

MSMK Magazine

COMERCIO A GRAN ESCALA: TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD



Curiosidades, misterios,
innovaciones,
experiencias de
profesionales... Lo más
interesante y novedoso
sobre el mundo de la
tecnología.

ÍNDICE

CYBER SECURITY & HACKING

¿Se encuentra la computación cuántica en el umbral de convertirse en el próximo cambio de paradigma, o es simplemente una moda pasajera?

2

Tecnologías digitales, comercio y ciberseguridad en la era digital

5

Frente a los Cibercriminales: Desafíos de la Seguridad en el E-commerce

8

Ciberseguridad en el comercio internacional: desafíos y soluciones

11

DIGITAL MARKETING & BUSINESS ANALYTICS

Estrategias y UX en comercio electrónico a gran escala

14

Importación y exportación mediante el comercio electrónico a gran escala en África

18

Impacto social con la IA y la responsabilidad empresarial

20

MARKETING MANAGEMENT & DIGITAL COMMUNICATIONS

Internacionalización empresarial: estrategias para el crecimiento global

23

BUSINESS MANAGEMENT & DIGITAL TECHNOLOGIES

Perspectivas futuras del comercio a gran escala: el rol de la inteligencia artificial, blockchain y otras tecnologías emergentes en la sociedad global

26

GAME TECHNOLOGIES, DESIGN & ANIMATION

Blockchain y su potencial para revolucionar el comercio exterior: aplicación y desarrollo

29

El futuro del comercio aéreo

32

COMPUTER SCIENCE AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Amazon: Reinventando el Comercio con la Fuerza de la Inteligencia Artificial

34

¿SE ENCUENTRA LA COMPUTACIÓN CUÁNTICA EN EL UMBRAL DE CONVERTIRSE EN EL PRÓXIMO CAMBIO DE PARADIGMA, O ES SIMPLEMENTE UNA MODA PASAJERA?

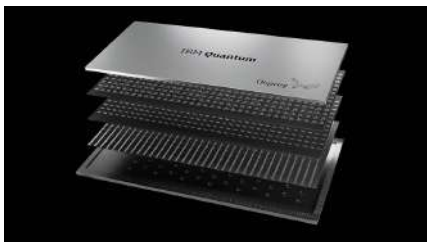
Está claro que la industria espera que la **computación cuántica** aporte ventajas sin precedentes en multitud de sectores. Sin embargo, para muchos líderes empresariales, sigue siendo un campo envuelto en misterio. Reconocen su potencial para transformar el mundo, pero a menudo carecen de comprensión sobre cómo funciona realmente.

Para entender la importancia de la **computación cuántica**, es esencial conocer sus fundamentos. Este campo multidisciplinario fusiona aspectos de ciencias de la computación, física y matemáticas, aprovechando las leyes de la mecánica cuántica para procesar información. Mediante el uso de **bits cuánticos (qubits)**, que pueden representar múltiples estados gracias a las propiedades de **superposición y entrelazamiento**, permiten a los ordenadores cuánticos resolver problemas considerados intratables con los actuales ordenadores clásicos. Mientras que un ordenador clásico utiliza bits binarios que solo pueden representar un "0" o un "1", los ordenadores cuánticos utilizan qubits que pueden representar un "0" y "1" o cualquier combinación de ambos (superposición). Gracias a esta capacidad, los ordenadores cuánticos pueden explorar simultáneamente múltiples soluciones para un problema, lo que los hace extraordinariamente más eficientes. Como resultado, pueden resolver problemas de cálculo complejos a una **velocidad** exponencialmente mayor que los ordenadores clásicos.

Los avances recientes de la tecnología respaldan su potencial revolucionario. Tanto **Google** como un grupo de investigadores chinos han demostrado que los ordenadores cuánticos pueden superar a los superordenadores clásicos en la resolución de tareas computacionales específicas en una fracción del tiempo. Esto abre la puerta a nuevas posibilidades en una amplia gama de aplicaciones. **Ambas organizaciones afirman que sus ordenadores cuánticos completaron en menos de 5 minutos, tareas cuidadosamente construidas que habrían llevado a los superordenadores clásicos miles o incluso miles de millones de años.**

A día de hoy, la tecnología ya ha generado impacto en diversas áreas:

- En 2022, **IBM** presentó su procesador cuántico de más de **400 qubits**, un hito significativo en la escalabilidad y la corrección de errores. Este procesador tiene el potencial de abordar problemas aún más complejos y avanzar en la viabilidad comercial de esta tecnología.
- La empresa **Rigetti** creó un sistema de computación cuántica llamado **Forest**, que las empresas utilizan para ejecutar algoritmos cuánticos en procesadores cuánticos que contienen **32 qubits**. Asimismo, tiene el potencial de resolver problemas de optimización extremadamente complejos y aprovecha principios cuánticos para garantizar la comunicación.



En 2022 IBM da un salto triple con Osprey, el nuevo ordenador cuántico más grande del mundo con 433 qubits.

Entonces, **¿por qué la computación cuántica es importante en el negocio?**

Dado a que puede procesar más información paralelamente, es ideal para el procesamiento de grandes volúmenes de datos. De hecho, puede ser la única forma de mantenerse al día con las tasas de crecimiento de datos en un futuro inmediato. Del mismo modo, al resolver problemas mucho más rápidamente, se convierte en un activo muy importante en cualquier empresa, ya que **optimiza** el uso del tiempo. Por último, pero no menos importante, tiene el potencial de transformar la **seguridad cibernética** al posibilitar la creación de **algoritmos de cifrado cuántico** más robustos, convirtiéndola en una herramienta indispensable para las empresas que buscan ser competitivas y avanzadas tecnológicamente.



Jordi Amaechi

CYBER SECURITY & HACKING

TECNOLOGÍAS DIGITALES, COMERCIO Y CIBERSEGURIDAD EN LA ERA DIGITAL

Es una realidad, el **comercio a gran escala** está impactando en nuestro estilo de vida, no solo a los pequeños consumidores, sino también a las empresas involucradas en este sector tan importante, donde las transacciones y los intercambios de información ocurren a la velocidad de la luz. La **ciberseguridad** se ha convertido en una columna vertebral indispensable para garantizar operaciones seguras y mantener la confianza de los clientes.

Viéndolo desde ese punto de vista, suele ser bastante **ventajoso** para ambos. Como clientes, creemos que nuestra información está segura por utilizar **tecnologías novedosas** aplicadas por las empresas y como propietarios de comercios, consideramos que estas transacciones están completamente seguras porque son custodiadas por un software capaz de entender todas las variables involucradas en un ciberataque, para así mantener nuestros datos en una custodia total de seguridad.

Como expertos en **ciberseguridad**, nunca nos cansaremos de apoyar la **educación** en esta materia, tanto para clientes como para propietarios de comercios. Para los comerciantes, es normal apoyar toda su confianza en empresas tercerizadas que proveen software capaz de automatizar muchas de nuestras tareas, pero en este auge de **industrias 4.0** donde el acceso a las herramientas digitales están a solo un click de distancia y con solo unos conocimientos básicos de informática, cualquiera puede emplear herramientas que se encuentran en internet para apoyar esos procesos empresariales tan importantes en un e-commerce o tienda física. **¿Pero sabemos y comprendemos lo que pasa con estos datos que manejamos?**

Panorama actual de la ciberseguridad en e-commerce

En vista de que el **comercio electrónico** se ha expandido a una velocidad sin igual por medio de la accesibilidad a **internet**, su constante progreso y evolución sin igual, las compras en línea se han vuelto cada vez más populares y ofrecen una facilidad, variedad y precios competitivos que superan a la mayoría de tiendas físicas que no adaptan sus modelos de negocio a este nuevo paradigma. El comercio electrónico a gran escala está enfocándose más en la parte de servicios y ventas, dejando de lado un pilar de importancia para todos: **la seguridad de la información**. Si no se adoptan medidas robustas y necesarias, esto puede llevar consecuencias catastróficas, incluyendo una pérdida de datos crítica, interrupciones operativas y daño a la reputación de una marca o empresa.

