han encontrado en Colombia no solo una solución eficiente, sino también una oportunidad para contribuir al desarrollo sostenible y al crecimiento económico del país. Colombia, a su vez, se está posicionando como un actor

Desarrollo Inmobiliario: Un Pilar Esencial para el Éxito del Nearshoring:

La estructuración y construcción de infraestructura adecuada son pasos esenciales para garantizar el éxito a largo plazo de los proyectos de nearshoring. El Grupo ZFB ha destacado por su enfoque meticuloso en la estructuración de proyectos inmobiliarios que no solo cumplen con los requisitos

operativos sino que también impulsan la eficiencia y la colaboración entre los equipos.

Al respecto, Diego Gaitán menciona, "En este proceso de estructuración y desarrollo de proyectos hechos a la medida, el Grupo ZFB acompaña a sus clientes en la planeación de viabilidad del proyecto, la selección de ubicación en el país de acuerdo a sus planes de exportación o de transformación de materias primas de acuerdo a la cadena de suministro, la consecución de lotes, diseño y construcción de la infraestructura, así como en la búsqueda del apalancamiento económico".

Aspectos Clave de la Estructuración del Proyecto Inmobiliario:

- **Estudio de Viabilidad:** Un análisis detallado respalda cada iniciativa, asegurando una planificación financiera sólida y una evaluación exhaustiva de los riesgos.
- **Modelo de Financiamiento:** El Grupo ZFB define modelos financieros flexibles, permitiendo la ejecución efectiva de los proyectos sin comprometer la calidad.
- **Negociación de Contratos:** Contratos bien negociados con todas las partes interesadas garantizan la alineación de objetivos y la ejecución eficiente.

- **Gestión de Riesgos:** La implementación de planes de gestión de riesgos minimiza los posibles contratiempos durante todas las fases del proyecto.
- **Gestión Posterior a la Construcción:** La atención al detalle se extiende más allá de la construcción, con planes integrales para la gestión continua de la propiedad.

La iniciativa del Grupo ZFB por implementar la estructuración de proyectos ha desempeñado un papel fundamental en posicionar a Colombia como un destino altamente atractivo para el nearshoring, contribuyendo de manera significativa al desarrollo económico del país y trayendo importantes compañías de diferentes mercados como tecnología, servicios BPO entre otros.



Designing the future

Our Services:

Smart Services Design
Product Development
Manager Training
Management Counseling

ConsejeroGerencial.com



Mitos y verdades sobre los hackers, la mayoría salvan a las empresas

Existen distintos tipos de hackers: Están los de sombrero negro y los de sombrero blanco (los malos y los buenos), también está el equipo rojo, el equipo azul y el menos conocido, equipo púrpura.

No todos los hackers son ciberdelincuentes, la mayoría vela por mantener la seguridad de las empresas y sus clientes. De allí nace el Hacking ético, una necesidad para las compañías modernas para mantenerse en el mercado.

Seidor, la multinacional tecnológica que ofrece un portafolio integral de soluciones y servicios de innovación, entre ellos la ciberseguridad empresarial, hace un llamado para promover la conciencia sobre la importancia del hacking ético en la era digital actual.

Pero primero, es importante saber qué es el Hacking ético. En resumidas cuentas, se utiliza este término para referirse a los profesionales de la seguridad informática que tienen el permiso de una organización para hacer comprobaciones de su seguridad cibernética.

El objetivo de estas pruebas es comprobar, precisamente, cómo está la red, cuáles son los puntos fuertes y los débiles de los sistemas para mejorar la protección y la seguridad de la información.

¿Para qué sirve el hacking ético?

Cuando se llevan a cabo prácticas de hacking ético, se ponen en marcha las mismas técnicas y prácticas que haría un ciberdelincuente para intentar romper las medidas de protección y adentrarse, sin permiso, en una red o en un equipo.



“Es por eso, que nace la necesidad de tener un equipo de profesionales capacitados en la detección y prevención de posibles amenazas cibernéticas. El objetivo es asegurar la seguridad de las empresas y proteger sus activos digitales valiosos.”, dijo Seidor.

Es por eso que el hacking ético se ha convertido en una herramienta clave para garantizar la seguridad de las organizaciones y cómo su uso está en aumento en todo el mundo.

Seidor Colombia señala que el hacking ético se refiere al uso de técnicas de hacking con fines legítimos, como la identificación de vulnerabilidades de seguridad en los sistemas de una empresa, y no con fines maliciosos. Al utilizar técnicas de hacking con fines legítimos, como la identificación de vulnerabilidades de seguridad en los sistemas de una empresa, se pueden tomar medidas para protegerse de posibles ataques cibernéticos.

Además, el hacking ético contribuye a mejorar la seguridad de la información en línea en general al identificar y corregir las vulnerabilidades en los sistemas de las empresas, ayudando a prevenir futuros ataques cibernéticos contra otras organizaciones o individuos.

Además, el hacking ético también ayuda a las empresas a cumplir con las regulaciones y normativas de seguridad de la información aplicables al sector. En ese sentido, al mantener la seguridad de sus sistemas y datos, las empresas pueden cumplir con las regulaciones y evitar posibles sanciones o multas.

¿Qué tipos de Hackers existen?

Más allá del simple término de Hacker, hay varios tipos de ellos, que se pueden distinguir muy fácilmente.

Los primeros son los Hackers de sombrero negro y sombrero blanco: Los hackers de sombrero negro buscan romper la seguridad, accediendo a cuentas y datos sin permiso para robar datos valiosos y entrar en áreas de datos restringidas, los de sombrero blanco persiguen mejorar el marco de seguridad de las empresas, facilitar el desarrollo de estructuras de seguridad sólidas, así como mejorar los cortafuegos y actualizar y mantener regularmente los sistemas de seguridad.

Esta es la primera gran distinción.

Habría un tercer grupo de hackers, los de sombrero gris. A medio camino entre los autorizados y los no autorizados, este tipo de profesionales se dedican a explotar vulnerabilidades,

pero con el objetivo de aumentar la conciencia sobre estos problemas. A diferencia de los de sombrero negro, no tienen malas intenciones. Pero tampoco se tienen por qué amoldarse a un código de ética como hacen los hackers de sombrero blanco.

Hackers ofensivos

Pero, además, dentro de la seguridad, también se suele diferenciar entre varios tipos de equipos. Así, el conocido como “red team” (equipo rojo) está formado por profesionales que trabajan en una capacidad ofensiva, haciéndose en muchos casos pasar por un ciberatacante con el fin de evaluar el riesgo y las vulnerabilidades de una red o sistema en un entorno controlado. Este, “red team” examina los posibles puntos débiles de la infraestructura de seguridad y también los lugares físicos y las personas.

Hackers especializados en seguridad

Por otro lado, se encuentra el “blue team” (equipo azul) que trabaja como defensa de los servicios de seguridad. Estos hackers conocen los objetivos empresariales y la estrategia de seguridad de la organización para la que trabajan. Se dedican a recopilar datos, documentar las áreas que necesitan protección, realizan evaluaciones de riesgo y refuerzan las defensas para evitar las brechas.

Normalmente son los encargados de potenciar algunas políticas de seguridad más robustas, como contraseñas más fuertes, limitar el acceso al sistema, poner en marcha herramientas de supervisión y educar a otros miembros del personal.

Por último, y aunque son menos frecuentes, también existen localizar a los “purple team” o equipo púrpura. Estos son una mezcla de los dos anteriores. De hecho, su misión es que ambos equipos (rojo y azul) trabajen estrechamente para que se retroalimenten y, con ello, se incremente aún más la seguridad de la organización en general.

Ya con estos datos, se puede entender que las compañías deben contar con aliados que ayuden con recomendaciones y mejores prácticas para ayudar a las empresas a protegerse contra las amenazas cibernéticas y promover un entorno seguro en el mundo digital.

Para finalizar, la recomendación de la empresa Seidor es tomar una iniciativa importante al promover la conciencia sobre la importancia del hacking ético en la era digital actual. Su objetivo es ayudar a las empresas a proteger sus activos digitales valiosos y garantizar un entorno seguro en el mundo digital.

SEIDOR Colombia destaca cuáles son los beneficios de implementar un sistema ERP en su negocio

La transformación digital cambió nuestra forma de vida, no solo en las actividades cotidianas sino también el mundo corporativo. De hecho, de acuerdo con datos de la ANDI - Asociación Nacional de Industriales - seis de cada diez empresas en Colombia ya tienen una estrategia de transformación digital que además integra sistemas de tipo informático con el fin de impulsar la productividad, automatizar procesos y planificar el uso de los recursos para su optimización.

Para las empresas, es vital contar con información en tiempo real para medir y analizar el impacto de sus próximas decisiones estratégicas. Por ello, cada vez es más necesario contar con sistemas modernos como el ERP (Enterprise Resource Planning), un software de planificación de recursos empresariales.

Las ventajas de implementar estas soluciones en las empresas, es que permiten tener un mejor control y gestión de los recursos, ahorrando costos en la producción y agilizando las tareas diarias.

En ese sentido, SEIDOR, multinacional tecnológica, uno de los principales partners de SAP en el mundo y, especializada en estos servicios destaca algunos aspectos relevantes:

Productividad: automatización de las labores que consumen mucho tiempo liberando a los colaboradores de tareas que antes eran manuales y repetitivas, enfocándose en el talento humano y la solución de proyectos que requieren más atención. Por otro

lado, los datos centralizados mejoran la colaboración y comunicación entre los colaboradores.

Usabilidad: Sistema fácil y amigable por el usuario.

Procesos automatizados: Automatiza todas las operaciones y flujos entre departamentos.

Planificación: estos sistemas de gestión empresarial facilitan el control del flujo de mercancías y realizar inventarios optimizando los recursos. Además de generar reportes de diferentes fuentes y sistemas en un instante para todas las áreas de la empresa.

Ahorro económico: otro aspecto importante de porqué implementar un sistema ERP en su empresa ya que esta herramienta permite ser más eficiente disminuyendo errores y reduciendo costes, lo que se traduce en una mejora del rendimiento y beneficios.

Rentabilidad: mejora el margen de beneficios para el retorno de la inversión de sus negocios.

Acceso a datos: los sistemas ERP recogen todos los datos referentes a las actividades de la empresa controlando el

tránsito de la información en tiempo real que genera cada área de la empresa y generando reportes. Así mismo mejorando la atención al cliente ya que se tiene acceso de forma más rápida y precisa a la información de los clientes y su historial.

Competitividad y crecimiento empresarial: mejora los procesos de la empresa obteniendo crecimiento empresarial, además, te mantiene por delante de la competencia.

Movilidad y flexibilidad: al contar con este sistema se puede trabajar desde cualquier lugar y con cualquier dispositivo solo con una conexión a internet.

