

TECNOLOGÍA Y ELECTRONICA



**INTELIGENCIA ARTIFICIAL
Y CONECTIVIDAD:** PILARES DE LA
NUEVA REVOLUCIÓN EDUCATIVA



En el umbral de una nueva era digital, #GoätLeisure se erige como pionero en la revolución de la industria de viajes, al prometer no solo las mayores ganancias del sector sino también una preparación avanzada en inteligencia artificial. Este enfoque no solo equipa a sus franquiciatarios con herramientas vanguardistas para sobresalir en un mercado competitivo, sino que también redefine la innovación en el turismo. Con #GoätLeisure, no sólo adquieres una franquicia; estás liderando el futuro de los viajes con una visión que anticipa y modela el panorama digital emergente.

#GOÄTLEISURE REVOLUCIONA EL TURISMO DESDE EL BLOCKCHAIN Y DESAFIA EL STATUS QUO

El directivo declara con orgullo la llegada de la versión más avanzada de la plataforma: #GoätLeisure V5.2, la cual "representa un hito en nuestra historia, ofreciendo las mejores tarifas del mercado y ganancias que superan las expectativas actuales". Con un acceso inigualable a más de 500,000 hoteles, cruceros e incluso experiencias psicodélicas únicas, nuestra infraestructura digital, impulsada por Inteligencia Artificial, está diseñada para aumentar significativamente el índice de ventas", apuntó.

Destacó que en un país donde más del 60% de las oportunidades comerciales se pierden por un seguimiento ineficiente, #GoätLeisure V5.2 es la solución que redefine la eficacia en el proceso de ventas, convirtiendo cada interacción en una oportunidad tangible.

La visión de #GoätLeisure trasciende más allá de la prestación de servicios; se extiende hacia la creación de un ecosistema en Inteligencia Artificial Multi Tareas, lo que permite a sus franquiciatarios optimizar no solo su servicio, sino también su tiempo y beneficios económicos. "Lo que ofrecemos va más allá de un negocio; es una transformación hacia la maestría en la industria de los viajes", subrayó Carlos Fresán.

Al unirse a #GoätLeisure, los franquiciatarios se convierten en propietarios del único negocio en el sector turístico que no solamente ha adoptado la Inteligencia Artificial, sino que también la ha evolucionado.

Continuamos revolucionando el paradigma de las franquicias exitosas, impulsando la economía de emprendedores e inversionistas, y aportando al desarrollo económico de nuestro país, concluyó Carlos Fresán. 

*no viajes para escapar de la vida...
viaja para que la vida no se te escape*

La capacitación en "Inteligencia Artificial" no es un lujo, sino una necesidad para la población activa que aspira a la relevancia en el mañana digital, y en #GoätLeisure, entendemos que la preparación en esta área no solo es crucial, sino que es un deber hacia nuestros franquiciatarios. Al integrar la "Inteligencia Artificial" en nuestra plataforma, ofrecemos una educación pionera que va más allá de la teoría; se trata de un aprendizaje práctico que coloca a nuestros socios a la vanguardia de la revolución digital, preparados no solo para enfrentar el futuro sino para moldearlo", afirmó Carlos Fresán, CEO de #GoätLeisure.



Carlos Fresán,
CEO de #GoätLeisure

www.osao.com.mx



*Empresa dedicada a la
Seguridad Electrónica con
más de 7 años de
experiencia*

Nuestros servicios

- Drones
- Rastreo satelital
- Control de acceso
- Chapas satelitales
- Trabapatines
- Monitoreo dedicado 24/7
- Tecnología anti jammer
- Candados satelitales para caja seca
- Sistema de videovigilancia local y móvil

55_3859_0959



@SeguridadElectrónicaOSAO



info@osao.com.mx





INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y CONECTIVIDAD: PILARES DE LA NUEVA REVOLUCIÓN EDUCATIVA

La aplicación de la tecnología para mejorar el proceso educativo, potenciar las capacidades de los estudiantes y reducir la brecha de desigualdad fue una de las grandes promesas de principios del siglo XXI en todo el mundo. Pero el despliegue de los avances tecnológicos no implica una actualización automática de nuestros modelos educativos, sino la necesidad de iniciar un profundo proceso de ingeniería hacia un modelo de escuela y educación acorde con las necesidades del mundo actual. Esto significa no sólo transformar los contenidos y las dinámicas de la práctica pedagógica, sino también los medios.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) ya está reconociendo el potencial de las tecnologías de IA para alcanzar su "Agenda de Educación 2030" y está llamando a sus estados miembros a aprovechar sus beneficios en términos de eficacia, personalización de la experiencia educativa de acuerdo a las necesidades individuales de cada niño y etapas de desarrollo, y escalabilidad de bajo costo para las instituciones educativas gubernamentales.