En estadísticas recientes sobre ataques cibernéticos encontramos incidentes como el **incremento notable de ataques por medio de phishing**. Como segundo ataque encontramos el **malware** y, por último, **ataques a la cadena de suministro** de un e-commerce, en el que el 74% de los casos los ataques cumplen con su objetivo. A manera de ejemplo, algunos casos reales son:

- **Ataque de Ransomware a eBay:** En 2014, eBay sufrió una violación de seguridad que expuso los datos de 145 millones de usuarios, resaltando la importancia de una seguridad robusta en los grandes marketplaces en línea.
- **Ataque de Phishing a Shopify:** En 2020, se reportó que dos empleados malintencionados de Shopify habían robado datos de clientes de alrededor de 200 comerciantes, lo que resalta el riesgo interno y la importancia de la seguridad de los empleados.
- **Violación de Datos en Adobe:** En 2013, Adobe experimentó una masiva violación de datos, con más de 38 millones de cuentas de usuario y código fuente robado, lo que demuestra el riesgo de ataques sofisticados.
- **Ataque a la Cadena de Suministro de SolarWinds:** Aunque no es un e-commerce, el ataque de 2020 a SolarWinds afectó a múltiples empresas y destacó la importancia de la seguridad en la cadena de suministro digital.
- **Brecha de Datos en Target:** En 2013, Target fue víctima de un ataque cibernético que comprometió los datos de pago de 41 millones de clientes, destacando la vulnerabilidad de los sistemas de punto de venta.
- **Violación de Datos en Zappos:** En 2012, Zappos, una popular tienda en línea de zapatos y ropa, sufrió una brecha de seguridad que afectó a más de 24 millones de clientes.

En nuestra recopilación de datos podemos observar que todas las empresas son conocidas, empresas de gran calibre económico y que apuestan en una seguridad de la información robusta, pero eso no las exonera de ser víctimas de ciberataques.



Tendencia a crecer y recomendaciones

La tendencia al crecimiento de nuevas tecnologías y sistemas de procesamiento, donde el cliente cuente cada vez con una interacción más rápida en su compra, es inevitable. Por eso, debemos saber que estas serán focos de **futuros ciberataques**; es una **amenaza inminente** y los resultados de empresas atacadas año tras año revelan este resultado. Por lo tanto, es importante conocer los pilares indispensables para garantizar la protección de la información, mantener la confianza de los clientes y salvaguardar la integridad de las transacciones en un entorno altamente conectado. Recomendamos a los proveedores de servicios o pequeñas empresas:

- **Manejo de regulaciones claves en la ciberseguridad**, como lo son: **GDPR** (General Data Protection Regulation) o **PCI DSS** (Payment Card Industry Data Security Standard).
- **Tomar como estrategias para seguir el cumplimiento de las mismas:** Auditorías Regulares y Evaluación de Riesgos, Políticas de Privacidad y Seguridad Actualizadas, Asociarse con Expertos en Ciberseguridad.

Como punto final, los profesionales en ciberseguridad nos apoyamos en marcos de referencia y normativas para implementar seguridad en cualquier sistema. Hablábamos de **ISO, NIST y ENS**, ya que contienen muchísima información valiosa que puede ayudarnos a tener una visión general de cómo proteger nuestro perímetro informático contra futuros ciberataques.



Y lo más importante, mucha información de estos marcos y referencias se encuentra libre en sus repositorios oficiales, aunque algunos son de pago (como por ejemplo **ISO**), pero en usos generales pueden ayudarles a tener una visión más generalizada de cómo proteger sus datos en una empresa u organización.



Ricardo Leone

CYBER SECURITY & HACKING

FRENTE A LOS CIBERCRIMINALES: DESAFÍOS DE LA SEGURIDAD EN EL E-COMMERCE

El **comercio electrónico** no solo ha revolucionado la forma en que adquirimos bienes y servicios, sino que también ha traído consigo una serie de desafíos de seguridad significativos. Los **cibercriminales**, aprovechando la naturaleza digital y a menudo impersonal de las transacciones en línea, han encontrado nuevas maneras de cometer fraudes, robar identidades y atacar las cadenas de suministro, poniendo en riesgo tanto a empresas como a consumidores. Este artículo explora los desafíos específicos que enfrenta el e-commerce en términos de **ciberseguridad** y cómo las empresas están innovando para responder a estas amenazas.

Desafíos de seguridad en el e-commerce

La explosión del **e-commerce** ha transformado radicalmente la forma en que interactuamos con el comercio, brindando una conveniencia inigualable y acceso a una diversidad de productos sin precedentes. No obstante, este crecimiento acelerado ha venido acompañado de un incremento en los riesgos de seguridad, desafiando tanto a consumidores como a empresas. Los **cibercriminales**, cada vez más sofisticados, han diversificado sus métodos de ataque, recurriendo a técnicas avanzadas de **phishing**, **fraude** con tarjetas de crédito, ataques de **ransomware** y otras estrategias maliciosas diseñadas para infiltrarse en los sistemas de seguridad de las empresas y explotar la confianza de los consumidores.

Paralelamente, el **robo de identidad** emerge como una de las mayores amenazas en este entorno digital, donde los delincuentes aprovechan cualquier fisura para sustraer y utilizar datos personales en la comisión de fraudes de considerable magnitud. Este complejo panorama de seguridad obliga a una constante evolución de las medidas de protección y a un esfuerzo colaborativo entre industrias y entidades reguladoras para salvaguardar la integridad del comercio electrónico y mantener la confianza de los usuarios en este dinámico y vital sector de la economía global.

Fraudes más comunes en el e-commerce

El fraude en el e-commerce puede adoptar muchas formas, desde el uso de tarjetas de crédito robadas hasta la creación de sitios web falsos que imitan a comercios legítimos. Los **cibercriminales** también emplean **técnicas de ingeniería social** para engañar a los usuarios y obtener sus datos personales y financieros. Esta variedad de fraudes no solo causa pérdidas económicas significativas, sino que también mina la confianza del consumidor en el e-commerce.

Robo de identidad y sus consecuencias

El **robo de identidad en el e-commerce** no es solo un acto de violación de la privacidad, sino que también acarrea severas consecuencias para las víctimas, impactando dramáticamente tanto en el plano financiero como en el reputacional. Los delincuentes, armados con información personal obtenida ilícitamente, tienen la capacidad de efectuar compras fraudulentas o de abrir cuentas de crédito bajo el nombre de sus víctimas. Esto no solo resulta en deudas inesperadas para quienes sufren el robo, sino que también desencadena un proceso de recuperación tedioso y prolongado, que a menudo implica navegar por complejos **laberintos legales y financieros para restaurar la salud crediticia y la reputación**. La magnitud de este problema subraya la importancia crítica de **adoptar medidas preventivas** robustas y de concienciar sobre las prácticas seguras en línea, en un esfuerzo por minimizar los riesgos y proteger a los usuarios en el vasto y vulnerable espacio del comercio electrónico.



Ataques a la cadena de suministro

Los **ataques a la cadena de suministro en el e-commerce** son una **amenaza** compleja y perniciosa que impacta tanto a empresas como a consumidores, involucrando desde la inserción de malware en componentes hasta la falsificación de productos y el robo de datos sensibles durante la distribución. Estos ataques no solo causan pérdidas económicas y dañan la reputación de las marcas, sino que también representan **riesgos** significativos para la **salud y seguridad** de los consumidores. Para combatir esta problemática, las empresas deben adoptar **estrategias proactivas y multicapa**, que incluyen auditorías regulares, sistemas de trazabilidad, colaboración interindustrial y el uso de tecnologías avanzadas como la blockchain, con el objetivo de proteger la integridad de sus operaciones y mantener la confianza en el ecosistema del comercio electrónico.

Soluciones y estrategias para combatir el cibercrimen

Frente a estos desafíos, las empresas de e-commerce están implementando estrategias robustas para protegerse. Estas incluyen el uso de **tecnologías avanzadas** como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para detectar y prevenir fraudes, así como la **adopción de prácticas de seguridad** como la autenticación de dos factores para proteger las cuentas de los usuarios. Además, la **educación y la concienciación** del consumidor sobre los riesgos de seguridad juegan un papel crucial en la prevención del cibercrimen.