Además, algunas de las características principales de los ERP son la automatización de los datos, mejorar procesos sobre predicción de información. De igual manera, el ERP sirve para mejorar la gestión de recursos en el aspecto financiero, recursos humanos, contabilidad, control de almacén, inventarios, clientes, ventas, marketing, compras, proveedores, entre otros.

Existen diferentes tipos de ERP para las empresas de todos los sectores productivos e industrias y se adaptan las necesidades del *core* de negocio.

¿Por qué las empresas adquieren un nuevo ERP?

Obsolescencia de hardware y software, integración de procesos, resuelve problemas de procesamiento de pedidos, además de prever y resolver errores, así como, evitar datos duplicados y reducir el inventario excesivo.

SEIDOR Colombia cuenta con un equipo de consultores especializados que pueden identificar una ruta para implementar este sistema de gestión empresarial en su negocio ayudando a las compañías en su transformación digital hacia una empresa inteligente.

La digitalización es ahora y hay que aprovechar las ventajas que nos trae para estar acorde con las dinámicas del mercado, además de estar a la altura de las demandas de los clientes optimizando los procesos de su empresa y del sector.



¿Tiene preguntas sobre mercadeo,
ventas o servicio al cliente?
Atrévase a llamar al +57 3105102373
y resuelva sus dudas:

ConsejeroGerencial.com



La revolución educativa en América Latina: La Inteligencia Artificial transforma la educación superior

- La IA no se limita a un sólo campo de estudio; más bien, se incorpora en diversas disciplinas.
 - La actualización dinámica de currículos a través de la IA se ha convertido en un elemento central para mantener al día los planes de estudio.

En sintonía con los rápidos avances tecnológicos, la educación superior experimenta una transformación notable con la integración de la Inteligencia Artificial (IA). Este cambio no es simplemente una adaptación a la era digital, sino una redefinición fundamental de cómo los estudiantes abordan el aprendizaje y la adquisición de habilidades.

En este sentido, [Universidad ISEP](#) comparte puntos esenciales que marcarán la revolución educativa con IA.

A modo de contexto, cabe señalar que una encuesta mundial realizada por la UNESCO en más de 450 escuelas y universidades ha revelado que menos del 10% de éstas han desarrollado políticas institucionales y/o directrices formales relativas a la utilización de aplicaciones de Inteligencia Artificial (IA) generativa.

En este sentido, la Universidad Isep ha fomentado la aplicación positiva de estas herramientas que serán esenciales para el futuro académico de los estudiantes.



“La estrategia de ISEP para abrazar la IA en la educación superior destaca la importancia de adaptarse a un entorno educativo en constante evolución. La institución no sólo busca enriquecer el conocimiento académico, sino también equipar a los estudiantes con habilidades prácticas para el futuro.

Este cambio refleja un compromiso genuino con la evolución de la educación superior hacia un modelo más centrado en las necesidades del estudiante y las demandas del mundo moderno”, señaló Marc Gaja, Director General de Universidad ISEP.

Desarrollo de contenidos renovado con IA:

La actualización dinámica de currículos a través de la IA se ha convertido en un elemento central para mantener al día los planes de estudio.

Esta innovación permite a los estudiantes estar al tanto de las últimas tendencias y avances, asegurando que su formación sea relevante y esté alineada con las necesidades del mercado laboral del futuro.

“ISEP se posiciona en la vanguardia de la educación superior al integrar la Inteligencia Artificial (IA) en todos los aspectos de su modelo educativo.

Esta integración va más allá de la mera adopción de nuevas tecnologías; representa una redefinición completa de la experiencia de aprendizaje, haciendo que sea más interactiva, personalizada y adaptada a las demandas del futuro”, expresó Gaja.

Empoderamiento del personal docente mediante la automatización:

Esta automatización permite a los educadores liberar tiempo valioso, dedicándose a una enseñanza más personalizada y orientada al desarrollo integral de los estudiantes.

Facilitación del aprendizaje con herramientas de IA avanzadas:

La generación de contenido interactivo, enriquecido con visualizaciones y animaciones, transforma la manera en que se abordan y comprenden los conceptos académicos.

Promoviendo el conocimiento transversal de la IA:

La IA no se limita a un solo campo de estudio; más bien, se incorpora en diversas disciplinas. Esta integración transversal busca proporcionar a los estudiantes una comprensión holística de la IA, independientemente de su área de especialización, preparándose para un mundo interconectado y multidisciplinario.

La estrategia de integrar la IA en la educación superior representa un cambio fundamental en cómo abordamos la formación académica.

Este enfoque no sólo busca mantenerse a la vanguardia de la tecnología, sino también equipar a los estudiantes con habilidades esenciales para prosperar en un mundo cada vez más impulsado por la innovación y la inteligencia artificial.

La educación superior, impulsada por la IA, se convierte en un terreno fértil para el desarrollo de habilidades y la preparación efectiva para los desafíos del mañana.

Big Data en Latinoamérica

Hay pocos profesionales en este campo

El Big Data es una de las profesiones mejor pagadas en América Latina. En el mercado latinoamericano del Big Data, Brasil y México son los países que llevan la delantera, Colombia les sigue el paso. El crecimiento acelerado que ha experimentado el sector de la tecnología en los últimos años, ha incrementado la demanda de profesionales con conocimiento en áreas como la ciberseguridad, la inteligencia artificial y el Big Data. En América Latina el Big Data es uno de los perfiles con mayor salida laboral en el campo de las tecnologías de la información (IT).

Tanta es su importancia, que el Foro Económico Mundial ubica el análisis de datos como una de las carreras que crecerá más y a mayor velocidad en el mundo, así como una de las habilidades más demandadas por las compañías.

Sin embargo, se estima que en Latam se necesitan alrededor de medio millón de trabajadores IT, muchos de ellos ocupados en la gestión, análisis y almacenamiento de datos.

“Esta formación, se ha convertido en una de las opciones más atractivas para los profesionales del futuro, debido al protagonismo que está ganando.

Está presente actualmente en los sectores económicos, sociales, gubernamentales, educativos e incluso artísticos. Aun así, la oferta académica sigue siendo escasa y hay pocos profesionales preparados en esta materia” Mencionan los expertos de la Universidad Isep.

Según datos de la institución, en el mercado latinoamericano, Brasil y México llevan la delantera: el primero, por si solo acumula el 46,7% de las ventas generadas por el Big Data, mientras que el segundo, tiene el 26,7%.

Por su lado, Colombia tiene el 7,9% y le siguen países como Chile, Argentina y Perú.

Aunque varía de acuerdo al país y el sector, en América Latina el salario de un profesional en Big Data y en general las carreras relacionadas con el campo de las tecnologías, se encuentra en países como Perú y Chile con rangos que oscilan entre los 40 mil dólares anuales para profesionales experimentados.

En Colombia, un científico de datos tiene un sueldo estimado entre los 15 mil y los 20 mil dólares anuales.

Adicionalmente, trabajar en Big Data representa grandes oportunidades por la creciente demanda de estos profesionales, por lo que los perfiles más buscados por las empresas son: analistas de datos, cuya tarea es procesar los datos y realizar análisis y conclusiones que permitan tomar mejores decisiones; Ingenieros de datos, encargados de crear programas y plataformas de almacenamiento de datos y analistas de Business Intelligence, especialistas en asesorías empresariales y encontrar oportunidades tras el estudio de datos.





Edmundo Barrientos
Founder & CEO de Boost Education Inc,



IA Educación

Cómo el algoritmo de la Inteligencia Artificial permite un aprendizaje personalizado e inclusivo

Edmundo Barrientos, Founder & CEO de Boost Education Inc, una empresa que cuenta con servicios en las que se integra Inteligencia Artificial especializada para el ámbito del aprendizaje en las organizaciones educativas y empresas, considerando sus contenidos y necesidades de aprendizaje.

Llevo 15 años desarrollando soluciones tecnológicas educativas en Chile y ahora en Estados Unidos; se trata de un área de mi interés desde que era un niño, puesto que mi madre es profesora, por ende, este temas siempre estuvo presente en mi casa, y a lo largo de toda mi vida.

Aun así creo que, ninguno de nosotros, nos hubiésemos imaginado el mundo con las capacidades actuales de la inteligencia artificial, algo propio, hasta hace poco, de las películas de ciencia ficción y de las novelas donde nos auguraban la rebelión de las máquinas.

Hoy, la inteligencia artificial no está sólo en el área de la ficción y mucho menos es algo del futuro, esta tecnología 5.0 está presente en el hoy, e incluso ya en nuestro día a día.

Bajo esa mirada, es imposible pretender que no estará presente en la educación, de hecho, creo urge agregarla a los planes educacionales, pensando en especial en las futuras generaciones que deberán tener habilidades cognitivas superiores, ya que en el futuro se va a necesitar a personas que tengan capacidades que van más allá de la repetición de tareas, memorización o incluso de esfuerzo físico.

Y, en esto la aplicación de la IA en la educación juega un rol vital ya que mediante su integración con principios de las Ciencias Cognitivas permite no sólo un aprendizaje personalizado, sino que además mucho más inclusivo.

Esto es lo que desarrollamos en Boost Education Inc, donde ofrecemos asistentes, o en este caso conocidos como tutores inteligentes, para acompañar a los estudiantes en su aprendizaje.

Esto quiere decir, que dado un contenido, como por ejemplo dentro de una plataforma de e-learning, o un libro electrónico, se genera un tutor virtual quien acompaña al estudiante para desarrollar el pensamiento crítico, a que aprendan este contenido, a aplicar los conceptos, y a relacionarlos con sus conocimientos previos.

De acuerdo a mi expertise, otras razones clave por las cuales los algoritmos de IA facilitan el aprendizaje personalizado son:

Análisis de datos masivos: Los algoritmos de IA pueden procesar grandes cantidades de datos de manera rápida y eficiente. Esto incluye información sobre el desempeño pasado de los estudiantes, preferencias de aprendizaje, y otros datos relevantes que pueden ser utilizados para personalizar la experiencia

educativa.

Adaptabilidad en tiempo real: La IA puede ajustar dinámicamente el contenido y la dificultad de las lecciones en tiempo real. Si un estudiante demuestra un dominio rápido de un tema, la IA puede avanzar a material más avanzado. Por otro lado, si hay dificultades, la IA puede proporcionar ejercicios adicionales o explicaciones más detalladas.

Retroalimentación inmediata: Los algoritmos de IA pueden proporcionar retroalimentación inmediata sobre el desempeño del estudiante. Esto permite que los educadores y los propios estudiantes identifiquen áreas de mejora de manera rápida y eficaz.

Enfoque Individualizado: La IA permite el desarrollo de planes de estudio personalizados para cada estudiante, teniendo en cuenta sus habilidades, preferencias y ritmo de aprendizaje. Esto asegura que cada estudiante reciba la atención y el material que mejor se adapten a sus necesidades.

