

Zoom creció 400% en usuarios a nivel mundial durante pandemia por COVID-19

El número de usuarios de la plataforma de [videoconferencias](#) Zoom creció un 400 % al pasar de 75 millones a 300 millones de usuarios a nivel global, desde finales de 2019 a la fecha, es decir, desde que fue decretada la pandemia de la covid-19, informó un directivo de la compañía.

Rogelio Rocha, director para México y el Caribe de UpMarket & Verticals del gigante de las videoconferencias Zoom, explicó que el mismo crecimiento de usuarios registró México como consecuencia del confinamiento y en respuesta a las necesidades de las industrias, el sistema educativo y usuarios para el desarrollo de sus actividades.

El directivo explicó que en el caso de Zoom, “la [ciberseguridad](#) jugó un papel importante durante la pandemia sobre todo ante un crecimiento vertiginoso de esta plataforma, sin embargo lograron un servicio seguro” que hoy en día sirve a 300 millones de usuarios, cuando en 2019 solo eran 75 millones.

Rocha dijo que parte de este crecimiento también se debe al modelo “freemium” que muchas empresas están utilizando como es el caso de Siemens, que permite al usuario utilizar una aplicación o servicio de manera gratuita.

Podían suscribirse y tener 40 minutos gratuitos de Zoom, pero al ver que eran insuficientes, muchos contrataron por 17 dólares la aplicación”, dijo Rogelio Rocha.

Por su parte, Cruz informó que Schneider Electric estima invertir en México 100 millones de dólares en diferentes proyectos de generación, almacenamiento eléctrico y reconfiguración de algunas plantas.

Además, rechazó que el cambio de políticas públicas por parte del actual Gobierno en materia energética modifique sus planes de inversión comprometidos para México.

En tanto, Rivera, director general de Mitsubishi Electric, resaltó que a pesar de la pandemia lograron un crecimiento durante 2020 y 2021, del 30 % en el segmento de transformación digital y del 60 % en ciberseguridad.

Ahora, debemos hacer más eficientes los procesos de producción, porque si queremos alcanzar la transformación digital, debemos replantear la forma de consumir, la pandemia cambió las formas de los procesos de producción y la optimización de los mismos”, apuntó Rivera.

Asimismo, Azul Ogazón, directora de Industrial Transformation Mexico, la Hannover Messe mexicana, dijo que “los avances de la digitalización no se detienen” y por ello es la única revolución industrial -conocida como Industria 4.0- que sigue en constante evolución y seguirá renovándose en beneficio de optimizar y crear valor en los procesos productivos de los diversos sectores industriales, ente otros.

EFE