Implementación de tecnologías avanzadas

La tecnología juega un papel fundamental en la lucha contra el cibercrimen en el e-commerce. Herramientas como la **inteligencia artificial** y el **aprendizaje automático** permiten a las empresas detectar patrones de fraude y responder en tiempo real, mientras que tecnologías como la **blockchain** ofrecen nuevas formas de asegurar las transacciones y proteger los datos de los consumidores.

Educación y concienciación del consumidor

Informar a los **consumidores** sobre cómo **protegerse** de los fraudes y el robo de identidad es esencial. Esto incluye educarlos sobre la importancia de utilizar contraseñas seguras, reconocer los intentos de phishing y verificar la autenticidad de los sitios de e-commerce antes de realizar compras.

Conclusión

La lucha contra los cibercriminales en el e-commerce es un desafío constante y en evolución. Sin embargo, mediante la adopción de tecnologías avanzadas, la implementación de prácticas de seguridad robustas y la educación de los consumidores, las empresas pueden protegerse eficazmente contra estas amenazas. A medida que el comercio electrónico continúa creciendo, la seguridad seguirá siendo una prioridad máxima para garantizar la confianza y la seguridad de los consumidores en el mundo digital.



Pranas Mickevicius

CYBER SECURITY & HACKING

CIBERSEGURIDAD EN EL COMERCIO INTERNACIONAL: DESAFÍOS Y SOLUCIONES

En el mundo actual, el **comercio internacional** ha experimentado una transformación radical, donde las transacciones financieras, comunicaciones y transferencias de datos son fundamentales para el funcionamiento fluido de la economía global.

Sin embargo, esta **interconexión** también ha dado lugar a una serie de **desafíos** en términos de seguridad, que pueden comprometer la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información comercial sensible.

En este artículo, exploraremos los desafíos únicos que enfrenta el comercio internacional en el ámbito de la **ciberseguridad** y las soluciones innovadoras para mitigar estos riesgos.

Desafíos de la ciberseguridad en el comercio internacional

Los principales desafíos a los que se enfrenta el comercio internacional son:

- **Proliferación de ataques dirigidos:** la variedad de ataques dirigidos a empresas, instituciones financieras y sistemas de infraestructura crítica, que van desde el phishing hasta el robo de datos sensibles, representa uno de los principales desafíos en términos de ciberseguridad.
- **Vulnerabilidades en la cadena de suministro global:** la complejidad y extensión de las cadenas de suministro proporcionan múltiples puntos de entrada para ataques cibernéticos, desde proveedores logísticos hasta fabricantes.
- **Amenazas persistentes avanzadas (APT):** actores estatales y grupos de ciberdelincuentes utilizan técnicas sofisticadas para infiltrarse en redes empresariales y gubernamentales, comprometiendo la seguridad de los datos comerciales.
- **Protección de la propiedad intelectual:** la propiedad intelectual es un objetivo principal para el robo cibernético, lo que puede afectar significativamente la competitividad y la innovación de las empresas internacionales.
- **Cumplimiento normativo inconsistente:** las regulaciones de ciberseguridad varían considerablemente entre países, lo que dificulta la creación de un marco coherente para proteger los datos transfronterizos y garantizar el cumplimiento normativo en múltiples jurisdicciones.

Además, la **naturaleza transfronteriza** del comercio internacional complica aún más la tarea de proteger la información y los activos digitales. Las empresas que operan en múltiples jurisdicciones deben cumplir con una variedad de regulaciones y estándares de seguridad cibernética, lo que puede resultar en un **panorama fragmentado y desafiante** para la aplicación de medidas de protección coherentes.

Soluciones para mitigar los riesgos de ciberseguridad

Para abordar estos desafíos, es fundamental que las empresas y las entidades involucradas en el comercio internacional adopten un **enfoque proactivo** hacia la ciberseguridad. Esto incluye la implementación de medidas de seguridad robustas en todas las etapas de la cadena de valor, desde la recopilación y el almacenamiento de datos hasta la transmisión y la entrega de productos y servicios.

Una de las soluciones clave para mitigar los riesgos es la **adopción de tecnologías avanzadas de protección**, como **firewalls** de próxima generación, sistemas de detección y respuesta de amenazas, y soluciones de cifrado de datos. Estas herramientas pueden ayudar a detectar y prevenir ataques cibernéticos antes de que causen un daño significativo.



Otras de las soluciones ante esta problemática son:

- **Colaboración público-privada:** la cooperación entre gobiernos, empresas y organizaciones internacionales es esencial para compartir información sobre amenazas y desarrollar estrategias de ciberseguridad efectivas.
- **Implementación de estándares de seguridad:** adoptar normas y mejores prácticas reconocidas a nivel internacional, como ISO 27001, puede ayudar a las organizaciones a establecer controles de seguridad robustos y mitigar los riesgos cibernéticos.

- **Tecnologías emergentes:** la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y la automatización pueden fortalecer las defensas cibernéticas al identificar y responder rápidamente a las amenazas en tiempo real.
- **Educación y concienciación:** la capacitación del personal en ciberseguridad y la promoción de una cultura de seguridad pueden ayudar a prevenir ataques de ingeniería social y mejorar la higiene digital en toda la organización.

Conclusión

En resumen, la **ciberseguridad** es un componente crítico del comercio internacional en la era digital, y abordar los desafíos de manera efectiva requiere un enfoque colaborativo y proactivo. Al adoptar **soluciones** innovadoras y promover una cultura de seguridad cibernética, las empresas pueden proteger sus operaciones comerciales y mantener la confianza de los clientes en un entorno cada vez más interconectado y globalizado.

Al adoptar un enfoque **proactivo y colaborativo** las empresas pueden fortalecer su posición en el mercado global y garantizar la continuidad de sus operaciones en un entorno cada vez más digitalizado y conectado.



Vera Zamora

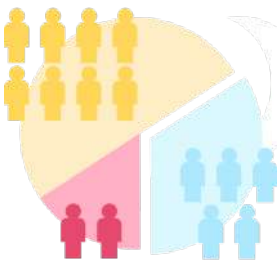
CYBER SECURITY & HACKING

ESTRATEGIAS Y UX EN COMERCIO ELECTRÓNICO A GRAN ESCALA

En la era digital actual, el **comercio a gran escala** ha experimentado una transformación significativa gracias a la llegada de la tecnología digital y las estrategias avanzadas de marketing. En este artículo se propone analizar en profundidad cómo las empresas pueden utilizar una variedad de estrategias de marketing digital centradas en la experiencia del usuario para optimizar la compra en línea y destacarse en un mercado altamente competitivo.

Segmentación de Audiencia y Personalización

Estas prácticas permiten a las empresas comprender mejor a su **audiencia** y adaptar sus mensajes y ofertas a las necesidades y preferencias individuales de los clientes, lo que mejora la **experiencia** del usuario y aumenta las **tasas** de conversión. La segmentación **demográfica** se enfoca en edad, género y ubicación; la **psicográfica**, en valores e intereses; la **conductual**, en patrones de compra y lealtad; y la **contextual**, en el momento y ubicación del usuario.



La **personalización** en tiempo real adapta contenido y ofertas según el comportamiento del usuario en tiempo real, mientras que las **pruebas A/B** y la optimización continua permiten a las empresas mejorar sus estrategias de segmentación y personalización, aumentando así la efectividad y relevancia de sus campañas de marketing.

Optimización de Motores de Búsqueda (SEO)

La estrategia de **SEO** se compone de varios elementos esenciales para mejorar la **visibilidad** y el **rendimiento** de un sitio web en los motores de búsqueda.

La investigación de **palabras clave** consiste en identificar términos y frases relevantes que los usuarios utilizan al buscar productos o servicios relacionados. Herramientas especializadas como **SEMrush**, **Ahrefs** o **Google Keyword Planner** son útiles para este propósito, proporcionando datos sobre el volumen de búsqueda y la competitividad de estas.

La **optimización On-Page** se refiere a los ajustes realizados directamente en el contenido y el **código HTML** de las páginas del sitio web, mientras que la **optimización técnica** se enfoca en mejorar la estructura y el rendimiento técnico del sitio web para facilitar su rastreo e indexación por parte de los motores de búsqueda. Esto implica mejorar la velocidad de carga del sitio, garantizar la compatibilidad con dispositivos móviles y resolver problemas técnicos.