Otra razón importante por la que la incorporación de la IA en las escuelas es clave, es que ésta ya está llegando a la mayoría de las industrias, y tener una interacción temprana y familiaridad con este tipo de tecnologías puede dar a los niños una gran ventaja en términos de empleabilidad frente a los que siguen sin estar

La aparición de la inteligencia artificial y su puesta a disposición al público implica una revolución transversal en todos los ámbitos de la actividad humana. Al igual que la aparición de Internet, está transformando profundamente la forma de concebir los procesos creativos y de resolución de problemas en todas las industrias; ningún otro campo se verá más afectado a medio y largo plazo que la educación.





familiarizados. Sin embargo, las tecnologías de IA basadas en la nube diseñadas para apoyar el proceso educativo requieren, por supuesto, acceso a Internet. Muchos países siguen enfrentándose a grandes retos relacionados con la conectividad y la accesibilidad y sus beneficios, especialmente en las zonas geográficamente más remotas y con contextos socialmente más vulnerables.

A nivel mundial, aproximadamente dos terceras partes de los niños en edad escolar (1,300 millones de niños entre 3 y 17 años) no cuentan con conexión a Internet en sus hogares, de acuerdo con UNICEF y la Unión Internacional de Telecomunicaciones; en México, este segmento equivale al 24.8% de los estudiantes. Por otra parte, de acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los

Hogares (ENDUTIH) 2022, publicada por el INEGI, indica una clara tendencia de mayor uso de Internet en zonas urbanas (83.8%) que en zonas rurales (62.3%).

La sinergia entre instalaciones educativas con redes confiables y de alta capacidad, más el uso de plataformas pedagógicas basadas en la nube, tiene el potencial de habilitar procesos verdaderamente funcionales de educación flexible o híbrida, con procesos presenciales y a distancia, permitiendo a los estudiantes acceder a la plataforma en cualquier lugar del campus en sus propios dispositivos, con la opción de restringir el acceso a sitios predeterminados.

Complementariamente, dotar a los espacios de transporte escolar de accesibilidad Wi-Fi confiable no es un tema menor, considerando que la mayoría de los estudiantes que utilizan algún tipo de transporte escolar pasan al menos 45 minutos diarios en sus traslados, además de la utilidad de permitir el monitoreo en tiempo real de las unidades en términos de seguridad. Con estos objetivos en mente, los expertos de Cradlepoint desarrollaron el Servicio NetCloud junto con enrutadores inalámbricos, que habilitan el poder de LTE y 5G para que el transporte público escolar transforme la experiencia de los viajes diarios de los estudiantes en un tiempo más seguro y potencialmente aprovechable en términos de actividades académicas.

La Comisión Internacional sobre el Futuro de la Educación de la UNESCO y otras organizaciones han puesto recientemente sobre la mesa el reto de la incorporación pertinente de las nuevas tecnologías en el proceso educativo, en documentos como el informe "Reimagining our futures together: a new social contract for education in 2021" donde se destaca que el aprovechamiento de los avances más recientes en campos como la IA, la neurociencia y la biotecnología dependerá de esquemas de "datos abiertos", optimización de la conectividad y protección de los datos personales.

A medida que los sistemas educativos de todo el mundo se modernizan e intentan incorporar el aprovechamiento constructivo de las nuevas herramientas de inteligencia artificial en procesos de aprendizaje novedosos, las economías en desarrollo se enfrentan al reto de emprender este proceso de re-imaginar los modelos educativos al tiempo que abordan déficits de conectividad y accesibilidad para garantizar que ningún niño se quede atrás y liberar el potencial de una educación de calidad a través de la tecnología. 📧



BMC ES LA PRIMERA EMPRESA EN INTEGRAR GPT EN SU CARTERA DE SERVICIOS Y GESTIÓN DE OPERACIONES

La IA generativa mejora drásticamente el valor mediante operaciones digitales conectadas



BMC, líder mundial en soluciones de software para la Empresa Digital Autónoma, ha anunciado la expansión de sus capacidades de IA generativa, integrándolas en toda su cartera de gestión de servicios y operaciones impulsadas por IA, el primer proveedor del sector en hacerlo. La solución HelixGPT de BMC conecta y destila las fuentes de datos de toda la empresa para ofrecer información procesable y en lenguaje sencillo para la resolución autónoma mediante la conexión de AIOps, DevOps y ServiceOPS.