Aprendizaje autoadaptativo: Los sistemas basados en IA pueden aprender y adaptarse a medida que interactúan más con los estudiantes. Esto significa que el sistema se vuelve más preciso y efectivo a medida que recopila datos sobre el rendimiento y las preferencias del estudiante a lo largo del tiempo.

Accesibilidad: La IA también puede facilitar la accesibilidad al personalizar la presentación del contenido para adaptarse a diferentes estilos de aprendizaje, niveles de habilidad y necesidades especiales.

Me dedico a dos frentes: primero, a optimizar empresas con automatización de procesos, y segundo, a fomentar habilidades cognitivas avanzadas para la era industrial actual. Mis inversiones se extienden por EE.UU. y Latam en sectores como SaaS, distribución, educación y agencias digitales.

www.boostedu.co





IA en clase

Mónica Lepín

IA y recursos digitales en la sala de clases: “El docente juega un papel insustituible en la educación”

Mónica Lepín, Educadora de párvulos, autora y editora de Caligrafix, la primera editorial en Chile y América Latina en incorporar realidad aumentada a su material educativo, reflexiona sobre el rol clave de estos profesionales en Chile y los desafíos que enfrentan a diario en el aula y fuera de ella.

Los educadores y educadoras de párvulos desempeñamos un papel fundamental en el desarrollo de los niños y niñas en una etapa vital de sus vidas. Trabajamos con pequeños que están experimentando un período hermoso y crucial en su crecimiento, en el cual la estimulación de diversas habilidades desempeña un papel fundamental.

En esta fase, los educadores nos convertimos en figuras de gran importancia en todos los aspectos. Aquí, se sientan las bases para

un desarrollo adecuado que permitirá a los preescolares afrontar con éxito las nuevas experiencias que ofrece la educación básica.

Esto implica no sólo la transmisión de conocimientos, sino también la inculcación de valores, el fomento de la interacción social y la preparación para enfrentar los desafíos que fortalecerán a los niños y niñas en el futuro.

El rol clave de todos los que somos educadores de párvulos, es actuar como mediadores eficaces tanto para los estudiantes como para las familias que confían en nosotros para el cuidado y la educación de los más pequeños. Conocer a cada estudiante de manera individual y reconocer sus características únicas nos permite realizar una labor excepcional como docentes y mediadores.

En la última década, he observado un cambio significativo en la valoración de la educación parvularia, un avance que merece reconocimiento. Antes, esta profesión no recibía la atención y aprecio que merecía. A pesar de este progreso, existen desafíos importantes que debemos abordar.

En primer lugar, considero que la valorización de la labor del educador de párvulos es esencial. Esto implica no sólo reconocer su importancia, sino también mejorar la remuneración en la profesión. Muchas personas se gradúan cada año, y, en ocasiones, la oferta de empleo y la compensación salarial no reflejan adecuadamente la relevancia de su trabajo. Este es un desafío clave a superar.

Además, la capacitación constante es fundamental. Los educadores de párvulos nos enfrentamos a diversas realidades con los estudiantes, incluyendo aquellos con necesidades educativas especiales. Identificar estas necesidades y proporcionar apoyo efectivo requiere un compromiso continuo con nuestra formación profesional.

En última instancia, cada día en el aula se presentan desafíos, ya sea relacionados con los estudiantes, los contenidos, los materiales o las dinámicas familiares. El objetivo es lograr una armonía que permita que los niños y niñas disfruten de una experiencia preescolar exitosa. La colaboración entre educadores, otros profesionales, directivos y las familias desempeñan un papel crucial en esta búsqueda de éxito.

En ese aspecto, Caligrafix ofrece una amplia gama de materiales diseñados específicamente para la etapa preescolar. Nuestra oferta incluye cuadernos de actividades como "Balancín" y "Calibots Starter" para niños y niñas desde los 3 años.

Para aquellos de 4 a 5 años, "Trazos y Letras" y "Lógica y Números", además de la línea de conciencia fonológica "Jugando con los sonidos" y también para reforzar el discurso narrativo "Jugando con los cuentos". Todos con el objetivo de otorgar un

aprendizaje, lúdico e interactivo que cuentan con guías didácticas que sirven como un recurso complementario invaluable para los educadores. Y no podemos olvidar nuestra línea de "Viaje Literario" con una amplia gama de títulos para el fomento a la lectura.

De hecho, hoy ya es posible encontrar nuestro Catálogo 2024 mediante el cual, docentes y apoderados pueden encontrar material educativo innovador y de alta calidad pensado para apoyar el aprendizaje de niños y niñas en edad preescolar y básica.

Es importante destacar que nuestro material se ha creado con la participación activa de educadoras de párvulos, incluyéndome a mí misma, quienes hemos acumulado al menos una década de experiencia en el aula. Esta experiencia en la enseñanza es fundamental para generar recursos que respalden eficazmente el trabajo de las educadoras y educadores. Nos colocamos en el lugar del docente, del niño o niña y de las familias, lo que nos permite desarrollar materiales de alta calidad que complementan la labor del educador.

También es crucial entender que nuestros materiales no reemplazan la clase, ya que sabemos que como educadores, jugamos un papel insustituible en la educación.

Sin embargo, Caligrafix proporciona recursos que complementan esta función, potenciando una variedad de habilidades necesarias para el desarrollo de los estudiantes. Además, nuestros materiales se ajustan a las bases curriculares de la educación parvularia, lo que garantiza que estén alineados con los estándares educativos.

¿Qué deben tomar en cuenta quiénes están estudiando esta carrera o la están cursando?

Quiero compartir algunos consejos sobre esta hermosa carrera, donde el enfoque principal es el desarrollo de los niños y las niñas. Es esencial conocer cada etapa de su crecimiento y estar atentos a los hitos del desarrollo, ya que estos nos proporcionan evidencias de cómo se están desenvolviendo en diferentes aspectos. Les animo a que valoren esta profesión como algo fundamental en la vida de los pequeños. No dejen de capacitarse, ya que cada día hay mucho por aprender, y la práctica diaria fortalecerá su labor, descubriendo un mundo nuevo que les sorprenderá continuamente.

www.caligrafix.cl



El impacto de la revolución de la IA y sus nuevas apuestas en el mercado global

- Los roles relacionados con la tecnología, como especialistas en IA y aprendizaje automático, están en la cima de los trabajos de rápido crecimiento y se pronostican grandes incrementos de empleo en el campo de la educación, la agricultura y el comercio digital.
- Es crucial establecer políticas y estrategias de retención y repatriación de talento para fomentar el desarrollo tecnológico equitativo, expone el informe de OBS Business School.

El auge de la inteligencia artificial y otras tecnologías avanzadas está acelerando la pujanza de ciertas ciudades y países de referencia tecnológica alrededor del mundo.

Teniendo en cuenta el desarrollo y la innovación en este ámbito, el colaborador de la escuela OBS Business School, Demófilo Peláez, expone en el Informe OBS, su experticia en “El impacto de la revolución de la IA en España y Latinoamérica”, haciendo un acercamiento a este complejo y poliédrico fenómeno que está teniendo sus efectos en todos los ámbitos del mercado y las industrias.

En la transformación que ha creado la Inteligencia Artificial, supone también una revolución en la configuración social y

urbana por las migraciones de talento a zonas concentradas, con consecuencias buenas en ciertos aspectos, pero también con algunos efectos que se tendrían que evitar.

Por un lado, los hubs, centros de innovación y desarrollo tecnológico, atraen a profesionales altamente calificados y a empresas multinacionales, creando ecosistemas de innovación dinámicos y competitivos; estos centros se han convertido en polos de atracción para el talento global, donde expertos de distintas partes del mundo buscan oportunidades laborales y de desarrollo profesional.

Se trata de un fenómeno de migración que ayuda a la creación de empleo, aumenta la innovación y la consolidación de comunidades científicas y tecnológicas.

Sin embargo, también puede llevar a la desigualdad regional y a la fuga de cerebros de ciertas zonas que se van quedando rezagadas frente a otras más prósperas y con mayores oportunidades.

Esta dinámica debilita a los países de origen porque disminuye su capacidad para innovar y desarrollarse tecnológicamente.

Peláez afirma:

“Es crucial establecer políticas y estrategias de retención y repatriación de talento para mitigar este fenómeno y fomentar el desarrollo tecnológico equitativo”.

Las zonas en las que se sitúan los hubs tecnológicos cuentan con una aglomeración de talento que eleva la competencia por profesionales calificados, inflando salarios.

Aunque esto puede beneficiar a los profesionales en términos salariales, también puede generar tensiones laborales y disminuir la lealtad de los empleados, generando una alta rotación de personal. En este contexto, surgen retos éticos importantes.

“Se trata de un fenómeno complejo y multidimensional porque, si bien se impulsa la innovación y el desarrollo tecnológico, también se engendran desigualdades, exclusión y tensiones éticas y sociales”,

opina Peláez.

Por ello, el informe indica que es razonable abordar estos retos de manera integral y multidisciplinaria, promoviendo políticas de inclusión, diversificación y equidad y fomentando el desarrollo de capacidades tecnológicas en regiones y países menos favorecidos para garantizar un futuro tecnológico más justo y sostenible.

El comienzo de esta revolución

A finales de noviembre de 2022 irrumpió en nuestras vidas la que se ha convertido en la aplicación tecnológica de más rápido crecimiento de la historia, Chat GPT.

Esta herramienta de IA alcanzó los cien millones de usuarios mensuales activos apenas dos meses después de su lanzamiento frente a los cinco años que tardó Twitter, los dos años y medio de Instagram o los nueve meses de TikTok.

Con el desarrollo de estas nuevas herramientas de Inteligencia Artificial los procesos se están automatizando, se reduce el error humano, se agiliza la toma de decisiones, se aporta precisión y, en última instancia, se potencia la creatividad humana como factor diferencial.

Es probable que la mayor transformación se esté produciendo en el panorama laboral, puesto que más del 85% de las organizaciones encuestadas por el Foro Económico Mundial (2023) identifican la adopción creciente de nuevas tecnologías y el acceso digital ampliado como tendencias primordiales para impulsar el cambio en sus empresas.

Se prevé que el 42% de las tareas serán automatizadas para 2027, mientras que de la IA en particular se espera que tenga un impacto mixto en el empleo: por un lado, cerca del 50% de las organizaciones prevé que generará crecimiento laboral, sin embargo, un 25% espera que provoque pérdidas de empleo, mientras la IA puede crear oportunidades en áreas especializadas y de alta tecnología, también puede desplazar puestos de trabajo en otras áreas.

Los roles relacionados con la tecnología, como especialistas en IA y aprendizaje automático, están en la cima de los trabajos de rápido crecimiento; y el informe pronostica grandes incrementos de empleo en el campo de la educación, la agricultura y el comercio digital. En cuanto a las habilidades laborales, el pensamiento analítico y creativo son las más valoradas en la actualidad.