La creación de **contenido optimizado** es esencial para el SEO. Además de incorporar palabras clave de manera natural, se debe crear contenido útil, informativo y original que responda a las preguntas y necesidades de los usuarios. Esto no solo mejora la visibilidad en los motores de búsqueda, sino que también **aumenta la autoridad y la credibilidad** del sitio web.

El **link building** consiste en obtener enlaces de calidad de otros sitios web relevantes y autorizados que actúan como **votos de confianza** y ayudan a mejorar la relevancia del sitio en los motores de búsqueda. Además, el **SEO requiere análisis y mejoras continuas**, incluyendo el seguimiento de métricas clave como el tráfico orgánico, las clasificaciones de palabras clave y la tasa de conversión, para realizar mejoras basadas en los datos recopilados.



Optimización en Motores de Búsqueda (SEM)

El **SEM** permite a las empresas crear anuncios altamente segmentados que se muestran a usuarios que están buscando activamente productos o servicios específicos. Esto se logra seleccionando **palabras clave relevantes** y diseñando **anuncios** que se muestren cuando los usuarios realicen **búsquedas relacionadas**.

También, posibilita **personalizar anuncios** según la intención de búsqueda del usuario, lo que aumenta su **relevancia** y la probabilidad de clic. También ofrece flexibilidad en presupuesto y programación. Otra ventaja es su capacidad para **medir y realizar un seguimiento preciso** del rendimiento de los anuncios a través de **métricas detalladas**, lo que permite ajustes continuos para optimizar el rendimiento de las campañas.

El **SEM** se puede **integrar** con otras estrategias de marketing digital, como **SEO**, marketing de **contenidos** y **redes sociales**, para maximizar el impacto y la visibilidad de la marca en línea. Es importante realizar una investigación exhaustiva de **palabras clave** y tener una **estrategia de puja** efectiva para asegurar que los anuncios se muestren en posiciones relevantes y a un costo razonable.



Experiencia del Usuario (UX) y Diseño de Interfaz de Usuario (UI).

La **UX** se centra en cómo se siente y se comporta el usuario al interactuar con un sitio web o una aplicación, mientras que la **UI** abarca el diseño visual y la disposición de los elementos en la pantalla.

Una **navegación intuitiva** es crucial para que los usuarios encuentren fácilmente lo que buscan en un sitio web o aplicación. Además, el **flujo de usuario** debe ser lógico y predecible, con llamadas a la acción claras que faciliten la navegación.

En la era móvil, la **funcionalidad** y **optimización** de sitios web y aplicaciones son clave. Un **diseño responsive** garantiza una experiencia de usuario consistente. La **velocidad de carga** influye en las conversiones, siendo esencial para usuarios móviles. El **diseño visual** debe ser atractivo y funcional para una navegación fácil.

La **personalización** es clave para mejorar la experiencia del usuario. Al utilizar datos sobre el comportamiento y las preferencias del usuario, las empresas pueden ofrecer recomendaciones de productos altamente relevantes y personalizadas que aumenten las posibilidades de conversión. Por último, el **proceso de pago** debe ser simple y transparente.

Experiencia del Cliente y Tecnologías Emergentes

La integración de tecnologías innovadoras en el comercio electrónico está transformando la forma en que los consumidores interactúan con las marcas y realizan compras en línea. La **realidad aumentada (AR)** permite a los clientes visualizar productos en su entorno real antes de comprar, ofreciendo una experiencia más interactiva y precisa.

Por otro lado, la **inteligencia artificial (IA)** se utiliza para personalizar las experiencias de los clientes a través de chatbots y sistemas de recomendación. Además, la personalización en tiempo real adapta la experiencia de compra según el comportamiento del usuario en ese momento específico. La **realidad virtual (VR)** ofrece experiencias inmersivas que permiten a los clientes explorar tiendas virtuales y probar productos virtualmente. El **pago biométrico** añade un nivel adicional de seguridad y comodidad al utilizar características físicas únicas para autenticar las transacciones.

Estas innovaciones tecnológicas están redefiniendo el comercio electrónico y mejorando significativamente la experiencia del cliente.



Daniel García

**DIGITAL MARKETING & BUSINESS
ANALYTICS**

IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN MEDIANTE EL COMERCIO ELECTRÓNICO A GRAN ESCALA EN ÁFRICA

África, un continente rico en recursos naturales y culturales, enfrenta desafíos y oportunidades únicas en el panorama global. El **comercio electrónico** puede ser un catalizador para el **crecimiento económico** y el **desarrollo sostenible** en la región, al facilitar el comercio internacional, crear empleos y empoderar a las pequeñas empresas.

El Comercio electrónico en África

El **comercio electrónico** está experimentando un crecimiento sin precedentes en África, remodelando sectores clave de la economía.

Ejemplos notables incluyen **Twiga Foods** en Kenia, que vincula eficazmente a los agricultores con los mercados, y **d.light** Nigeria, que vende productos solares en línea. Empresas como **Jumia Group** están transformando el turismo al ofrecer servicios en línea para paquetes turísticos.



Narrativas de Éxito y Potencial Inexplorado

Jumia y **Kilimall** son ejemplos destacados del potencial del comercio electrónico en África. Además, nuevas empresas como **Flutterwave**, **OPay** y **Sokowatch** están a la vanguardia de la innovación digital en el continente, creando ecosistemas para pequeñas empresas y simplificando los sistemas de pago móvil y las entregas de última milla.

Importación y Exportación mediante el Comercio Electrónico

Cada región de África tiene sus propias características y productos destacados en términos de importación y exportación. Desde **petróleo** y **gas** en el Norte de África hasta **diamantes** en el Sur, **café** en el Este y **cacao** en el Oeste, el continente exhibe una diversidad de recursos y capacidades productivas.

Impulsar la Exportación Africana a través de la Digitalización

La **digitalización del comercio** exterior en África ofrece oportunidades significativas para el crecimiento económico y la inclusión global. Acceso expandido a mercados globales, reducción de costos operativos, promoción de la transparencia y empoderamiento de las comunidades locales son algunas de las ventajas clave que ofrece la digitalización.

El Futuro del Comercio Electrónico en África

El futuro del comercio electrónico en África se vislumbra como una **oportunidad emocionante y prometedora**, con el potencial de transformar radicalmente la economía y la sociedad del continente. Sin embargo, se deben abordar desafíos como la mejora de la infraestructura digital y de transporte, la regulación efectiva y la capacitación de empresas y consumidores.

Conclusión

El **comercio electrónico** emerge como un catalizador crucial para el crecimiento económico y el desarrollo sostenible en África. A través de la digitalización, se abre un horizonte de oportunidades que aborda desafíos históricos en el comercio tradicional, ofreciendo acceso global a mercados, impulsando la inclusión financiera y promoviendo la transparencia y la competitividad.

Sin embargo, para materializar plenamente este potencial, es imperativo abordar desafíos clave, como la **mejora de la infraestructura digital** y de **transporte**, la implementación de regulaciones efectivas y la capacitación para capacitar tanto a empresas como a consumidores. Con un enfoque **integral** y **colaborativo**, el comercio electrónico tiene el poder de transformar radicalmente la economía y la sociedad africana, promoviendo un futuro próspero y equitativo para la región.



Genet Getacho

DIGITAL MARKETING & BUSINESS
ANALYTICS

IMPACTO SOCIAL CON LA IA Y LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

Desde hace algún tiempo, la **inteligencia artificial** se ha convertido, y cada vez más, en algo indispensable que tanto las empresas como los profesionales deben conocer para que el funcionamiento de la empresa fluya y crezca con mayor rapidez.

Es verdad que las **IA** pueden aumentar la eficiencia en muchos trabajos con tareas monótonas, sobre todo, con aquellas que tienen que ver con recogida y tratamiento de datos, ya que son mucho más exactos. Esto trae un **problema** a la palestra donde no podemos parar de preguntarnos: ¿Estas tecnologías harán que mi **puesto de trabajo** peligre? ¿Qué pasará con nuestros **empleos** si llega una IA tan perfeccionada que haga el trabajo de un equipo entero ella sola?