Según el 2023 Gartner Hype Cycle for ITSM, la mayoría de los productos y servicios tecnológicos incorporarán capacidades de IA generativa en los próximos 12 meses, introduciendo formas conversacionales de crear y comunicarse con las tecnologías, lo que conducirá a su democratización.

“Estamos planeando utilizar las capacidades de IA generativa en BMC Helix para optimizar nuestros procesos al tiempo que ofrecemos un mejor servicio al cliente”, dijo Rubén Ávila Calvo, director de tecnología de Applus. “Estamos impresionados por su promesa de recuperarnos más rápido de posibles interrupciones del servicio y utilizar información para automatizar nuestros esfuerzos de reparación”.

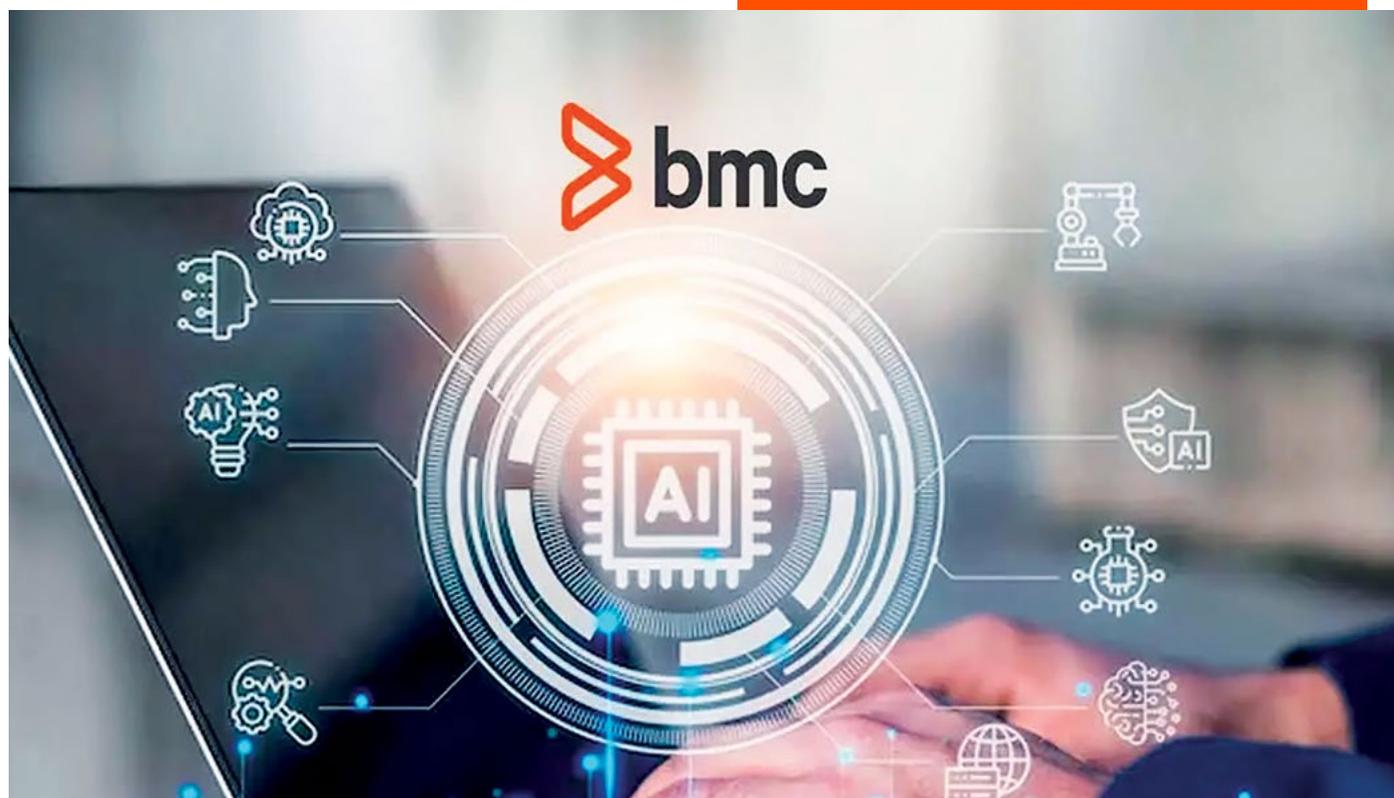
Impulsada por modelos de gran lenguaje (LLM), la solución BMC HelixGPT lee los datos en tiempo real y aplica una lógica de decisión basada en patrones y un razonamiento intuitivo para revolucionar la resolución de incidencias y automatizar las interacciones que soportan valiosos casos de uso, entre los que se incluyen:



- **Compromiso y búsqueda conversacional:** ofrece a los usuarios finales la capacidad de comunicarse de forma natural con agentes virtuales y chatbots mediante la plena comprensión de las consultas y el intercambio de respuestas dentro de un contexto más amplio con mayor precisión y velocidad. Integra la información en las soluciones BMC Helix Digital Workplace, BMC Helix Knowledge Management y BMC Helix Virtual Agent. Los equipos de TI se benefician de una experiencia de autoservicio mejorada, reduciendo el número de solicitudes de servicio entrantes.
- **Resúmenes de eventos e incidentes:** la integración con las soluciones BMC Helix para AIOps ayuda a las empresas a recuperarse más rápidamente de las interrupciones del servicio mediante la correlación de incidentes y la aplicación del "razonamiento de cadena de pensamiento" para generar recomendaciones de resolución rápida. Esto agiliza el proceso proporcionando resúmenes concisos y en lenguaje sencillo de cómo se resolvieron los problemas.

- **Perspectivas de resolución:** analiza todos los datos de la empresa, incluidos los datos de casos históricos y actuales, a través de la gestión de servicios empresariales y la gestión de operaciones de TI para determinar un proceso más optimizado. La solución BMC HelixGPT aprende y almacena estos conocimientos para futuras consultas y correcciones automatizadas, ahorrando a los equipos un tiempo valioso. Además, puede utilizar datos combinados de tickets de operaciones y gestión de servicios para hacer recomendaciones sobre las mejores acciones. 

“BMC es el primer proveedor que ofrece casos de uso de IA generativa diseñados específicamente para que los equipos de operaciones y servicios de TI analicen grandes cantidades de datos”, afirma Margaret Lee, vicepresidenta senior y directora general de Gestión de Operaciones y Servicios Digitales de BMC. “Al integrar la IA generativa en toda la cartera de BMC Helix, nuestros clientes pueden simplificar la complejidad y alimentar la productividad de forma inteligente, lo que creemos que puede revolucionar la forma en que las personas se comunican y se relacionan con tecnologías como chatbots, agentes virtuales y más. Creemos que nuestros clientes de BMC Helix deberían tener el mismo acceso a estas capacidades que cambian el juego”.



Comprar por el celular y pasar a recoger, comprar en la tienda y que llegue a casa o comprar en línea y pasar a retirar a algún lugar específico. Así funciona hoy la actividad de compra. No es que tras la pandemia la tienda física haya desaparecido, al contrario, según la empresa de inteligencia de retail Teamcore, el consumidor "figital" quiere retomar sus hábitos de compra, es decir, ir a la tienda física, pero también hoy está mucho más empoderado de la tecnología y valora las experiencias rápidas, fáciles y personalizadas.

LA ERA "FIGITAL" DEL RETAIL, ¿CÓMO ES EL NUEVO CONSUMIDOR Y QUÉ ESPERA DE SU EXPERIENCIA DE COMPRA?

El concepto de consumidor "figital" se refiere al uso de todos los canales existentes para realizar una compra proceso que se extiende desde la investigación hasta la decisión final. Una persona que usa la tecnología y que además desea corroborar la calidad en tienda. Pero no solo eso, los consumidores figitales tienen otros intereses que también tienen influencia en su decisión de compra.