Según el informe, se estima que hoy en día, el 34% de todas las tareas relacionadas con el negocio son realizadas por máquinas y el 66% restante por humanos, las empresas han introducido la automatización en sus operaciones a un ritmo más lento del previsto; y es que son poco optimistas respecto a la disponibilidad de talento en los próximos cinco años porque detectan todavía una falta de habilidades.



IA Empresarial

¿Por qué las grandes empresas deberían adoptar la IA para sus tareas más complejas?

Que un negocio destaque en el mercado necesita de un manejo de datos rápido, preciso y acertado, y un ecosistema con herramientas de IA puede brindar la ayuda necesaria.

Las empresas actuales tienen un gran desafío hoy: procesar grandes cantidades de información, resolver tareas de gran complejidad en tiempo récord y con gran nivel de precisión.

Tener cientos de herramientas, a veces disociadas o duplicadas para procesos individuales, sólo acrecienta el problema. Pero la IA puede ser una respuesta óptima.

Aunque la discusión sobre el empleo de la IA generativa como Chat GPT sigue levantando polvo, es cierto que los últimos avances de los modelos de lenguaje grandes (LLM) ofrecen muchas ventajas a las empresas que decidan acogerla.

Ya esta tecnología ha demostrado su eficacia.

Por supuesto, el máximo potencial a la hora de manejar tareas complejas, multinodales, de muchos pasos, requiere de armar ecosistemas de IA que puedan responder conjunta y armoniosamente a las necesidades de las empresas..

Así lo explican los expertos de la multinacional tecnológica EPAM, con presencia en Colombia.

En su artículo, explican cómo las empresas necesitan de un ecosistema adecuado, tecnologías habilitadoras y activos de datos para que la IA orquesten toda esa complejidad y desarrollen tareas valiéndose de las capacidades analíticas y de comunicación de los LLM, así como de la abundancia de modelos de aprendizaje automático (ML), que funcionan siguiendo estos cuatro pasos esenciales: planificación de la tarea, selección del modelo, ejecución de la tarea y generación de respuestas.

La IA como especialista en gobierno de datos para las empresas: Los datos son el alma de cualquier empresa que desee posicionarse en el mercado, destacar entre la competencia y ofrecer productos o servicios de manera focalizada.

No obstante, aprovechar dichos datos, especialmente si es una empresa grande, depende de tener un catálogo de estos completo y actualizado, un almacén de características y un repositorio de modelos. Y hacer esto es desafiante, consume recursos y tiempo.

El volumen de información, la calidad de los datos, la privacidad, las regulaciones... un mal manejo de estas variables genera respuestas o soluciones inexactas o incompletas.

Ahí es donde entran los LLM como especialistas en gobierno de datos en su organización para realizar las siguientes tareas:

Creación de descripciones y metadatos para conjuntos de datos, sus dependencias y características, así como para modelos en el repositorio de modelos: Para los conjuntos de datos, los LLM pueden obtener información de la fuente del conjunto de datos, su

estructura, dependencias y las características que contiene. Para los modelos, los LLM pueden aprovechar las áreas de experiencia del modelo, métricas de rendimiento y precisión, conjuntos de datos utilizados en el entrenamiento y pruebas, y el control de versiones para generar descripciones.

Evaluación de la calidad y actualidad de los datos: Los LLM pueden utilizar algoritmos de procesamiento del lenguaje natural (NLP) para extraer información de fuentes de datos no estructurados, como comentarios de clientes o publicaciones en redes sociales.

Control de redundancia de datos y modelos: Los LLM pueden identificar y eliminar datos y modelos adicionales en el catálogo y el repositorio, asegurando que los datos y modelos estén actualizados y que los recursos no se desperdicien.

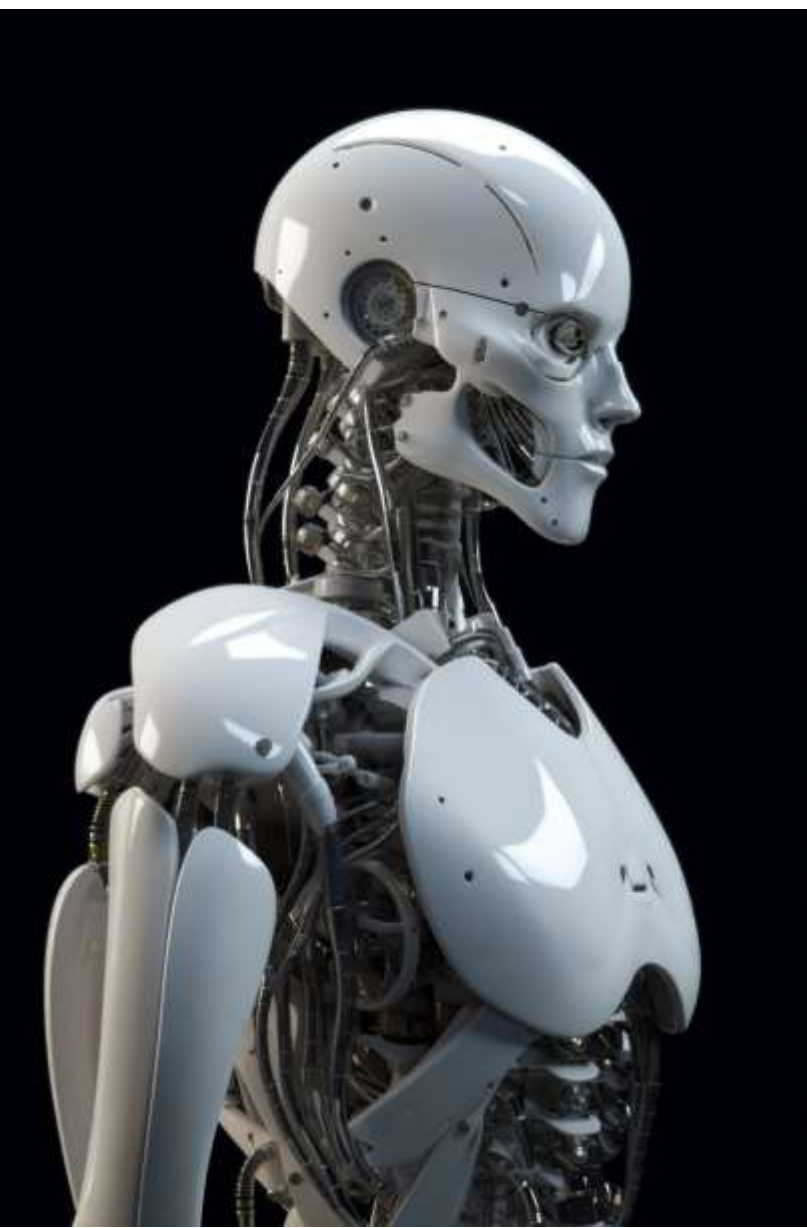
Vectorización de tareas, conjuntos de datos, características e información del modelo: Esto permite capacidades de búsqueda eficientes y precisas basadas en consultas en lenguaje natural u otros criterios de búsqueda.

Los LLM también pueden beneficiar a los motores de decisión de varias maneras. Una de las principales ventajas es su capacidad para proporcionar información contextual en tiempo real que puede informar las decisiones y mejorar la precisión y eficiencia del motor de decisión.

Con la capacidad de analizar fuentes de datos no estructurados (como redes sociales, artículos de noticias y comentarios de clientes) en tiempo real, los LLM pueden identificar tendencias emergentes, sentimientos y otros factores que pueden incidir en la toma de decisiones.

El desarrollo de la IA está en constante evolución y la cantidad de modelos de MLL disponibles podría aumentar rápidamente a cientos o miles. Para diferenciar los negocios en el mercado, se deben orquestar múltiples componentes, modelos y tecnologías para aprovechar el poder de la IA. Alcanzar los objetivos más rápidamente es la discusión reina en un momento en que el tiempo es de suma importancia.

PR LATAM es una empresa líder en relaciones públicas y consultoría en comunicación estratégica con 23 años de trayectoria, con presencia en Latinoamérica. Genera contenidos con información obtenida de primera mano y de las mejores fuentes, estableciendo relaciones de comunicación para construir puentes entre los clientes, los medios y las audiencias potenciales.





IA Comercial

Studio+ la nueva tendencia en Inteligencia Artificial Conversacional para generar estrategias comerciales efectivas

- La IA traza un rumbo para generar más de 3 billones de dólares en superávit económico durante los próximos cinco años, sigue siendo la máxima prioridad para más del 90% de los ejecutivos.
- En Colombia, una de cada cuatro empresas reporta que usa IA para sus operaciones comerciales, según una investigación de IBM.

El desarrollo de la inteligencia artificial para diferentes sectores, sigue siendo primordial para el avance y desarrollo de nuevas estrategias comerciales, promocionales y operacionales de diferentes industrias.

Se prevé que la IA libere más del 30% del tiempo de los empleados, impulsando el crecimiento de los ingresos y brindando experiencias innovadoras y eficientes.

“Yalo está democratizando la IA, permitiendo a empresas de todo el mundo aprovechar su poder donde las personas pasan más del 84% de su tiempo: las aplicaciones de mensajería.

Esta transformación redefinirá fundamentalmente cómo los consumidores interactúan con las marcas, marcando el comienzo de una nueva era de experiencias personalizadas a escala” afirma Javier Mata, CEO de YALO.



WhatsApp Native Commerce: integra perfectamente Yalo Commerce dentro de WhatsApp para realizar compras sin esfuerzo, aumentando las conversiones 2 veces en comparación con el comercio electrónico tradicional.

“La era de la IA es el presente y las expectativas de los clientes están cambiando rápidamente hacia interacciones y procesos inteligentes con las empresas” expone Mata y añade que, “se avecina un tsunami de transformación y con el nuevo Studio+ queremos facilitar que las empresas de diferentes industrias aprovechen GenerativeAI y liberen todo el potencial de sus datos y relaciones con los clientes, de una manera segura e intuitiva. Vemos un futuro en el que cada empresa tendrá su propio Genie”

Herramientas de Inteligencia Artificial conversacional

Journeys™: una nueva forma de personalizar su marketing a escala, aprovechando la inteligencia artificial para crear el mejor viaje para cada uno de sus clientes con interacciones bidireccionales en cualquier canal, incluido WhatsApp.

Sales Genie: su representante de ventas impulsado por IA, con pleno conocimiento de su negocio, listo para asesorar y guiar a los clientes en su proceso de compra.

Genie Trainer+™: permitirá a cualquier organización adaptar y capacitar a su propio Genie adaptado a necesidades comerciales específicas.

Casos de éxito que implementan la inteligencia artificial conversacional con YALO

- Nestlé impulsó sus ventas gracias a la IA: La solución impulsada por el aprendizaje automático recomienda automáticamente productos a los clientes en función de datos históricos de la tienda y los hábitos de compra del cliente.

Después de la implementación, el modelo mostró que la estrategia de ventas adicionales era la más efectiva, aumentando el tamaño promedio del ticket en aproximadamente un 5,3 %.