No tenemos respuesta a estas preguntas, pero lo que sí podemos prever es que la llegada de estas tecnologías y su continuo avance nos traerá un **cambio drástico** en cómo tenemos comprendidas muchas de las tareas y puestos de trabajo. A su vez, nos va a traer otros muchos **nuevos puestos de trabajo** más enfocados en la utilización de estas herramientas, con lo que podríamos decir que las personas que tengan **conocimientos** en este campo tendrán una **ventaja** considerable a las personas que no se hayan formado para ello.

Los trabajos que primero serán **afectados**, como hemos dicho, serán aquellos que sean **repetitivos** y que precisen **recopilar datos**, así como trabajadores de fábricas o almacenes, programadores informáticos, redactores de contenidos o analistas de investigación.

- **Trabajadores de fábricas:** la maquinaria que funciona mediante IA en fábricas y almacenes está realizando tareas con mayor rapidez y precisión, haciendo así que sea menos necesaria la mano de obra humana.

- **Programador informático:** las herramientas de IA, como Chat GPT, pueden escribir código, lo que supone una gran facilidad para aquellos que no entienden de programación. Esto pone en riesgo los trabajos de nivel básico.
- **Redactor de contenidos:** para tareas de redacción más básicas y repetitivas, o para redes sociales que son textos básicos, la IA ya puede generar contenido, lo que podría afectar a los especialistas en marketing de contenidos.
- **Analista de Investigación:** la IA puede procesar grandes volúmenes de datos y detectar patrones. Esto hace que sea fácil reemplazar a analistas en campos como estudios de mercado o un análisis financiero.



Y esto son solo algunos de los puestos que se pueden ver afectados, por eso las empresas juegan un gran papel para que la sociedad no llegue a una crisis de **desempleo**. Hay algunas **medidas** que se pueden tomar para que las personas se vean lo menos perjudicadas posible, eso sí, también tienen que poner de su parte para adaptarse a esta nueva era:

- **Reciclaje laboral:** esto es intentar que sus empleados adquieran nuevas habilidades que les beneficie para hacer otro tipo de tareas en la empresa. También con esto es posible que, en vez de eliminar empleos, puedan rediseñar puestos de trabajo para combinarlos con las nuevas IA.
- **Fomentar el trabajo con las IA:** ayudar a los empleados a entender estas herramientas y cómo utilizarlas en su beneficio para hacer su trabajo.
- **Ayuda en una transición laboral:** en los empleos afectados pueden implementar esta transición donde les ayuden a encontrar nuevas oportunidades de empleo con asesoramiento profesional, entrenamiento de nuevas habilidades o quizás con un apoyo financiero.



Quizás estas **medidas** no solucionen del todo el impacto que vaya a tener de aquí a unos años esta nueva manera de funcionar en las empresas, pero sí pueden ayudar a paliar este impacto. Además, como hemos dicho, también se crearán **nuevos puestos** que aún ni podemos imaginar, con lo que la población tendrá que moverse y adaptarse a este nuevo mundo, al igual que pasaron con muchos otros avances anteriores, así como la **revolución industrial** o la **llegada de internet**.



Ainara Urien

DIGITAL MARKETING & BUSINESS ANALYTICS

INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL: ESTRATEGIAS PARA EL CRECIMIENTO GLOBAL

Según el economista y profesor español **Oskar Villareal Larrinaga (2005)**, la **internacionalización empresarial** se define como una estrategia de crecimiento a través de la diversificación geográfica internacional. Este proceso influye en diversas actividades de la cadena de valor y en la estructura organizativa empresarial. Y requiere de un compromiso cada vez mayor, basado en un continuo desarrollo del conocimiento adquirido.

Los **objetivos** principales de internacionalizar una empresa son la apertura de nuevos mercados, la distribución de la empresa y la búsqueda de mayor eficiencia en la producción.

Este concepto está relacionado con el **crecimiento empresarial**. Tanto las pequeñas y medianas empresas como las multinacionales buscan nuevas **oportunidades** a nivel nacional o internacional para poder crecer. El crecimiento empresarial es el **desarrollo** que experimenta una empresa desde su creación con relación a su rentabilidad, posicionamiento, clientes y desarrollo de productos. Existen múltiples estrategias de crecimiento y, es precisamente la internacionalización empresarial, una de ellas.

Este concepto ha sido analizado por diversos académicos. Antiguamente, la internacionalización era un proceso lento y exclusivo de grandes empresas, sin embargo, esto ha ido cambiando a lo largo de los años. En la **actualidad**, independientemente del tamaño y de la edad, existen numerosas empresas que son capaces incluso de comercializar sus productos internacionalmente desde el principio, las llamadas **born global**. Esto es debido principalmente a varios factores: la globalización, la consolidación de las **TICs**, el desarrollo de los medios de transporte y la integración de las economías nacionales.

Estrategias de entrada

Existen **tres formas de entrada** en un nuevo mercado exterior: **las exportaciones, la inversión directa en el exterior y los acuerdos contractuales.**

Las más sencillas y de menor riesgo son las **exportaciones**. Esta estrategia consiste en enviar productos o servicios a mercados exteriores, habiendo sido producidos de manera local. Hay dos tipos principales: **indirecta**, donde la empresa vende a través de intermediarios y, **directa**, donde vende directamente en el extranjero. Mientras que la indirecta ofrece menor inversión y riesgo, la directa brinda más control sobre las operaciones y más seguridad en los servicios postventa.

Por otro lado, la **inversión directa** en el exterior es la estrategia más arriesgada pero potencialmente la más rentable, ya que la empresa compromete sus propios recursos en el país objetivo. Para ello, entre otras opciones, existe la **creación de filiales**. Es decir, se establece una nueva unidad en el país de destino. Esto supone la ventaja del acceso rápido al mercado y a sus recursos locales, pero también desafíos como la integración cultural y operativa.

Por último, las **alianzas** son **acuerdos formales entre empresas** que presentan objetivos comunes. Estos permiten reducir costos y acceder a nuevos mercados, pero al ser empresas diferentes pueden tener diferencias estratégicas y culturales. Es por ello por lo que, aunque permiten la expansión rápida y menos riesgos que la anterior estratégica, pueden ser complejas y requerir una alta coordinación y confianza entre socios.

Etapas de internalización

El proceso de internacionalización de una empresa puede variar según su tamaño, país y actividad, pero generalmente sigue varias etapas:

1 **Actividad importadora:** la empresa comienza importando productos del exterior, como maquinaria avanzada o suministros, a mejores precios o de mayor calidad. Esta primera etapa les permite explorar los mercados internacionales y sus ventajas.

Exportación: tras la importación, la empresa comienza a exportar sus productos a otros mercados, con el objetivo de aumentar sus ventas y sus beneficios.

3 **Implantación comercial:** la empresa establece oficinas de representación en el exterior para poder comercializar sus productos, dando paso a una etapa de implantación en el extranjero.

Inversión en el exterior: la empresa decide establecer unidades productivas en el extranjero para fabricar sus productos, ya sea para reducir costos o estar más cerca de sus mercados.

5

Aprovisionamiento en el exterior: esta modalidad sustituye en cierto modo a la inversión en el exterior. En lugar de invertir directamente, la empresa puede subcontratar la fabricación de bienes o servicios a empresas extranjeras para abaratar costos.

6

Globalización de la empresa: por último, la empresa se convierte en una organización global, estableciendo centros de producción e investigación en diferentes países sin restricciones geográficas.

Como se ha mencionado anteriormente, existen empresas que adoptan una estrategia global desde su inicio, son las conocidas born global companies. Estas operan con una visión del mundo sin fronteras desde el principio

Conclusiones

Una vez comprendido el concepto, cómo puede comenzar el proceso de internacionalización y sus etapas siguientes, surge la pregunta de **¿Cómo pueden las empresas continuar innovando y colaborando de manera más rápida y efectiva para aprovechar al máximo las ventajas de la internacionalización en un mundo cada vez más interconectado?**

Desde la **exploración** de mercados internacionales hasta la **expansión global**, la internacionalización empresarial es una estrategia fundamental de crecimiento de las empresas. A lo largo de sus etapas, es fundamental saber adaptarse constantemente a los desafíos y oportunidades que puedan surgir.