Desde Teamcore comentan que "hay otros paradigmas que están marcando las decisiones de compra y que no solo tienen que ver con la digitalización, sino también con un nuevo estilo de vida post pandemia, la crisis financiera actual y los valores y principios de las nuevas generaciones, que tienen mucha relación con el cambio climático y sus necesidades ante categorías como la belleza, alimentos y bebidas, cuidado del hogar".

Todos estos factores, también repercuten en un deseo de personalización y "premiumización". Al vivir una experiencia de venta personalizada,

el comprador puede estar seguro de que va a obtener lo que quiere por un precio que se adecúa a su presupuesto. En tanto, aquellos que buscan mayor calidad sin importar el valor, apuntan a una atención premium. De hecho, un estudio reciente de PWC llamado Experience is Everything: Here Is How To Get It Right indica que los consumidores pagarían hasta un 16% más por aquellos productos y servicios con los que tienen una excelente experiencia.

Las necesidades e intereses de las nuevas generaciones también se reflejan en sus hábitos de consumo. Así, en mercados como la belleza, lo que valoran es la accesibilidad de precios, ingredientes más puros y naturales y transparencia en sus procesos. Por otro lado, en alimentos y bebidas, buscan mejores ofertas, nutrición, calidad, sabor y opciones plant based. En cuidado de animales, también prevalece la calidad de la comida y la variedad de artículos para incrementar la calidad de vida de las mascotas.

Teamcore, por ejemplo, utiliza inteligencia artificial que permite accionar la data obtenida, generando tareas de ejecución que resuelven los problemas del anaquel hasta con un 94% de precisión. Además, cuenta con Instoreview una solución de gestión y analítica de datos con foco en ventas e inventario, lo que permite obtener data personalizada y en tiempo real sobre el desempeño de los productos en los anaqueles.

Por otra parte, ya no basta con tener sólo venta online. Ahora esta debe ser rápida, ágil, fácil y, se valora poder pagar de forma fluida, escoger distintos formatos de entrega- ya sea delivery, pick-up o drop off- y contar con experiencias digitales inmersivas. En tanto, en la tienda física también debe haber acceso a tecnologías, diversos métodos de pago, puntos de conexión al sitio web desde cualquier departamento de la tienda y entretenimiento durante la compra.

Nuevas demandas de un consumidor "figital" que no teme en pedir y cambiar si algo no le gusta. Tanto los compradores, como las empresas de retail están aprendiendo de estas nuevas experiencias. Por un lado, los compradores piden procesos cada vez más tecnológicos y, por otro, las compañías del sector poco a poco van integrando soluciones innovadoras que les ayuden a entender las nuevas preferencias y les aseguren una venta perfecta. 

teamcore 



**¡QUÉ
PADRE
DIBUJAR Y
SER LA MEJOR
ARTISTA!**

**NO ESTÁ
CHIDO** 

**FUMAR
SIENDO MENOR
DE EDAD.**



EL USO DE LA BIOMETRÍA Y LA PROTECCIÓN DE DATOS, EL GRAN DESAFÍO DEL SECTOR AEROPORTUARIO

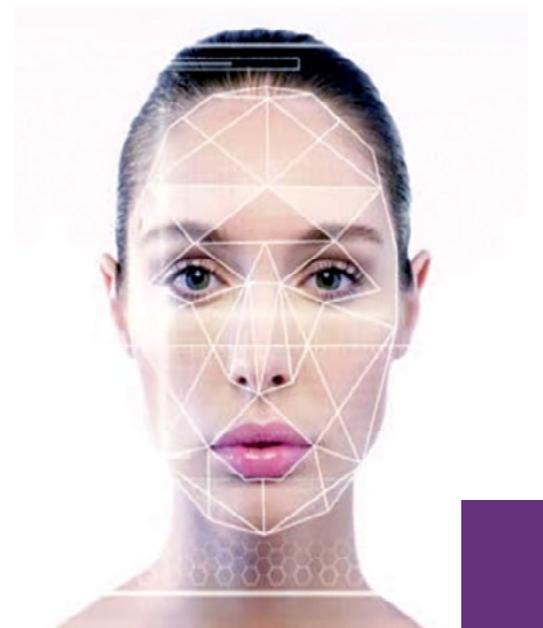
En la búsqueda de optimizar la eficiencia operativa y la seguridad en los aeropuertos, el uso de biometría se ha convertido en una solución eficaz para gestionar los riesgos de suplantación de identidad, tener control migratorio, acelerar los procesos aeroportuarios y, por ende, mejorar la experiencia de usuario, siempre y cuando se mantenga el equilibrio entre la recopilación de los datos sensibles y la protección del derecho a la privacidad.