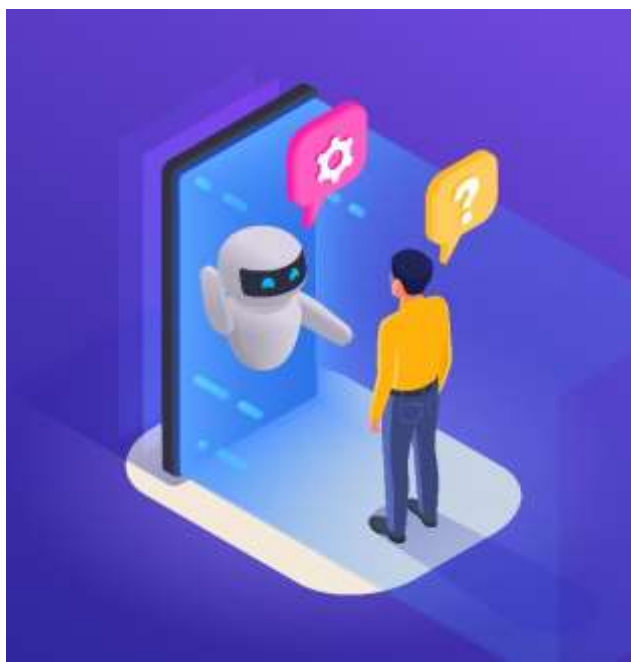
- Ampliando horizontes con Unilever: impulsando más del 30% de las ventas a través del asistente después de comenzar su viaje con Yalo para optimizar su modelo de comercialización (ventas telefónicas, representantes de ventas y asesores comerciales) para generar más ingresos.

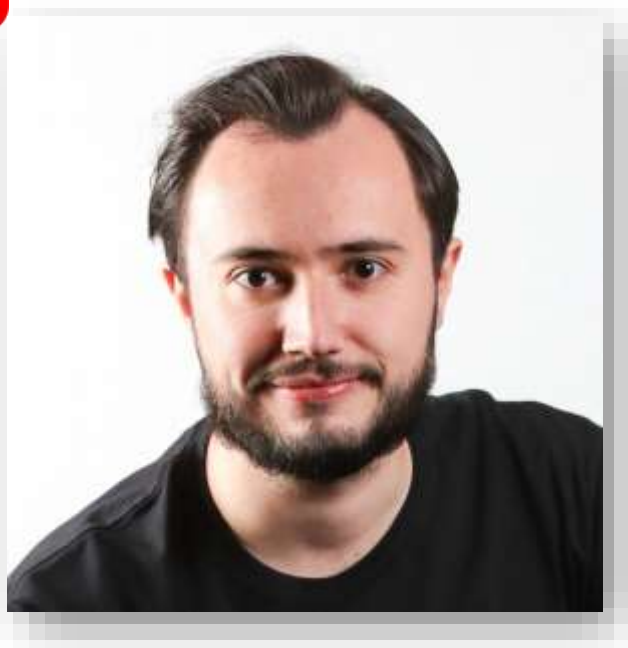
Ejemplos de Aplicaciones por Industria

CPG (Bienes de Consumo Empaquetados: Sales Genie asesora a pequeños comerciantes sobre los productos óptimos para aumentar ventas y mejoras en el tamaño de las transacciones.

- **Retail:** Facilita recomendaciones personalizadas para incrementar tasas de conversión y ventas adicionales.
- **Automotor:** Simplifica el proceso de selección de autopartes, mejorando las ventas y la fidelidad del cliente.
- **Agricultura:** Proporciona asesoramiento para tratamientos agrícolas eficaces, impulsando la fidelidad del cliente y reduciendo los costos de venta.

Teniendo en cuenta las nuevas actualizaciones y tendencias las empresas podrán establecer distintos procesos e innovaciones tecnológicas para seguir creciendo en el país y expandiendo su comunicación personalizada con todos sus clientes.





Revolucionando el Consumo Masivo

Cómo la IA Generativa Impulsa las Ventas

Rodrigo Figueras director de producto de Yalo.

La inteligencia artificial es una herramienta mucho más horizontal de lo que pensábamos y está evolucionando para convertirse en un copiloto en nuestro día a día, es allí en donde todas las empresas tienen oportunidades para mejorar su operación interna.

Se espera que, en Latinoamérica, la inversión en chatbots B2B tenga un crecimiento anual compuesto del 31% entre 2020 y 2025 según Marketsandmarkets 2020.

Uno de los retos más importantes al estar inmersos en la AI Generativa, es la escalabilidad y la personalización, Rodrigo Figueras, director de producto de Yalo, expone que:

El sector de consumo masivo se sigue sumando a las nuevas tendencias de IA generativa para desarrollar y hacer crecer sus ventas, siendo el principal foco de ese desarrollo, los tenderos, ya que son quienes concentran el 63% de ventas directas al consumidor final y son la primera opción de los colombianos a la hora de comprar con una preferencia del 35.3% según el reporte de NielsenIQ 2022.

“Las nuevas tecnologías permiten dejar de negociar entre estos dos factores, cuando se habla de una venta directa, entre más personalizada sea y más entendido se sienta el usuario final, será mucho mejor; sin embargo los canales masivos hacen que esa personalización se suele perder, o se abarca mucho con los canales masivos, o se tiene una atención personalizada limitada”.

Es por esto, que surgen nuevos software de integración, que permiten que los Consumer Packaged Goods (CPG's) y los tenderos tengan todo para poder aumentar sus relaciones y finalmente llegar a la venta con su consumidor final, ya no se debe elegir entre alcance y personalización porque se pueden tener los dos.

La comodidad de interactuar con un robot aumenta cuando la interacción es personalizada y relevante.

Los chatbots y asistentes virtuales que comprenden y responden a las necesidades individuales del usuario generan una experiencia positiva.

Los desarrolladores buscan programar respuestas naturales para que las personas sientan cercanía y confianza al conversar o hacer solicitudes. "GEN AI de Yalo es la nueva apuesta en personalización y cercanía a través de la inteligencia generativa conversacional en WhatsApp", dice Figueras.

Agrega que esta tecnología mejora la experiencia del usuario, los indicadores de compra y permite una personalización masiva, lo que beneficia las ventas de cualquier empresa.

Las tiendas de barrio en Colombia, son un gremio de los comerciantes que capturan más del 48% de la canasta familiar en las principales ciudades y un 62% en pequeñas poblaciones según las cifras obtenidas por Fenalco, teniendo en cuenta la innovación y el avance tecnológico, encuentran nuevas formas de reinventar su negocio para atraer mayor cantidad de público y fidelizar sus clientes.

“Con GEN AI los tenderos tienen la posibilidad de optimizar la elección de productos que adquieren de las CPG's para tener un buen proceso de venta, y además con Sales Genie, pueden tener mejor rentabilidad, por medio de sugerencias, tips o recomendaciones, puesto que tener mejores operaciones, está

correlacionado con el incremento de sus ventas" afirma Figueras.

Predictive E-commerce, una nueva alternativa para mejorar las ventas

El término corresponde a las recomendaciones personalizadas en los momentos ideales de compra y está basado en algoritmos de Inteligencia Artificial o Machine Learning.

“Es fundamental para una CPG poder optimizar los productos y beneficios que le ofrece a cada uno de sus tenderos, conocer cómo predecir cuáles van a ser las demandas de sus clientes y además ser eficientes en los procesos de logística y transporte para atenderlos cada día sin reprocesos” asegura Figueras.

Para el público tendero, también ofrece alternativas y asistencia que mejoran sus procesos internos, puesto que ofrece recomendaciones personalizadas para aumentar la conversión y las ventas, estas recomendaciones se basan en el historial de ventas, la ubicación geográfica y el comportamiento de compra de tiendas similares.

Las tendencias de consumo durante el año son predecibles, de cierta manera ya están estipuladas las fechas especiales y cómo puede aprovecharla cada uno de los sectores, en este punto también ingresa la AI Generativa a apalancar las CPG's y ofrecer mejores oportunidades de conocimiento del cliente y del contexto. Figueras expone que "El nuevo software permite entender los mejores momentos de venta de un producto, y también ver los cambios de comportamiento del tendero, de modo que presenta una oportunidad para lanzar nuevos productos, hacer push de compra en espacios o regiones en donde no se vende igual y también a identificar el crecimiento en ventas y distribución de su público para ofrecerles otro tipo de productos".

La inteligencia artificial generativa es una realidad que está al alcance del sector de consumo masivo, a través de Whatsapp, una aplicación nativa, fácil de usar y que no representa un reto a la hora de implementar y además genera distintos avances en términos operacionales y comerciales para toda la cadena de suministro hasta llegar al consumidor final de forma humana, personalizada y cercana.



yalo



James Barroso
Director de go-to-market para América Latina
Infor

IA Retail



La Inteligencia Artificial: un aliado estratégico en la gestión moderna de almacenes

- El proceso de picking representa entre el 50% y el 70% de los costos operativos del almacén.
- La adopción adecuada de IA, ML y DL puede generar valor a corto plazo, pero es esencial encontrar socios que ofrezcan un auténtico servicio de Datos como Servicio (DaaS).
- Los sistemas de inteligencia artificial (IA) tienen la capacidad de identificar con una precisión del 99.9% los productos adecuados y empaquetarlos en los envases correctos.
- Los sistemas de inteligencia artificial pueden prever las ventas con una exactitud del 95%.

La optimización de almacenes es esencial para satisfacer la creciente demanda de los consumidores y reducir costos, ya que el almacenamiento representa el 15% de los costos operativos.

Los operadores están adoptando prácticas dinámicas con inteligencia artificial para optimizar el enrutamiento y almacenamiento de productos.

Esto se debe a que la optimización de almacenes es un campo apasionante para la inteligencia artificial, que cumple dos condiciones: la disponibilidad de grandes cantidades de datos registrados por los sistemas de gestión de almacenes; y el acceso a potentes arquitecturas computacionales basadas en la nube, que permiten la inferencia en línea y la resolución casi instantánea de problemas complejos.

Según Infor, líder global de software empresarial en la nube especializado por industria, basado en cifras de sus clientes, “para atender los pedidos a través de plataformas de comercio electrónico, una de las áreas en las que la IA ha demostrado ser más efectiva es el picking o preparación de pedidos, una tarea esencial que representa entre el 50% y el 70% de los costos operativos del almacén y el 55% del tiempo empleado por los operarios”, asegura James Barroso, director de go-to-market para América Latina de la compañía.

La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE) prevé un aumento del 16% en las ventas en el último trimestre de este año respecto al 2022, alcanzando un total de \$64 billones y para el próximo año estima un alza del 25%.

Y este panorama no es sólo local, la firma Pay Retailers Colombia, asegura que el comercio electrónico en Latinoamérica cuenta con más de 300 millones de compradores digitales, lo que implicará un crecimiento del 20% entre 2023 y 2027.