La clave se encuentra en la **capacidad de adaptación y en la búsqueda constante de nuevas formas de crecimiento**. Las empresas que logren innovar estarán en una posición privilegiada para capitalizar las oportunidades globales y asegurar su éxito a largo plazo.



Sandra Marina

MARKETING MANAGEMENT &
DIGITAL COMMUNICATIONS

PERSPECTIVAS FUTURAS DEL COMERCIO A GRAN ESCALA: EL ROL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, BLOCKCHAIN Y OTRAS TECNOLOGÍAS EMERGENTES EN LA SOCIEDAD GLOBAL

El **comercio a gran escala**, un pilar fundamental de la economía mundial, está siendo transformado de manera significativa por el avance vertiginoso de las tecnologías emergentes. Entre estas, destacan la **inteligencia artificial (IA)** y **Blockchain**, las cuales están remodelando la forma en que las empresas interactúan, gestionan sus operaciones y satisfacen las demandas de los consumidores en la sociedad global. Este ensayo explora las perspectivas futuras del comercio a gran escala, analizando el papel crucial que desempeñan la inteligencia artificial, Blockchain y otras tecnologías emergentes en este proceso de transformación.

La Revolución de la Inteligencia Artificial en el Comercio:

La **inteligencia artificial** ha irrumpido en el comercio a gran escala de múltiples maneras, desde la optimización de la cadena de suministro hasta la personalización del marketing y el servicio al cliente. Los algoritmos de aprendizaje automático y el procesamiento del lenguaje natural permiten a las empresas analizar grandes volúmenes de datos para identificar patrones, predecir tendencias de mercado y tomar decisiones estratégicas de manera más rápida y precisa que nunca. Además, los sistemas de IA están impulsando la automatización de tareas repetitivas, lo que **augmenta la eficiencia operativa y reduce los costos**.

Un área donde la inteligencia artificial está demostrando un impacto significativo es en la mejora de la **experiencia del cliente**. Mediante el análisis de datos de comportamiento, las empresas pueden ofrecer recomendaciones personalizadas, servicios adaptados a las necesidades individuales y respuestas rápidas a las consultas de los clientes, lo que fortalece la lealtad y la satisfacción del cliente.



Blockchain y la Transformación de la Cadena de Suministro:

El **Blockchain**, una tecnología descentralizada de contabilidad distribuida está revolucionando la gestión de la cadena de suministro al proporcionar transparencia, trazabilidad y seguridad a lo largo de toda la cadena. Al permitir el registro inmutable de transacciones, el Blockchain garantiza la autenticidad y la integridad de los datos, lo que **reduce el riesgo de fraudes y errores**.

Una aplicación prominente del Blockchain en el comercio a gran escala es la **trazabilidad de productos**. Mediante el registro de cada etapa del proceso de producción y distribución en un **libro mayor compartido**, las empresas pueden rastrear el origen y el recorrido de los productos, lo que facilita la detección y gestión de problemas como la contaminación alimentaria o la falsificación de productos.

Además, el Blockchain está facilitando la **automatización de los contratos inteligentes**, los cuales son programas informáticos que ejecutan automáticamente los términos de un contrato cuando se cumplen ciertas condiciones predefinidas. Esto simplifica y agiliza los procesos de negociación y cumplimiento de contratos entre múltiples partes, lo que **reduce los costos y los tiempos de transacción**.

Otras Tecnologías Emergentes y su Impacto en el Comercio

Además de la **inteligencia artificial** y el **Blockchain**, otras tecnologías emergentes están configurando el futuro del comercio a gran escala. Por ejemplo, el **Internet de las cosas (IoT)** está conectando dispositivos físicos a través de Internet, lo que permite la monitorización en tiempo real de la cadena de suministro y la optimización de la gestión de inventarios.

La **realidad aumentada (RA)** y la **realidad virtual (RV)** están transformando la experiencia de compra, permitiendo a los consumidores visualizar productos en entornos virtuales antes de realizar una compra.

Esto no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también reduce las devoluciones y aumenta las tasas de conversión.

La **computación en la nube** está democratizando el acceso a recursos informáticos avanzados, permitiendo a las empresas de todos los tamaños implementar soluciones tecnológicas escalables y rentables para mejorar sus operaciones comerciales.



Desafíos y Consideraciones Éticas:

A pesar de los beneficios indudables que ofrecen estas tecnologías emergentes, su **adopción** plantea desafíos y consideraciones éticas importantes. Por ejemplo, la automatización impulsada por la inteligencia artificial podría resultar en la pérdida de **empleos** en ciertos sectores, lo que requiere la reeducación y la capacitación de la fuerza laboral para adaptarse a las nuevas demandas del mercado laboral.

Además, la **recopilación masiva de datos** por parte de las empresas plantea preocupaciones sobre la **privacidad** y la **seguridad de la información personal** de los consumidores. Es crucial establecer marcos regulatorios sólidos y prácticas de protección de datos éticas para garantizar el uso responsable y seguro de la información.

Conclusiones:

Lo que es seguro es que el cambio social y económico del mundo está teniendo a la tecnología en vanguardia, y cada vez, los **cambios** son más **rápidos** y bruscos apenas estamos viviendo el principio de esta **revolución tecnológica** (cambios exponenciales directamente relacionados a la Ley de Moore).

El comercio a gran escala se encuentra en medio de una revolución tecnológica impulsada por la **inteligencia artificial**, **Blockchain** y otras **tecnologías emergentes**. Estas innovaciones están transformando la forma en que las empresas operan, interactúan con los consumidores y gestionan sus cadenas de suministro. Si se gestionan de manera efectiva y ética, estas tecnologías tienen el potencial de mejorar la eficiencia, la transparencia y la sostenibilidad del comercio a gran escala en la sociedad global. Sin embargo, es crucial abordar los desafíos y consideraciones éticas asociadas con su adopción para garantizar que estos avances beneficien a todos los actores involucrados en el ecosistema comercial. La verdadera pregunta es, **¿está este artículo creado con Inteligencia Artificial?**



Santiago Arredondo

**BUSINESS MANAGEMENT &
DIGITAL TECHNOLOGIES**

BLOCKCHAIN Y SU POTENCIAL PARA REVOLUCIONAR EL COMERCIO EXTERIOR: APLICACIÓN Y DESARROLLO

Desbloqueando el Potencial del Comercio Exterior: La Revolución de Blockchain

El **comercio exterior** ha sido durante mucho tiempo un motor crucial para el crecimiento económico global, facilitando el intercambio de bienes y servicios entre países. No obstante, este proceso no está exento de desafíos, como la complejidad de la logística, los altos costos de transacción y la falta de transparencia en las cadenas de suministro. Aquí es donde entra en juego la tecnología **blockchain**, prometiendo transformar radicalmente la forma en que se realizan y registran las transacciones comerciales internacionales.

¿Qué es Blockchain y por qué es relevante para el comercio exterior?

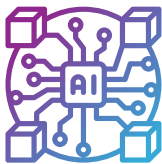
En el nuevo mundo tecnológico, el **blockchain** nace como un notario digital, un guardián incorruptible de la verdad en un vasto y complejo océano de información. Si pensamos en el blockchain como un **libro de contabilidad digital**, sería como tener un cuaderno compartido por muchas personas donde cada entrada es verificada por todos y una vez escrita, no se puede borrar ni alterar. Es como si cada transacción quedaría grabada en piedra, asegurando que nadie pueda hacer trampa ni cambiar la historia. Consiste en una cadena de bloques interconectados, donde cada bloque contiene un registro de transacciones verificadas y encriptadas. **¿Pero qué relevancia tiene el comercio exterior?** Lo que hace que esta tecnología sea revolucionaria para el comercio exterior es exactamente la capacidad para proporcionar un libro mayor inmutable y transparente que puede ser compartido y verificado por todas las partes involucradas en una transacción comercial.