“La implementación de la biometría, indudablemente, se traduce en una mejora notable en la eficacia de los procedimientos de control aplicables a visitantes y viajeros. Sin embargo, también representa un reto de ciberseguridad e identidad digital altamente crítico, tanto para las autoridades como para las aerolíneas, que requieren de estándares y protocolos internacionales de seguridad informática para prevenir el acceso no autorizado o el robo de datos confidenciales”, explicó Manuel Moreno, Director de Habilitación de Ventas de IQSEC.

Y es que según la encuesta de Air Transport IT Insights, de SITA, en el 2024 el 93% de los aeropuertos del mundo destinarán mayores inversiones en Tecnologías de la Información (TI), siendo su prioridad la biometría, los servicios en la nube y la

En 2024, el 93% de los aeropuertos del mundo destinarán mayores inversiones en TI, siendo la biometría una de sus prioridades.

En México, la ley de protección de datos personales y la concientización de los riesgos de ciberseguridad hacen viable, en un futuro próximo, la implementación y el uso de esta tecnología con la creación, incluso, de un pasaporte digital.



ciberseguridad. En consecuencia, también las aerolíneas están adoptando, gradualmente, soluciones de auto-embarque sin contacto personal, utilizando documentación biométrica y de identificación, proyectando que, en 2025, más del 70% de ellas usará completamente esa tecnología.

“Con este panorama, es fundamental proveer de soluciones de ciberseguridad e identidad digital a ese sector para que resguarden y protejan las bases de datos de sus usuarios, así como asegurar la interoperabilidad y el cotejo con documentos oficiales, como, por ejemplo, el INE, RENAPO y SHCP, en México y, proporcionar la transparencia en el tránsito de la información, a fin de que las personas conozcan y controlen el destino de sus datos, así como el tratamiento de los mismos”, explicó el especialista de ciberseguridad. Esto, bajo la premisa de que los datos biométricos son representaciones de propiedades físicas, fisiológicas, de comportamiento o rasgos de la personalidad atribuibles a un individuo quien es el único dueño de su información.

En nuestro país, la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP), el responsable o los terceros que intervengan en cualquier fase del tratamiento de datos personales, guarden confidencialidad respecto de los datos biométricos, obligación que subsistirá aun después de finalizar su relación con el titular.

“Esta ley, aunada a la responsabilidad y la concientización del sector aeroportuario de la importancia de proteger los datos personales y de los riesgos de ciberseguridad, hacen viable,

en un futuro próximo, la implementación de tecnología de reconocimiento de rasgos biométricos en nuestro país, que se pondría, incluso, a la vanguardia mundial con la creación de un pasaporte digital”, añadió Manuel Moreno.

Los beneficios del uso de biometría en el sector aeroportuario son:

1. Reducción de los tiempos de espera y mayor eficiencia.
2. Control de riesgos de seguridad y privacidad de los datos.
3. Mayor precisión y confiabilidad en la identificación de usuarios.
4. Reducción de fraude y robo de identidad.
5. Mejor control fronterizo.
6. Ahorro de costos para aeropuertos y aerolíneas por la automatización de la verificación de identidad.
7. Mejora en la experiencia de usuario.
8. Mecanismos de autenticación.
9. Cumplimiento regulatorio en materia de leyes internacionales y de privacidad.
10. Reducción el impacto ambiental por la eliminación del uso de papel. 

Finalmente, debido a las grandes ventajas que ofrece el uso de esta tecnología, Statista proyecta que para el 2027, el mercado mundial de autenticación e identificación biométrica alcanzará casi 100 mil millones de dólares.



**Mantente informado sobre
todo lo que pasa en la Industria
de la Seguridad en Latinoamérica.**

**NOTICIAS
ALAS**

Publicación oficial

NA



Ahora cuenta con el primer
Canal de Whatsapp

<https://bit.ly/3tuPbNM> 

de la industria de la
Seguridad Latinoamericana



ASOCIACIÓN
LATINOAMERICANA
DE SEGURIDAD