Este panorama, y las demandas de un consumidor cada vez más crítico, ha llevado a los responsables de almacén a invertir en soluciones tecnológicas cada vez más eficientes. Y uno de los principales retos es mejorar el rendimiento de la selección de productos de un almacén, lo que se conoce como picking.

El Sistema de Gestión de Almacenes (WMS) como medio de transformación de IA y ML

En este contexto, las empresas que ofrecen soluciones WMS proporcionan a los operadores de almacenes un control en forma de servicios de software de planificación de recursos, gestión de inventarios y programación de trabajos.

También proporcionan interfaces para el operador del almacén e integran máquinas de auto almacenamiento, de preparación de pedidos automatizadas y de preparación de pedidos con cinta transportadora en el sistema de control.

Sin embargo, para que los proveedores de WMS continúen existiendo en un entorno cada vez más competitivo, deben ofrecer soluciones que agreguen tecnologías y procesos en la gestión de almacenes, como la IA.

Proporcionarlos como un servicio agnóstico, es decir, integrándose con una gran cantidad de otros softwares, facilita la convivencia en el ecosistema empresarial del cliente, aportando retornos de inversión más rápidos que el tradicional.

Políticas de almacenamiento: Aleatorio/Caótico frente a Dedicado/Ranurado

Las políticas de almacenamiento son esenciales en los procesos operativos y pueden beneficiarse de soluciones basadas en IA y ML.

Estas políticas determinan cómo se almacenan las mercancías entrantes, buscando equilibrar la utilización máxima del espacio disponible y minimizar la distancia de desplazamiento del operario; a continuación los dos enfoques principales de almacenamiento:

Aleatorio / caótico: las mercancías entrantes se almacenan en la ubicación disponible más cercana. Sin embargo, este enfoque puede significar que los operarios tengan que desplazarse largas distancias.

Dedicado / slotting: las mercancías se almacenan en ubicaciones específicas. El problema de este tipo de almacenamiento es que el espacio del almacén puede subutilizarse.

El ranurado funciona bien en entornos en los que las frecuencias de los pedidos son predecibles.





Para las empresas que atienden al comercio electrónico, por ejemplo, donde los pedidos de los clientes son muy variables para una amplia gama de productos, es más recomendable adoptar políticas de almacenamiento caótico.

Los algoritmos de Inteligencia Artificial basados en reglas de asociación de datos se han utilizado en el desarrollo de políticas de almacenamiento dinámico, donde el algoritmo trata de "adivinar" órdenes futuras, basándose en órdenes históricas.

Una política de almacenamiento respaldada por IA minimizaría la distancia entre las ubicaciones de almacenamiento, reduciendo el tiempo de viaje del recolector, y maximizaría el espacio de almacenamiento, lo cual es esencial frente a las fluctuaciones estacionales de los pedidos.

Existen varios casos de uso público que ayudan a comprender los beneficios que estas tecnologías aportan a la gestión de almacenes.

Uno de los casos más emblemáticos es el de Amazon, que utiliza IA y ML para automatizar la preparación de pedidos en sus almacenes.

Los sistemas de IA son capaces de identificar los productos correctos y colocarlos en los envases correctos con una precisión del 99,9%.

Otra empresa que ha adoptado la tecnología es la cadena Walmart. Utilizan IA y ML para predecir la demanda de productos.

Los sistemas de IA son capaces de predecir las ventas con una precisión del 95%, lo que les ayuda a planificar la cantidad correcta de inventario.

Por último, UPS utiliza IA y ML para optimizar las rutas de entrega. Esta tecnología es capaz de encontrar la ruta más eficiente para entregar un paquete, lo que ayuda a reducir el tiempo.

“El uso de IA, ML y DL es una realidad y sus beneficios son diversos. Sin embargo, resulta fundamental elegir socios que ofrezcan un auténtico servicio de Datos como Servicio (DaaS) para obtener valor a corto plazo.

Infor es un líder global de software empresarial en la nube especializado por industria.

Las aplicaciones y servicios de Infor para operaciones críticas están diseñados para brindar ventajas operacionales sustentables con seguridad y un tiempo más rápido para generar valor.

Más de 60.000 organizaciones en más de 175 países, confían en los 17.000 empleados de Infor para lograr sus objetivos empresariales.

Como empresa Koch, nuestra fortaleza financiera, estructura de propiedad y mirada a largo plazo nos permiten promover relaciones duraderas, mutuamente beneficiosas con nuestros clientes.

<https://www.infor.com/es-la>

Entrenamiento de cuerpos directivos
ConsejeroGerencial.com



IA Ambiental

IA en el rubro medioambiental

“Existe un concepto interesante y novedoso conocido como Redes de Calidad del Aire de Alta Resolución donde la IA juega un papel muy importante, permitiendo sortear varias limitaciones de los métodos tradicionales de monitoreo de calidad del aire”, reflexiona David Segura, Gerente TI AyT (Ambiente y Tecnología).

Entendiendo los avances de la Inteligencia Artificial (IA) y su aplicación en distintas industrias, David Segura, Gerente TI AyT (Ambiente y Tecnología), empresa chilena que lleva cerca de tres décadas liderando el mercado de la instrumentación ambiental en nuestro país y América Latina, comenta que “La tecnología de la información (TI) también juega un rol clave en la predicción y prevención de desastres ambientales o de salud pública, mediante el análisis de datos históricos y en tiempo real, la tecnología de información puede ayudar en la predicción y prevención de desastres naturales como inundaciones, incendios forestales y

sequías o estado de avance de enfermedades, permitiendo una respuesta más rápida y eficaz.”.

Y, respecto a la IA propiamente tal, el profesional comenta que “tiene el potencial de revolucionar la instrumentación medioambiental al ofrecer capacidades avanzadas de análisis y toma de decisiones basadas en datos.

Al integrarse en la instrumentación medioambiental, la IA puede desempeñar varios roles clave como:

1. Análisis de Datos.
2. Detecciones tempranas de anomalías.
3. Modelos predictivos.
4. Automatización de procesos críticos.
5. Optimización de procesos industriales.
6. Desarrollos de soluciones personalizadas.
7. Educación y concientización de la sociedad.



“Es importante destacar que la integración de la IA en la instrumentación medioambiental también plantea desafíos, como la privacidad de los datos y la responsabilidad en la toma de decisiones.

Existe un concepto interesante y novedoso conocido como Redes de Calidad del Aire de Alta Resolución donde la IA juega un papel muy importante, permitiendo sortear varias limitaciones de los métodos tradicionales de monitoreo de calidad del aire”, reflexiona el profesional de AyT, que desde sus inicios, ha reconocido la

importancia de complementar su oferta de equipamiento y servicios con soluciones tecnológicas que permiten darle valor a la información que estos generan.

“Por una parte, el comportamiento de los contaminantes que una fuente vierte en la atmósfera es dinámico y se puede extender por un amplio territorio, sin embargo, una estación de calidad con estándares de referencia mide en el punto específico en donde se ubica y tiene una representación muy limitada.

Además, el elevado costo de este tipo de instalaciones limita la cantidad de puntos de medición disponibles para un área geográfica particular. No obstante, hoy existen sensores de menor precisión, pero de muy bajo costo en comparación con el equipamiento requerido para una estación tradicional.

Estos sensores, en su mayoría electroquímicos, permiten formar redes de múltiples puntos de medición ubicados estratégicamente en una grilla alrededor de una estación de referencia”, agrega.

Además, de acuerdo, al profesional, “mediante el uso de la IA, los datos de la estación de referencia son usados para calibrar y corregir las desviaciones de los sensores de menor costo y, en conjunto con técnicas de modelamiento avanzadas, es posible obtener una visión más completa y precisa de los niveles de contaminantes en diferentes lugares.

Esta sinergia entre tecnología y medioambiente nos brinda la oportunidad de crear un mundo más sostenible y saludable para las generaciones futuras, por lo que seguiremos trabajando por un futuro más verde”.

www.ayt.cl

¿Sabe qué son los primeros auxilios empresariales?
Es un servicio de consejería que le ayuda a resolver los problemas comerciales

ConsejeroGerencial.com



Innovación Sostenible

Cómo combinar eficiencia con responsabilidad ambiental

En un mundo donde la producción industrial y la sostenibilidad a menudo parecen estar en lados opuestos del espectro, gracias a nuestra visión como AyT, a lo largo de los años, hemos ido demostrando, que es posible combinar la eficiencia empresarial con la responsabilidad ambiental, destacándonos como líderes en el mercado de la instrumentación ambiental en Chile y a nivel regional, al ofrecer equipos innovadores, altamente confiables y precisos que no solo impulsan la productividad en las empresas, sino que también promueven el cuidado de medio ambiente y protegen la salud de la población.

Mediante la implementación de tecnologías avanzadas, tanto de instrumentos medioambientales fabricados con los más altos estándares de calidad y precisión y certificados bajo la Norma ISO 17025, así como la integración de las mejores y más modernas aplicaciones tecnológicas de adquisición y transmisión de datos, hemos ido visibilizando que es posible prosperar económicamente minimizando el impacto ambiental de procesos industriales que conllevan emisión de gases a la atmósfera, tales como son el caso de la minería, fabricación de celulosa, petroquímica, energía y fabricación de acero, entre otras.

Con mucho orgullo puedo decir que el primer Sistema de Monitoreo Continuo de Emisiones (CEMS), completamente diseñado y construido en Chile, fue desarrollado por AyT, a lo que más tarde agregamos Ambilogger, el primer sistema de adquisición de datos (DAHS) también desarrollado en nuestro país, que permite adquirir información en tiempo real y procesar la información de la concentración de las emisiones que están siendo emitidas a la atmósfera, además de controlar y automatizar el CEMS completo.

El monitoreo en tiempo real no sólo ha demostrado que mejora la capacidad de respuesta, sino que también puede ayudar a las empresas a optimizar sus operaciones.

Al identificar ineficiencias y problemas de manera oportuna, las organizaciones pueden tomar medidas para reducir costos y minimizar su huella ambiental.

Solo en Chile, a la fecha hemos construido más de 50 sistemas CEMS, los que están operando y cumplen con todos los requisitos legales y ambientales de las normativas para operar en nuestro país, en áreas tales como celulosas, termoeléctricas, refinerías de petróleo, fundiciones de metales, producción de acero y cementeras, entre otras.

Además, con el tiempo, desde el punto de vista de diseño y construcción, hemos podido adaptar todos nuestros sistemas para que puedan ser instalados en cualquier parte del mundo, donde se requiera de un sistema que cumpla con las normativas locales.

Es decir, podemos adaptar nuestros sistemas para que puedan cumplir con otras normativas distintas a las chilenas.

Este conjunto de instrumentos, que permite medir la concentración de los gases y partículas que están siendo emitidas por una chimenea producto de la combustión u otro tipo de proceso químico, por ende, tienen mucha relevancia, ya permiten conocer cuáles son los componentes que, producto de estos procesos de combustión u otro, están siendo emitidos por una determinada faena industrial a la atmósfera.

En el ámbito de la investigación, hemos apoyado al mundo académico con nuestros equipamientos en distintos estudios, incluyendo materias tales como la medición en línea de metales pesados, partículas ultrafinas, etc.

En relación con el manejo de los datos, generamos la conexión en línea de diversos CEMS y sistemas de monitoreo de agua con la Superintendencia del Medio Ambiente (SMA), lo que también nos convirtió en los primeros en poder conectarse con esta institución gubernamental en Chile, permitiendo entregarles datos en tiempo real, cumpliendo con los estándares técnicos de esta institución.

Entendiendo la importancia de la educación y la concientización en estas materias, trabajamos activamente para informar y educar a nuestro personal sobre la importancia de la sostenibilidad en la industria, ya que sabemos que crear una cultura de responsabilidad ambiental es fundamental para inspirar cambios significativos y duraderos a nuestros propios clientes.

Carlos Saul, Gerente General de AyT, (Ambiente y Tecnología) empresa chilena líder en el mercado de la instrumentación ambiental en nuestro país.

www.ayt.cl



Consultoría en Gerencia Estratégica de Servicio

Transformación de la cultura, los procesos y el impacto del servicio para garantizar la continuidad y el éxito financiero de la organización.

ConsejeroGerencial.com



IA Contenidos sin fronteras

El poder de la IA y la comunicación global

Gabriela Lazo, Founder & CEO de LRM Comunicaciones, Agencia 360° con más de 25 años de experiencia, conformada por un equipo con diversidad de talentos, multidisciplinario y con experiencia en comunicaciones, marketing estratégico PR, Brand & Corp y soluciones comunicacionales a nivel global.

Hace 25 años, cuando partimos con LRM, la era digital estaba en pañales y rodeada de un manto de escepticismo y miedo, como pasa con todo gran cambio, emerge la resistencia. Muchos se aferraron a la idea que lo digital, se lo lleva el viento, aún cuando en ese mismo tiempo, surgían los primeros portales noticiosos online que silenciosamente comenzaban a triunfar a través del fervor del click.

Ya, a principios de los 2000 surgieron, con mayor seguridad, los primeros medios digitales, en su mayoría, apadrinados por medios tradicionales y por mentes que lograban ver fuera de la caja.

De esta forma, las comunicaciones comenzaron a tener un aspecto más global y lo digital comenzó a ser un formato

atractivo para empresas, negocios y marcas que querían hacerse conocidas, que querían generar recordación y reputación entre el público, en este caso, entre los usuarios.

Y como agencia de comunicaciones, especializada en PR, gestión de prensa, generación de contenido y marketing estratégico, sabíamos que había que adaptarse, para poder ofrecerle a

nuestros clientes soluciones actuales, puesto que sabíamos que los medios de comunicación digitales no eran simplemente una evolución de sus contrapartes tradicionales, sino una revolución que ha ido transformando la forma en que nos informamos, nos conectamos y nos expresamos.

Su impacto en la sociedad moderna es innegable, y su papel en la configuración de la opinión pública y la cultura contemporánea es cada vez más relevante.

A medida que avanzamos hacia el futuro, es crucial reconocer y comprender la importancia de estos medios en la construcción de un panorama informativo y cultural dinámico y diverso.

Hoy, con la llegada de la Inteligencia Artificial (IA) pasa exactamente lo mismo. En la era actual, la IA ha emergido como una fuerza impulsora en el mundo del marketing.

Este cambio tecnológico no sólo ha redefinido nuevamente la forma en que las empresas se conectan con sus audiencias, sino que también ha abierto nuevas oportunidades y desafíos para nosotros, los profesionales de las comunicaciones.

A medida que abrazamos estas innovaciones, como lo es, por ejemplo, el chat GPT con IA, es crucial equilibrar el potencial emocionante de la IA con la responsabilidad ética.

El marketing digital del futuro dependerá de cómo abordemos estos desafíos y aprovechemos las oportunidades para crear experiencias más significativas y personalizadas para los consumidores en todo el mundo.

LRM Comunicaciones: Somos una Agencia 360° con más de 25 años de experiencia conformada por un equipo con diversidad de talentos, multidisciplinario y con experiencia en comunicaciones, marketing estratégico PR, Brand & Corp, generación de contenido y soluciones comunicacionales.

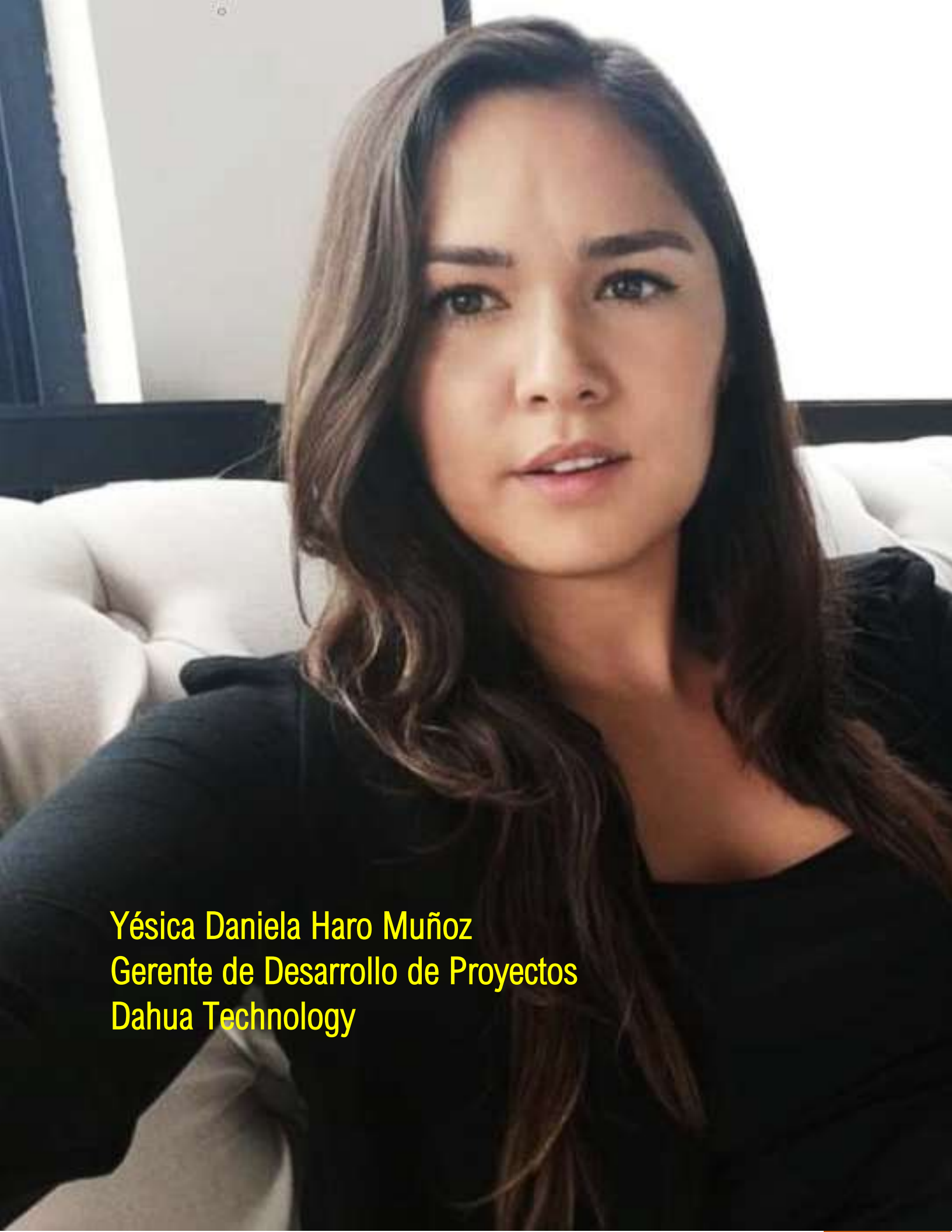
Nuestro foco es la comunicación multicultural, somos miembros del Worldcom Public Relations Group que conecta el conocimiento y la experiencia de más de 110 agencias de relaciones públicas líderes en todo el mundo, operando en más de 95 ciudades en 6 continentes.

Y contamos con la presencia de equipos propios en otros países de la región tales como México, Perú, Argentina y Colombia.

Te acompañamos en todo el camino comunicacional que requiere tu marca.

www.lrmcomunicaciones.cl





Yésica Daniela Haro Muñoz
Gerente de Desarrollo de Proyectos
Dahua Technology



Inteligencia Artificial para mejorar la seguridad en el sector turismo

Fin de año es el comienzo de la época de viajes, ya que muchas personas deciden pasar las fiestas de Navidad y Año Nuevo fuera de su ciudad o país y luego viene la planificación de las vacaciones.

Y la cercanía de esta alta demanda, es un buen momento para concienciar a la comunidad acerca del valor social, cultural, político y económico del turismo, además de sobre cómo el sector puede contribuir a lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Y es en este escenario donde aparece Dahua Technology que, en sintonía con estas tendencias, es pionera en un enfoque transformador en este espacio al aprovechar la Inteligencia Artificial (IA), el Internet de las Cosas (IoT) y los big data.

Con una integración innovadora de tecnología y hospitalidad, la solución de hotel inteligente de Dahua agiliza la seguridad, los registros de huéspedes, la detección de anomalías en tiempo real y la respuesta eficiente a emergencias.

Es así como la solución para hoteles inteligentes de Dahua está catalizando un cambio transformador en la gestión hotelera.

Al mejorar la eficiencia operativa, reforzar la seguridad y fomentar la colaboración, ofrece una visión incomparable de las operaciones hoteleras.

Dahua facilita el movimiento fluido y seguro de los huéspedes y al mismo tiempo mejora la seguridad y confiabilidad de la gestión interna del hotel a través de diversas soluciones de inteligencia artificial, tales como Gestión de vehículos, Visualización de datos y soporte para la toma de decisiones, sensores IoT e integración de comandos de emergencia, fácil gestión de autorizaciones, paso sin contacto, gestión de check-out.

Las soluciones de Dahua también incorporan algoritmos impulsados por IA, que se entrenan con datos sin procesar y pueden mostrar una variedad de tipos de alarmas.

Junto con un motor de modelado 3D, pueden visualizar flujos de escenas comerciales y efectos visuales de alta gama, presentando datos completos como ocupación hotelera, estadísticas de tráfico y consumo de energía.

Todas soluciones que nos llevan a mejorar la seguridad de las instalaciones y permitir a los turistas vacacionar con tranquilidad y de manera sostenible, tanto en Chile, como en el extranjero.

<https://www.dahuasecurity.com/la>



Alucinación IA

Su impacto en la industria tecnológica

La inteligencia artificial (IA) ha evolucionado de manera exponencial en las últimas décadas, llevando consigo un conjunto diverso de avances y desafíos.

Uno de los desarrollos más intrigantes es la "Alucinación IA", una técnica que utiliza modelos de aprendizaje profundo para generar contenido de manera autónoma, dando lugar a resultados sorprendentes y a veces inquietantes.

Este fenómeno no solo está transformando la manera en que interactuamos con la tecnología, sino que también está dejando su huella en la industria tecnológica y en el talento en tecnologías de la información (IT).

¿Qué es una alucinación de IA?

La Alucinación IA se refiere a la capacidad de los modelos de IA para crear contenido visual, auditivo o incluso textual que no existe en la realidad.

Estos modelos, basados en técnicas generativas como GPT-3, son entrenados con grandes conjuntos de datos y aprenden patrones complejos para luego generar contenido de manera autónoma.

¿Por qué las alucinaciones de la IA son un problema?

Las alucinaciones de IA pueden derivar en problemas significativos como desinformación, potencial plagio, pérdida de confianza, dilemas éticos, errores en decisiones críticas y riesgos legales.

Recientemente, OpenAI enfrentó una demanda por difamación debido a información incorrecta generada por ChatGPT.

Esta marcó la primera reacción legal contra la información inexacta producida por su IA. El demandante, el presentador de radio Mark Walters, alega que la IA lo acusó falsamente de malversar fondos de una organización sin fines de lucro.

Estos chatbots, que utilizan Modelos de Lenguaje Grande (LLM), aprenden de extensos textos en internet, a veces basándose en información errónea.

Empresas como OpenAI han implementado filtros y medidas para combatir estos problemas, entendiendo que la diversidad de pensamiento en el desarrollo de IA y una mayor intervención humana en decisiones sensibles son esenciales.

A pesar de los desafíos con la IA generativa, se espera que con el avance y más datos, la tecnología mejore y se acorte la brecha de rendimiento entre IA y humanos.

El desafío del talento IT en la era de la Alucinación IA

Desde Nearsure, abordamos el futuro de la inteligencia artificial con una visión equilibrada, conscientes del potencial transformador y también de los desafíos que implica.

El talento IT se enfrenta a un nuevo paradigma con la alucinación IA, y es la capacidad para adaptarse a estas tecnologías emergentes y cultivar habilidades creativas se vuelve esencial.

Los profesionales de IT deben ir más allá de las habilidades técnicas tradicionales y abrazar la creatividad en la solución de problemas.

Por otro lado, a medida que la Alucinación IA plantea desafíos éticos, los profesionales deben liderar el camino en la implementación responsable de estas tecnologías.

La consideración ética y la gobernanza tecnológica se convierten en aspectos cruciales del trabajo en IT, destacando la necesidad de profesionales conscientes y responsables.

La Alucinación IA está dejando una marca en la industria tecnológica, transformando la forma en que concebimos y desarrollamos soluciones tecnológicas.

La adaptabilidad, la creatividad y la conciencia ética se convierten en las piedras angulares para aquellos que buscan destacarse en la era de la Alucinación IA, donde la frontera entre la realidad y la creación digital se difumina cada vez más.

Nearsure es una empresa de outsourcing que se dedica a vincular talento IT latinoamericano con empresas de EEUU que se encuentran en búsqueda de perfiles para desarrollar proyectos tecnológicos.

Desde 2018, Nearsure ayuda a las empresas norteamericanas a formar sus equipos técnicos proporcionando soluciones distribuidas de aumento de personal para cualquier tecnología, que abarcan todas las industrias.

Trabajan con el talento tecnológico más capacitado de América Latina, creando y gestionando equipos técnicos flexibles y remotos para los clientes.

Su filosofía de trabajo remoto permite a los candidatos unirse perfectamente sin importar dónde se encuentren.





Pensamiento Estratégico Comercial

Lo básico que un gerente debe saber

Por: Wilson Garzón Morales

Nuestro país es netamente comercializador y tenemos una mentalidad de corto alcance, por lo que nosotros sólo pensamos en vender... en facturar ya. Y como resultado, las grandes compañías que cuentan con estrategias nos arrasan y sólo 3 de cada 10 empresas que inician superan su quinto año.

Al final, encontramos que nuestros problemas, como tejido empresarial del país, no son de dinero sino de capacidad gerencial.

Fijémonos, por ejemplo, en que el 90 por ciento de los emprendimientos son de subsistencia.

¿Cuántas arepas, artesanías o chorizos se tienen que vender para que un emprendedor se haga de un salario decente?

Y cuando no es así, aplicamos nuestra inmensa inventiva y creatividad improvisando sobre lo que no sabemos, en procesos, productos, marcas y todo lo que atañe al mundo comercial.

Pensamos que con sólo salir a volar, ya sea física o virtualmente, es suficiente – Sí, lo de las redes es mero volanteo virtual – y a eso le llamamos “mercadeo”.

Dos formas de actuar

Recitando a los clásicos – por mi gurú Carlos Fernando Villa – debemos volver a un primer entendimiento sólo hay dos maneras de hacer esto: Push (Empujar) y Pull (Halar – pero nosotros decimos “Atraer”)

Ambas con altos grados de complejidad e inician con el concepto consuetudinario del mercadeo y es: mercadeo es la acción de crear y gestionar mercados”.

Por supuesto, esto por sí sólo no dice nada, son necesarios una gran cantidad de conceptos profundos.

Pero sostengamos en decir que el Push es de corto alcance, requiere de fuerza de ventas, mucha divulgación, especialmente por redes y se concentra en la colocación – cómo sea – del producto.

Es de mucho esfuerzo y resultados pobres. Lamentablemente, este modo de actuar es el transversal en nuestra cultura y siempre tiene los mismos pasos.

Tengo una idea o cuento con un inventario, ya tengo un costo instalado, le pongo marca y salgo a venderlo. Entreno a mi gente para que sean los “comandos de ventas” y toda la gestión es a presión, como a presión son los finales de mes cuando nos vemos cortos para el cumplimiento de presupuestos.

El Pull se demora un poco más e implica que tengamos los conocimientos y la capacidad gerencial para armar todos sus componentes, pues su intangibilidad hace que sea complejo de ver en su materialización.

Inicia por el conocimiento profundo de la persona – nótese que no dije “mercado” – para esto hay herramientas – aunque he notado que se quedan sólo en la forma y no en el fondo.

En este punto vale decir que, por ejemplo, el “buyer persona” no es un formato, es un proceso que involucra la antropología del consumo y la psicología humanista, pasando por el análisis sensorial y hormonal y utiliza como marco tres componentes que son los arquetipos e inconscientes colectivos de Carl Jung, el análisis PESTEL – individualizado – y esto se lleva a la fase de “empatía” de un Design Thinking.

A partir de allí, en sus siguientes fases se construye el Customer Experience fundamentado en un Customer Journey Map y se completa el ciclo con un proceso de Comunicación Conductual que busca reiterar las sensaciones de bienestar en los individuos.

La fidelización no son programas de puntos... Se trata de generar valor y entregar soluciones y emociones, con lo que el objetivo no es vender sino que las personas nos hagan parte de su vida.

Ya se habrá dado cuenta de que el mundo comercial tiene su grado de complejidad y que cualquiera puede asumirlo. Esto hay que estudiarlo.

Los tipos de mercadeo

También como criterios estratégicos, siguiendo la línea de Kotler, encontramos que el mercadeo no es uno sólo. Según este autor, vamos en el sexto modelo.

- El mercadeo 1.0 está centrado en el producto. Es el mercadeo del Push y en realidad no califica realmente como mercadeo, es la venta a presión.
- El mercadeo 2.0 está centrado en el comportamiento del consumidor. Es el mercadeo del Pull y se concentra en diseñar productos y servicios de acuerdo a lo que el cliente “cree, siente, piensa, dice y hace” en ese estricto orden.
- El mercadeo 3.0 está centrado en valores. Es un mercadeo que busca evolucionar con y para la humanidad. Está centrado en el valor del “propósito” y sus impactos en lo social, ambiental y económico.
- El mercadeo 4.0 está centrado en el mundo digital. Es el que hace uso intensivo de las redes, la realidad virtual, aumentada y mixta. Se apoya en las industrias 4.0, la robotización y la automatización, el internet de las cosas, el blockchain, entre otros, para la acumulación de datos, la vigilancia y la inteligencia competitiva.
- El mercadeo 5.0 son las tecnologías para la humanidad. Se basa en las integraciones ciber – humanas y se concentra en la “experiencia del consumidor” a partir de estas tecnologías.
- El mercadeo 6.0 apenas se está cocinando pero nos habla sobre el “marketing inmersivo”. Ya por el nombre se podrá imaginar de lo que se trata y estará en boca de todos en muy poco tiempo.

Y usted que pensaba que mercadeo era sacar un mensajito por internet. No se trata de elegir uno u otro. Se trata de saberlos usar en el modelo adecuado y en el momento adecuado.

La táctica comercial

Además, debe aprender a construir un ecosistema.

La palabra comercial no es un sinónimo de ventas.

Comercial es un concepto sombrilla que recoge nueve componentes y es su conjunto configuran un mapa táctico. Todos son simultáneos y de igual importancia. Si a una estrategia le falta o está mal desarrollado uno sólo de estos componentes, sin duda fallará.

1. Mercadeo: se encarga de proveer el conocimiento, el diseño y las políticas.
2. Comunicación (Endomarketing) se encarga de alinear el personal con la estrategia.
3. Publicidad: se encarga del Top of Mind.
4. Relaciones Públicas: se encarga del prestigio, la reputación y el Top of Heart.
5. Servicio al cliente: se encarga del CX y de la permanencia del cliente.
6. Venta: se encarga de las operaciones de colocación y captación mediante canales de distribución.
7. Innovación comercial: se encarga de generar nuevas propuestas de valor.
8. Escalabilidad: se encarga de estar potencializando el alcance físico o virtual.
9. Logística comercial: se encarga de darle soporte y operación a todos los anteriores.

Por supuesto, cada elemento tiene tanto de ancho como de profundo. No crea ni por un segundo que la cosa termina aquí, pero por ahora es suficiente para que se haga a una idea de lo que debe saber manejar un directivo comercial en una organización, cualquiera que sea, del sector que sea. Nótese que no hablamos de la producción que en su articulación con lo comercial tiene otro número de componentes. Baste con decir que sin transformación digital usted está en problemas.

Todo esto implica que usted debe escoger la mezcla entre “push y pull”, la aplicación de estos tipos de mercadeo y la construcción de operaciones del mundo comercial.

¿Se da cuenta por qué las compañías de nuestro país son de corto alcance? Pregúntese ¿a quién están contratando para la dirección comercial? Y asegúrese, si usted es el gerente, de manejar todos estos conceptos.

ConsejeroGerencial.com

ConsejeroGerencial.com