Aplicaciones Prácticas en el Comercio Exterior

Ahora, hablemos de cómo se podría usar **Blockchain** de manera real en el comercio exterior:

- Esta base de datos compartida permite un **seguimiento y trazabilidad** precisos de los productos a lo largo de toda la **cadena de suministro**. Desde la producción hasta la entrega final, cada paso puede ser registrado en la cadena de bloques, lo que garantiza la autenticidad y la integridad de los productos.
- La **documentación aduanera**, como facturas, certificados de origen y de calidad, puede ser **digitalizada y almacenada** de manera segura en la blockchain, lo que agiliza los procesos de despacho aduanero y reduce los costos administrativos.
- La tecnología blockchain también facilita la **financiación comercial** al proporcionar una plataforma segura para la emisión y negociación de instrumentos financieros, como cartas de crédito y facturas electrónicas. Esto permite a los exportadores acceder a capital de trabajo de manera más rápida y eficiente.
- De acuerdo con datos presentados por *Statista*, se pierden cerca de 340.000 millones de euros a causa del comercio mundial de **falsificaciones**. Al registrar todas las transacciones de manera inmutable y transparente, blockchain ayuda a prevenir fraudes y la falsificación de productos. Los sellos de tiempo y la criptografía aseguran que los datos no puedan ser alterados, lo que garantiza la autenticidad de los productos.



Desafíos y Consideraciones

A pesar de sus numerosos beneficios, la adopción generalizada de **blockchain** en el comercio exterior aún enfrenta algunos desafíos:

- La falta de estándares comunes y la **interoperabilidad** entre diferentes plataformas blockchain puede dificultar la integración y la colaboración entre las partes involucradas en el comercio internacional.

- La regulación en torno a la tecnología **blockchain** aún está en desarrollo, lo que plantea incertidumbres legales y desafíos de cumplimiento para las empresas que desean adoptarla en sus operaciones comerciales.
- A pesar de los avances en la **escalabilidad** de la tecnología **blockchain**, aún existen limitaciones en cuanto a la cantidad de transacciones que puede procesar simultáneamente y los costos asociados con su implementación y mantenimiento.

El Futuro del Comercio Exterior impulsado por Blockchain

A pesar de los **desafíos**, el potencial de blockchain para revolucionar el comercio exterior es innegable. Según *Statista*, el valor del mercado de las tecnologías Blockchain, a nivel mundial, en 2022 fue de aproximadamente 7.400 millones de dólares estadounidenses y se estima que el tamaño del mercado crezca de manera impactante, situándose en torno a los 94.000 millones de dólares en 2027. A medida que la **tecnología** continúa madurando se espera que se superen los obstáculos presentados y sin duda con este crecimiento podremos brevemente esperar ver una mayor **adopción** de blockchain en todas las facetas del comercio internacional. Desde la gestión de la cadena de suministro hasta la facilitación de pagos transfronterizos, **blockchain** está en camino de transformar radicalmente la forma en que se realizan y registran las transacciones comerciales a nivel mundial. Aquellos que abracen esta tecnología emergente estarán mejor posicionados para prosperar en la economía global del siglo XXI.



Sara Choumka

GAME TECHNOLOGIES, DESIGN & ANIMATION

EL FUTURO DEL COMERCIO AÉREO

Drones

Los **drones** son una de las tecnologías más nuevas con impacto que lucha por entrar al mercado y revolucionar lo que existe, llevando los trabajos al aire con más facilidad y de forma más automatizada.

Como piloto de hobby de drones con experiencia con drones de carrera y de cinemática, y tras haber contactado con un trabajador de los drones de **Thoron Systems**, te explico por qué los drones serán el futuro del envío por aire.



¿Qué se utilizan hoy en día?

Hoy en día se utilizan los drones mucho para cinemática; seguramente habrás visto uno en una boda o en carreras, en todo tipo de situaciones donde se necesite un ojo en el aire, como cámara. Pero también habrás oído hablar sobre los drones utilizados para el **comercio**.

Por el momento, se ha visto mucha actividad por una empresa llamada **Zipline**, la cual se ha extendido alrededor del mundo para enseñar lo que hacen especiales a los drones. **Ruanda** tiene por el momento el sistema más increíble de drones, suministrando en un área de **150 Km** suministros para salvar vidas en menos de **20 minutos**, de esta manera siendo vistos como los ángeles del cielo al ganar una reputación de salvavidas.

Desafíos

La innovación tiende a pelear en su entrada por razones sociales, ese fue el caso para los drones.

Países como **España** se están preparando y ajustando las leyes sobre los drones para aceptar su uso en el comercio. Estas leyes tuvieron bastante colisión con los pilotos de drones, ya que forzaba al usuario a registrar su dron y tener un **GPS** en el dron a todas horas, el cual añadía peso y quitaba privacidad.

Otra razón fue por temas de **seguridad**. Se debe tener cuidado con los drones si van a estar volando por encima de ti: **¿Qué pasa si falla algo?** Por ahora, la mayoría de esos fallos han sido arreglados. Sin embargo, existen posibles problemas de ciberseguridad. Por ejemplo, los drones podrían ser robados o incluso inhibidos con mucha facilidad.

¿Qué podemos esperar hacia el futuro?

Desde la llegada de los drones militares (**MQ-9 Reaper**), se ha despertado un gran interés y potencial en los drones, lo que nos ha llevado a los resultados actuales con drones como los de **Zipline**. ¿Pero qué más podemos esperar?

Para responder a esta pregunta, nos remitiremos a uno de los experimentos más importantes con drones para el comercio "**Skies Without Limits v2.0**", el cual logró ahorrar 22.000 millones de libras netas y reducir las emisiones por aproximadamente 2,4 millones de toneladas. Este experimento ha sido seguido por los logros no solo de **Zipline y Flirtey**, sino también del gigante **Amazon**, que ha apostado por los drones. Parte de estos eventos, junto a la innovación, han inspirado a los países a estructurar su espacio aéreo para el futuro de los drones, facilitando su entrada, la cual había sido difícil previamente.

Con todo este empuje hacia los drones, se podría decir con facilidad que las empresas apostarían con más facilidad hacia los drones, ahorrando dinero tiempo y personal al poder centralizar sus almacenes y enviar paquetes al momento. Incluso si vives en un pueblo alejado, existe un dron específicamente diseñado para **recorrer distancias largas** para entregarte tu paquete **en menos de una hora**.



Nicholas Norris

GAME TECHNOLOGIES, DESIGN &
ANIMATION

AMAZON: REINVENTANDO EL COMERCIO CON LA FUERZA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

En un mundo dominado por el avance tecnológico y el auge del comercio electrónico, **Amazon** emerge como un coloso que no sólo se ha adaptado a estas corrientes, sino que las ha liderado. Esta plataforma, que comenzó vendiendo libros en internet, ha evolucionado abrazando la **inteligencia artificial (IA)** como el núcleo de su estrategia para reinventar el comercio. La incorporación de estas tecnologías avanzadas demuestra una visión donde tecnología y sociedad confluyen, creando un paradigma donde conveniencia, personalización y eficiencia se entrelazan de manera inseparable.

Amazon y la IA: Una Simbiosis Innovadora

La simbiosis entre **Amazon** y la **inteligencia artificial** se ha convertido en un testimonio de la innovación continua, situando a la compañía en la vanguardia de la revolución tecnológica en el comercio. Más allá de simples recomendaciones de productos basadas en historiales de compra, Amazon ha integrado estas tecnologías en todos los niveles, desde la gestión de inventario hasta el contacto directo con los consumidores. Un dato curioso y revelador de esta integración es el proyecto **Amazon Go** que, mediante la utilización de cámaras y algoritmos inteligentes, ofrece a los clientes la posibilidad de comprar en los supermercados de Amazon **sin pasar por cajas registradoras**, facturando las compras directamente a sus cuentas. Esta aplicación de la IA, además de optimizar el proceso de compra, redefine completamente la experiencia de ir de compras, eliminando uno de los mayores inconvenientes: las colas para pagar.



La Obsesión por el Cliente Potenciada por la IA

En el corazón de la estrategia de **Amazon** yace una obsesión inquebrantable por satisfacer y superar las expectativas del **cliente**, un principio que se ha magnificado con la integración de la inteligencia artificial. La **IA** permite a Amazon personalizar la experiencia de compra de cada usuario, anticipándose a sus necesidades y con recomendaciones que a menudo parecen leer la mente del consumidor. Este enfoque centrado en el cliente y potenciado por la IA ha cimentado la **lealtad** de los consumidores y establecido nuevos estándares en la **experiencia** de usuario, demostrando que la tecnología puede ser tanto intuitiva como indispensable.

Por ejemplo, Amazon ha innovado con su servicio de **"anticipatory shipping"**, impulsado por algoritmos que analizan patrones de compra y búsquedas para enviar productos a centros de distribución cercanos antes de que el cliente realice la compra. Este enfoque acorta los tiempos de entrega permitiendo que el pedido llegue a manos del consumidor casi inmediatamente después de la compra (en Estados Unidos algunos pedidos se entregan en **menos de dos horas**), un testimonio asombroso de cómo la anticipación basada en IA redefine la logística y la satisfacción del cliente.



Transformando el Comercio con Algoritmos Inteligentes

El núcleo de la revolución comercial de Amazon radica en su secreto mejor guardado: el **algoritmo de búsqueda**, un sistema que no sólo prioriza productos basados en la relevancia y las preferencias del consumidor, sino que también incorpora una sofisticada comprensión de la **intención de compra**, haciendo que las sugerencias de productos sean increíblemente precisas. La capacidad de este algoritmo para aprender de las interacciones de los usuarios y ajustar los resultados de búsqueda en tiempo real ha posicionado a Amazon como el destino inicial para millones de usuarios que buscan productos en línea.

Paralelamente, el **Dynamic Pricing Algorithm** de Amazon ajusta los precios de millones de productos con una frecuencia de hasta cada diez minutos, respondiendo dinámicamente a los cambios en la demanda, asegurando unos precios competitivos y maximizando así sus márgenes de ganancia. Una encuesta realizada en febrero de 2023 reveló que 9 de cada 10 consumidores estadounidenses comparan precios en Amazon antes de realizar una compra en línea, un testimonio del papel central de Amazon como referencia de precios en el comercio electrónico.

Más Allá de la Venta al Por Menor: Amazon Web Services y la IA

Amazon ha trascendido largamente el ámbito de la venta al por menor, convirtiéndose en un gigante tecnológico cuyas innovaciones van mucho más allá del **e-commerce**. Un claro ejemplo de esta expansión es **Amazon Web Services (AWS)**, su división de servicios en la nube, que ha jugado un papel fundamental en la democratización del acceso a la inteligencia artificial. **AWS** ofrece una amplia gama de herramientas y servicios que permiten a empresas de todos los tamaños desarrollar y desplegar soluciones de **IA** con facilidad y a una escala sin precedentes.

Más allá de ser simplemente una fuente de ingresos, **AWS** se ha convertido en el motor de innovaciones en diversos sectores como el financiero y el sanitario, facilitando la implementación de soluciones de **IA** que pueden ir desde el análisis predictivo hasta el procesamiento de lenguaje natural (del que hablamos en nuestro anterior artículo: [La Revolución de los Bots: Humanidad y Emociones en la Era de la IA](#)). Este enfoque ha establecido a **Amazon** como líder del mercado de servicios en la nube y pionero en el campo de la inteligencia artificial, impactando significativamente en cómo las empresas operan y evolucionan en el siglo XXI.

Amazon y el Futuro de la Sociedad Tecnológica

La influencia de Amazon en la configuración del futuro tecnológico y social es palpable, particularmente a través de sus innovaciones en el campo del reconocimiento de voz con **Alexa**. Los dispositivos **Amazon Echo y Alexa**, más que simples asistentes virtuales, se han convertido en pioneros de una nueva era de interacción humano-tecnología.



Desde su lanzamiento, **Amazon** ha ido refinando y ampliando las capacidades de **Alexa**, incorporándola en dispositivos como **relojes, altavoces inteligentes o televisores** de otras marcas, transformándola en una interfaz de utilidad cotidiana para todo: pedir comida, solicitar transporte, gestionar la domótica del hogar...

El éxito de Alexa y su adopción por más de 500 millones de usuarios es un claro indicador de cómo la voz está configurando el futuro de la interacción digital. Aunque actualmente sólo un **10% de los consumidores** emplea Alexa para realizar compras, las tendencias sugieren un aumento masivo en el uso de comandos de voz para transacciones en el futuro cercano. **Satya Nadella, CEO de Microsoft**, señaló en el pasado evento Microsoft Inspire 2023 que el futuro de las interfaces se regirá por el **lenguaje natural**, un pronóstico que se alinea con estudios de **Google** que indican que las búsquedas por voz son 40 veces más propensas a generar acciones que las búsquedas en computadoras.

El refinamiento continuo del **algoritmo** de reconocimiento de voz de Alexa busca enriquecer la experiencia del usuario y proporcionar a **Amazon** datos valiosos para entrenar sus algoritmos, mejorando sus estrategias de venta y **personalización**. Esta retroalimentación entre usuario y tecnología ilustra un futuro tecnológico donde interactuar con la **IA** se volverá cada vez más natural, intuitiva e indispensable en nuestro día a día.

Reflexiones finales

El viaje de **Amazon**, entrelazado con el desarrollo y la aplicación de la inteligencia artificial, nos invita a reflexionar sobre nuestro propio camino hacia el futuro. A través de sus **innovaciones**, Amazon no sólo ha transformado la forma en que compramos e interactuamos con la tecnología, sino que también ha planteado preguntas fundamentales sobre cómo estos avances modelarán nuestra **sociedad** en los años venideros. La era de la **IA**, personificada por herramientas como **Alexa** y **algoritmos** que anticipan nuestras necesidades, nos ofrece un espejo de nuestras aspiraciones y desafíos futuros, impulsándonos a considerar lo que la tecnología puede hacer por nosotros y cómo queremos que forme parte de nuestras vidas.

Mirar hacia el futuro con **Amazon** nos recuerda que estamos al borde de un cambio profundo, un territorio lleno de oportunidades y desafíos. **Marie Curie** nos anima a enfrentarlo con entendimiento: **“Nada en la vida debe ser temido, sólo comprendido. Ahora es el momento de comprender más, para que podamos temer menos.”** Este consejo se alinea con la necesidad de abrazar las innovaciones tecnológicas con una mente abierta y una actitud proactiva. Nuestro viaje en la era digital no sólo abarca adaptarnos a las nuevas herramientas, sino también ser parte activa en su desarrollo para que reflejen nuestros valores y el tipo de sociedad en la que queremos vivir. Con cada nueva innovación, tenemos la oportunidad de dirigir el futuro hacia un horizonte que beneficie a todos.



Ángel Borrego

COMPUTER
SCIENCE/ROBÓTICA

¿Qué es MSMK?

MSMK University es el único centro universitario de España reconocido para la acreditación oficial de conocimientos, habilidades y competencias, regido por el sistema educativo británico y una metodología práctica donde las personas aprenden a trabajar.

MSMK University tiene un enfoque práctico que simula una situación normal de trabajo. Además de esto, forma parte de Pearson, la mayor institución educativa a nivel mundial y que certifica los estándares educativos más altos. La formación ofrecida es oficial, de gran reconocimiento internacional, y ofrece una progresión a medida del alumno.

Esta formación se imparte en español, español e inglés o inglés, de forma presencial o live streaming.

MSMK University es el mejor centro de España para formarse en tecnología, el éxito de nuestros programas oficiales reside en la metodología de aprendizaje basada en la práctica profesional. Los exámenes son sustituidos por proyectos y desde el primer día nuestros alumnos aprenden a trabajar.

El éxito de nuestros programas reside en el acompañamiento individualizado del alumno gracias a trabajar con grupos reducidos de un máximo de 25 personas.

Garantizamos el acceso a prácticas remuneradas durante la formación y a una bolsa de empleo vitalicia. Los alumnos que estudien en MSMK University se garantizan haber adquirido las habilidades y competencias que les permitirán tener experiencia profesional y una titulación oficial con reconocimiento internacional, lo que abrirá las puertas al mercado laboral de más de 150 países.

MSMK Magazine

**COMERCIO A GRAN ESCALA:
TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD**