AÑO XXX Nº334 0.01 Euros

tai price book®

Mayo 2023

NP comunicaciones





967 248 224

www.inforpor.com

@inforpor
@inforpor
@mayorista_inforpor
@inforpor

Descubre el modelo que necesitas: **SELECTOR.SALICRU.COM**

Pequeños y a la vez tan **grandes.**



Soluciones Salicru SAI/UPS para Hogar y Oficina
Stand-by / Line-interactive / On-line
De 500 VA a 3.000 VA
Formatos multibase y torre



Síguenos en:

¡PROTÉGETE! PALABRA DE EXPERTO.

938 482 400 WWW.SALICRU.COM

salicru

tai price book®

Mayo 2023



Inforpor sobre ruedas: los robots de Pudu ya están aquí

Vertiv se reorganiza para romper fronteras

Veeam reconoce a sus socios más valiosos de ProPartner Network

Fujitsu sopla 50 velas sobre el primer ordenador cuántico en España

La apuesta de SAP por el midmarket

Somos el canal del distribuidor informático

Sumario



42

La apuesta de Inforpor por los robots

Social Robot es la marca del mayorista Inforpor para su división tecnológica basado en robots y automatización de tareas. Su catálogo está compuesto principalmente por las propuestas de la empresa china Pudu Robotics, que a día de hoy son las más avanzados del mundo que se puedan fabricar en serie. Una novedad que sin duda añade un toque de modernidad al negocio, y una ayuda al trabajador.



06

Nuevo Go-to-Market de Vertiv

La dinámica de la industria del data center vive un momento de esplendor, y lo que le queda con el imparable crecimiento de los datos y las necesidades de latencia al milisegundo. Para abordar las necesidades de esta industria Vertiv se ha reorganizado en verticales y subregiones.

10

Arrow doblemente premiada

El mayorista Arrow Electronics recibió la primavera con nuevos premios en su vitrina, signo de que se están haciendo bien las cosas y sus clientes se lo reconocen. En este caso por su labor en los campos de la ciberseguridad por parte de Check Point, y de la gestión del dato por parte de NetApp.





12

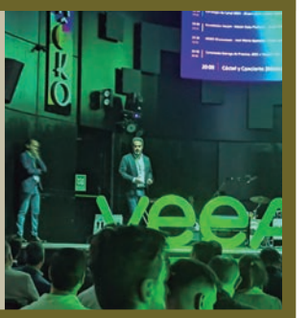
MainEvent llega a Madrid

Grupo Econocom celebró su MainEvent Econocom Servicio, principal evento de la compañía señera en servicios digitales y soluciones de negocio. A la velada acudieron más de 200 directores de TI para profundizar en las tendencias más importantes en servicios empresariales y outsourcing.

18

Veeam premia a su red ProPartner

Veeam Software ha mejorado su estrategia ProPartner con el lanzamiento del Programa de Competencias para VAR y CSP y ha destacado a los mejores en España y Portugal. El nuevo marco proporciona experiencia y recursos dedicados a apoyar a los clientes y partners.





22

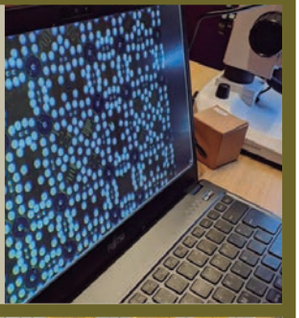
Salesforce World Tour Madrid

La compañía del CRM en la nube nos anticipaba los argumentos que se iban a presentar en el Salesforce World Tour Madrid, con un ideario basado en su plataforma de clientes, IA, soluciones verticales y canal de partners para convertir las organizaciones en “empresas de cliente”.

26

Fujitsu trae la promesa cuántica

La multinacional japonesa aprovechó 'Activate-Now Technology Summit 2023' para soplar las velas de su 50 aniversario en España, y aprovechó la ocasión para presentar el primer ordenador cuántico basado en qubits y no en simulación virtual que se instalará en Galicia.





32

The Partners Club de Worldline

La IA ya revoluciona el mundo del eCommerce y del marketing digital y se pronostica un increíble crecimiento para 2024. Muchos sectores ya muestran su interés por los algoritmos en IA para mejorar la experiencia con el cliente y conseguir una óptima personalización.

34

‘Grow with SAP’, nueva oferta cloud

La compañía germana ha presentado en España, su oferta enfocada a las medianas empresas que asegure el viaje a la nube pública con mayor rapidez, capacidad de previsión y teniendo garantizado un acceso a una innovación continua.



N.P. Comunicaciones, S.L.
C/ Ramón Gómez de la Serna 10, 3ºB
28035 Madrid
Tfno: +34 91 739 04 11
info@taipricebook.es

Javier Renovell
Director de Publicaciones
javier.renovell@taipricebook.es

Eduardo Navarro
Director de Marketing y Ventas
eduardo@taipricebook.es

Rosa Palacios
Directora Financiera
rosa.palacios@taipricebook.es

Silvia Hernández
Directora de Eventos
silvia@taipricebook.es

Distribución:
Mk Directo
Avda. Real de Pinto 91, Nave A05
28021 Madrid
Tfno: 91 723 25 22

DL - M-21246-1994

ESTA PUBLICACIÓN NO SE HACE RESPONSABLE EN NINGÚN CASO DEL CONTENIDO DE LOS ANUNCIOS, NI DE LAS LAS OPINIONES EMITIDAS POR NUESTROS ANUNCIANTES Y COLABORADORES.

Impreso en papel ecológico

Le informamos que sus datos personales serán tratados por N.P. Comunicaciones, S.L como responsable del tratamiento, con la finalidad de remitirle información de actividades, noticias y eventos organizados relacionados con el sector tecnológico, inclusive por medios electrónicos. Los datos serán conservados mientras sean necesarios para gestionar su correspondiente solicitud. El presente correo electrónico se dirige en exclusiva a su destinatario pudiendo contener información confidencial sujeta a secreto profesional. Los datos personales que puedan contener el correo electrónico, sea en su contenido o en sus adjuntos, son tratados por N.P. Comunicaciones, S.L. como responsable del tratamiento, con la finalidad de gestionar su correspondiente solicitud. No se prevén cesiones o comunicaciones de datos salvo las establecidas legalmente.

Todos los contenidos que se muestran en la presente publicación, y en especial diseños, textos, imágenes, logos, iconos, nombres comerciales, marcas o cualquier otra información susceptible de utilización industrial y/o comercial están protegidos por los correspondientes derechos de autor, no permitiendo su reproducción, transmisión o registro de información salvo autorización expresa previa del titular, N.P. Comunicaciones.

Puede usted ejercer los derechos de acceso, rectificación o supresión de sus datos, dirigiéndose a rgpd@taipricebook.es, para más información al respecto, puede consultar nuestra Política de Privacidad en www.taipricebook.es.

Obligados barbechos y menesterosos escabeches

Dios mío, ¿qué fue del entretiempo? Filas de señoras y caballeros con sacos de ropa y calzado de invierno y de verano para arriba y para abajo, ya no saben dónde poner la gabardina, si junto con los bikinis y sandalias o al lado de las botas après-ski y del chaquetón de pelo de foca, otro artículo anacrónico que mejor no lucir por si te lo llenan por la espalda de escupitajos en el metro. Los cerezos florecen en enero para desesperación de los amantes del hanami que habían reservado con JAL para marzo, la cebada de dos carreras se recoge en abril por dar algo de forraje a las acémilas a costa de dejar a dos velas a las malteras -y por ende bajo mínimos a la futura tropa terrasense invasora en busca de las pintas a un euro-, y ya ni te cuento de nabos, calabacines y puerros que ni se llegan a plantar en terruño baldío ni se plantificarán en yermos recovecos nada convencionales.

Por no mencionar que hasta los berberechos han superado en Carril el precio kilo de la almeja babosa debido a su escasez y merma… Yo ya me he mentalizado que a este paso una simple ensalada de cebolla, tomate y lechuga de las que ya no saben a nada va a costar a precio de lineal lo mismo que un filete de Kobe salvo que la empiecen a recetar los endocrinos de la Seguridad Social. Y una recomendación: no llene su piscina infinita de agua salada este verano, si no quiere que se le okupe de fauna salvaje, salvo que tenga afición por la entomología y el avistamiento sin necesidad de prismáticos de pajarrillos out of range como colonia de flamingos a la pata coja abonando el jardín de guano.

Por lo demás todo va de perlas, más majòricas que nipónicas para ser honestos, pero los andenes de alta velocidad y las salas de embarque a reventar de pasajeros con equipaje de mano y transportín de mascota, las caravanas de coches domingueros atascados en las carreteras de ida y vuelta aprovechando findes largos baten récords de extensión en tiempo y espacio, y el minutaje y metraje de espera para coger sitio en una freiduría o espetería de moda son más exasperantes que nunca. El triunfo de una sociedad ociosa que vive de la industria de los demás y la industria de muchos que vive del ocio de muchísimos más. Y de manera implacable los recaudadores de la mano egipcia sacando tajada a todo y por todo, breathplay consuetudinario al límite de asfixiar las gallinas de auríficas puestas.

Que suben los precios… más saco. Que subo el SMI… más saco. Que te mueves… más saco. Que te mueres… sigo sacando. Un saque insaciable, un saqueo en diferido, un cul-de-sac sin escapatoria. Choros y manguis y viceversa. Y sin embargo es la fórmula mágica para que la rueda siga girando, collar de castigo y correa de adiestramiento con mano dulce pero voz firme, que parezca un lindo lazo o un sensual chóker, Dios aprieta pero no ahoga. O mejor, da Dios mocos a quien no tiene pañuelo (y habas a quien no tiene quijada). Tan viejo como la teoría de Napoleón del puño de hierro en guante de terciopelo.

Aunque a mano desnuda aquella insólita y gloriosa hazaña de Archidona que con tanto garbo recopiló el mismísimo el señor don Camilo José Cela y Trulock en plena transición sin pelos en la lengua y que luce con su florida prosa negro sobre blanco como lluvia jupiterina, envidia sana de tan vehemente quilé y poderoso magué capaz "de correrse de cuchara, esto es hacia atrás y por encima de la cabeza como chutaba Zarra y su engrudo vital en el suceso que nos ocupa describió una trayectoria parabólica de 2,40 metros de alcance, como verás se trata de un problema de balística y opinó que quizá fuera prudente que consultara usted a un artillero (…)". En fin, que forzados por la sequía que nos agobia, sin cerveza ni hortalizas frescas, vamos a tener que tirar de conservas y técnicas ancestrales, más analógicas que digitales, como aquellas latas con lengüeta de la mili que se abrían desenrollando la tapa con un llavín hendido.

Vertiv presenta su nueva estructura organizativa para facilitar el Go-to-Market

En un mundo donde la explosión de los datos es exponencial y las necesidades de latencia se reducen al milisegundo no es raro que las "habitaciones" donde se alojan y viven los datos no paren de crecer. Además de múltiples innovaciones en su diseño y sustento y transformaciones sustanciales en sus componentes y blindaje en el acceso y circulación de los mismos, sin duda la dinámica de la industria del data center vive un momento de esplendor, y lo que le queda.



El núcleo duro de la nueva subregión Sur de Europa de Vertiv. De dcha a izqda: Raquel Rubio, Vicente Chiralt, Jessica Conti, Luis Casero, José Alfonso Gil, Mário Vasconcelos y Miguel del Moral.

EL CASO de Vertiv es paradigmático, y resume como suministrador de cabecera de equipos de alto rendimiento para la gestión energética todos estos movimientos que se están produciendo para contentar e incluso adelantarse a los requerimientos del mercado. Uno de ellos, el nombramiento de Giordano Albertazzi como CEO de la compañía hace apenas un par de meses, que ha desembocado en una reestructuración en su configuración interna de negocios.

De esta manera, en el encuentro informal que suele tenerse cada año con el staff directivo para contar qué está pasando en Vertiv, el primer punto del día era precisamente esta nueva estrategia de Go-to-Market con la reestructuración del organigrama de la compañía. Primero, se han establecido cuatro mercados verticales para todo el mundo: colocation e hyperscale, telco y edge, retail, y comercial e industrial. Y luego se ha subdividido éste en regiones y subregiones: en la parte que nos atañe, España ha sido encuadrada en la subregión Sur de EMEA, junto a Portugal, Francia, Italia y Grecia.

En la parte alta hay un director de Ventas por subregión, y un director de Ventas por país, más un responsable de las cuentas Enterprise por país que se ha añadido a esos cuatro verticales. A su vez, cada uno de estos mercados estratégicos tiene un director de Cuentas con sus gestores de Cuentas que reporta al director de Ventas de la subregión. Igualmente, hay un director de Ventas de Servicios de la subregión y un director de Canal de la subregión que le reportan directamente. Este director de Canal a su vez tiene los gestores de Revendedores y los gestores de Distribuidores. También hay un analista de Ventas que depende del director de Ventas de la subregión. "En esta reorganización se ha reconocido el talento y el buen trabajo que se ha hecho desde España, pues hemos ganado peso y responsabilidad. Un servidor es ahora Ventas de Servicios EMEA", señala José Alfonso Gil, que asume el nuevo rol de Service Sales Director Southern Europe.

"Se trata de llevar la misma estructura a los distintos países en los que operamos para que los agentes comerciales tengan una interacción más ágil con las cuentas cliente, mejor conocimiento de sus necesidades, y tratarle igual ya sea en Alemania, en EEUU, en China o en España, y a su vez saber qué se le está ofreciendo en cada lugar", continúa explicando Gil. "Puedes tener un gran servicio con un cliente grande o pequeño en un determinado país, pero intentar llevarlo a cada lugar donde opera costaría mucho porque no hay tanta masa crítica. Por eso hemos subdividido también las regiones, en el caso de EMEA en seis zonas, y en cada una de ellas replicar los mismos cuatro mercados verticales con directores y subdirectores responsables en cada uno, más las cuentas entrerprise aparte. A ello se suma las estructuras de apoyo del canal y de los servicios. Así obtenemos una organización más horizontal".

No es que la anterior organización no funcionase, todo lo contrario como señala el crecimiento del 14,5% en ventas que ha tenido la compañía. Pero sin duda con estos cambios la manera de atacar el mercado va a ser más transversal y centrada en las necesidades del cliente, al que se le va a responder de una manera homogénea en cualquier parte del mundo. "El anterior sistema era eficaz y así se ha demostrado, pero por ejemplo, si llega un gran cliente de EEUU lo que quiere es que se le trate igual en Alemania que en España que en su país, por eso replicar la organización global en cada región para evolucionar con los clientes y gestionar sus proyectos y estar alineados en el flujo de procedimientos en la misma dirección. Se trata pues más de ir adaptándose al mercado que porque algo fuera mal antes, y así ser más ágiles en el proceso de ventas".

Tendencias del mercado

El siguiente a la palestra fue el portugués Mário Vasconcelos, recién nombrado nue-

vo Sales Enterprise Accounts Director Iberia "para reforzar y alinear el negocio corporativo con el crecimiento del mercado, y separarlo de las cuentas estratégicas y lo que lleva canal, o sea, pymes, administraciones públicas, hospitales, industria, servicios a clientes y TI". A continuación repasó cuáles eran las tendencias que iban a alimentar este mercado: "Más regulación en los data centers, calificadas como infraestructuras críticas, lo que exige mayor control sobre los sistemas para el uso eficiente de la energía o de reducción del impacto en la huella de carbono. Más presión por entregar infraestructuras modulares de rápida instalación y adecuadas a la demanda de carga que se va consumiendo, y no solo en hyperscale también y sobre todo en el edge. Y más monitorización de las infraestructuras para balancear el tráfico y la latencia hacia los usuarios según sus usos debido al impacto del creciente despliegue de la 5G y del metaverso en el edge. Se calcula que en 2027 el número de suscriptores de 5G se va a multiplicar por ocho", estima Vasconcelos.

El amplio catálogo de Vertiv permite atender todos estos cambios y movimientos del mercado, desde SAIs convertibles de última generación, baterías y refrigeración líquida a blindobarras (bus-ways) que distribuyen energía desde filas de racks a un completo centro de datos. Al respecto, en el turno de Luis Casero, que amplía su papel previo asociado al marketing de producto al de ahora todo el portfolio, se repasaron los últimos grandes lanzamientos: "Si fuéramos monoproducto sonaría más aburrido, pero al tener tantas líneas diferentes de negocio es una labor tremendamente holística para coordinar y encajar todo: SAIs, climatización, pequeños sistemas, racks y PDUs, cableados y tuberías, baterías… Lo primero que me sorprendió fue la cantidad de lanzamientos, no menos de 50 un año normal, y este 2023 igual llega al centenar incluyendo actualizaciones y mejoras".

«Seguiremos con el foco en las cuentas importantes y transferir más compañías del midmarket al Canal, con lo que podremos doblar el negocio de los partners en este terreno» (Miguel del Moral, Vertiv)

En cuanto a los más llamativos lanzamientos de Vertiv, Casero se centró en cuatro, empezando por MegaMod, un centro de datos modular todo incluido y expandible en bloques de 0,5 a 1 MW. "Especialmente indicado a áreas geográficas con menos disponibilidades de mano de obra o de terreno donde construir, se fabrican en Croacia y se sirven ya premontados", señala el nuevo Portfolio Marketing Senior Manager EMEA. "El Edge empieza a tomar forma y son los que más necesitan este tipo de configuración, no les interesa poner ladrillos sino tenerlo listo para atender el negocio latente lo más rápidamente posible".

Otra familia a destacar fueron los SAIs Liebert GXE en torre o en rack monofásicos online de doble conversión en 6 o 10 kVA. "Online quiere decir que se puede configurar remotamente la topología interna, la energía servida es modulada por un procesador", aclara Casero. También se mencionó las paredes térmicas Liebert CWA, una solución avanzada para la refrigeración en centros de datos donde no hay falso suelo térmico elevado por temas de optimización y lograr menos tiempo de construcción, a base de tecnología de agua para enfriar la sala, ideal para grandes CPD de rango entre 200-500 KW. La cuarta innovación destacada fue el Trinergy Cube con peak shifting, función que permite en las horas de menor demanda de la red eléctrica o ésta más barata cargar y almacenar energía en las baterías, y en las más caras o de uso más intensivo desconectar el SAI de la red eléctrica y usar las baterías con esa energía almacenada para optimizar coste y ayudar a balancear la red. "En cuanto a los temas a ver este año, sin duda va a destacar el uso de refrigerantes nuevos menos contaminantes siguiendo las directivas de la UE en este sentido", apunta Casero.

No sin mi canal

En lo que atañe a canal, los objetivos también son ambiciosos, según apunta Miguel del Moral, que amplía su rol de Channel Sales Director de Iberia a toda la subregión Southern Europe: "En los últimos tres años hemos triplicado la venta a través de canal en España. Nuestro objetivo es convertirnos en el líder antes de 2026, estamos en esa senda, ya estamos a mitad del camino". Y para alimentar aún más el negocio del canal durante los próximos años y mantener esta senda de crecimiento, la intención de Vertiv, que es 100% venta indirecta, es "seguir con el foco en las cuentas importantes y transferir más compañías del midmarket al Canal, con lo que podremos doblar el negocio de los partners en este terreno. El negocio Enterprise no existía en la compañía, ahora con esta estructura de Go-to-Market habrá más cuentas grandes (instalaciones trifásicas) en el punto de mira, el negocio de empresas un poco más pequeñas (monofásicas) queda entero para los resellers".



Miguel del Moral, Channel Sales Director Southern Europe.

Del Moral hacía referencia a los últimos datos de Context en su informe de Western Europe donde el mercado de SAIs está creciendo el 10%, "no sé si por incremento en el número de unidades vendidas o porque valen más las que se venden, pero todos los fabricantes están en la senda de crecimiento, aunque unos menos (los líderes de rojo y azul en un solo dígito, los de naranja al 100%). El mensaje es convertirnos en líderes en infraestructuras críticas en dos o tres años y ser player fundamental según subimos escalones, el ofrecimiento es más complicado pero nuestro crecimiento está muy por encima del mercado. Salvo el último año, pero sigue siendo en doble dígito -que no es un 1 o un 2 el primero-. Dentro del sector no llueve a todos por igual. En España vamos a triplicar las ventas a través del canal, seguro".

Pero como están a punto de publicar resultados, no pueden dar cifras concretas ni hablar del futuro, así que la última sentencia hagamos que no se entendió bien por el ruido de

la máquina del café. “Porque no solo son cuentas, son productos y recursos y soporte de ventas. Trabajamos en equipo en Enterprise y en Canal y muchas veces coincide y se solapa, pero no es pisarse ni quitarse negocio, la idea es crecer en las tres áreas, incluida Servicios, consolidando sobre todo en la parte alta de la pirámide. Además, nos sentimos cómodos con los mayoreos que tenemos, Ingram Micro en España o Italia y Tech Data en Francia, son unos grandes aliados cuando se trata de cuentas paneuropeas”.

Por otra parte está el tradicional canal eléctrico, cada vez más empujado por los entornos de operaciones en convergencia con los informáticos, en especial en el campo de batalla de un centro de datos. “Son pocos partners, pero muy selectos en el sector eléctrico, negocio que está cambiando, y siempre hemos intentando cuidarles lo más posible”, reconoce Del Moral. “Ahora estamos sobre todo enfocados al canal TI, así que a corto y medio plazo seguirá manteniéndose los mismos partners en el canal eléctrico sin aumentar jugadores, sí en el TI”.

«Se trata de llevar la misma estructura a los distintos países para que los agentes comerciales tengan una interacción más ágil con las cuentas cliente, mejor conocimiento de sus necesidades, y tratarle igual» (José Alfonso Gil, Vertiv)



José Alfonso Gil, Service Sales Director Southern Europe.

Para finalizar el tema, se pasó a comentar las últimas actualizaciones y mejoras en el programa de canal con nuevos niveles. Para ello Vicente Chiralt, nuevo VP Marketing EMEA & Global Channel Marketing, resaltó el nuevo Marketing Center para partners lanzado tras el rediseño del Vertiv Program & Tools: “como disponer de un equipo online a través del portal para acceder a herramientas ya preconfiguradas que se pueden customizar para lanzar campañas de emails, social media y Google Ads, y que tiene un dashboard para recibir y generar leads”.

La otra novedad que causa sensación es la aplicación de herramientas virtuales de VR/AR. “Nos encanta enseñarles a los clientes nuestros centros de desarrollo y si no pueden venir, hacerlo desde su propio teléfono móvil, tableta o gafas de visión virtual. Podemos enseñarles el showroom con una experiencia muy completa y real, y que los partners puedan generar sesiones donde más convenga con sus clientes”, apunta Chiralt. “Seguirá habiendo novedades en canal y programas para facilitar aún más a los partners hacer más negocio con el portfolio de Vertiv”.

El nuevo VP Marketing EMEA & Global Channel Marketing presentó a las nuevas responsables dentro de su departamento, la italiana Jessica Conti como Field Marketing Director Southern Europe, y Raquel Rubio como Field Marketing Specialist España y Portugal. Ahora, aunque la mayoría continúen trabajando desde las oficinas ubicadas aquí en España, para llevar la región Sur se han incrementado las conexiones y los viajes tanto de Portugal e Italia a España como de España a Francia o Italia. Un peaje que no quiso dejar de achacar “al buen trabajo realizado en España en los últimos años bajo la dirección de José Alfonso Gil. Hemos tenido más de 30 reconocimientos y premios durante 2022 en EMEA, y entramos en la matriz de Canalys como líderes del canal en el cuadrante de Scalers, y el objetivo es llegar a Champions”, concluye Chiralt.

Las bazas de Vertiv

El mercado está en una posición agridulce, hay grandes expectativas, pero los reveses macroeconómicos y geopolíticos no acaban de carburar. “España se puede convertir en el hub digital del sur de Europa. La percepción para 2023 es muy buena y positiva”, señala José Alfonso Gil. “El mercado va a seguir creciendo y no solo en 2023, sino más adelante presionado por el crecimiento imparable de los datos y el metaverso, que será una realidad incluso antes que el vehículo autónomo que es más caro de soportar. En los juegos online la gente pagará por tener 5G y un CPD al lado de casa. Y el cloud en las empresas de todo tamaño y las AAPP no parará de crecer y se va a multiplicar brutalmente”.

Otro aspecto fundamental en el cloud computing es el tema de la seguridad. A los data centers ya se les presupone niveles de seguridad física antiincendios y antisísmicas inclusive. Pero cada vez más se les pide también que vigilen la puerta de los datos que albergan y distribuyen. “La ciberseguridad ya se veía una tendencia clave en los CPD desde hace dos años o más, está considerada a nivel de importancia igual al suministro eléctrico o al consumo de agua”, señala el máximo directivo. “Desde una perspectiva nacional, como sector estratégico, es muy goloso y atractivo si lo que quieren los hackers es paralizar un país. Pero la información se replica en distintas ubicaciones, por lo que no es tan vulnerable. De todas maneras, como fabricantes no estamos metidos directamente en campos de ciberseguridad, pero somos conscientes de su importancia geopolítica y estratégica y trabajamos dentro del ecosistema”.



CONSIGUE UN MAYOR RENDIMIENTO EN JUEGOS

CON SMART ACCESS MEMORY™ Y FIDELITYFX™ SUPER RESOLUTION.[1]

AMD
RYZEN | RADEON

UN MAYOR RENDIMIENTO AMD. HECHO PARA JUGAR.

Prepárate para un rendimiento impresionante y una experiencia de juego visualmente asombrosa con AMD. Vamos, sube tus ajustes. Y luego, ¡agárrate! Disfruta del rendimiento combinado de los procesadores de la serie AMD Ryzen™ 7000 y una tarjeta gráfica de la serie AMD Radeon™ RX 7000 gracias a la tecnología AMD Smart Access Memory.[3] Combinada con AMD FidelityFX™ Super Resolution[1] o Radeon™ Super Resolution[2], te permitirá disfrutar de un rendimiento mejorado totalmente AMD en tu equipo y la ventaja definitiva en tus juegos.

AMD
RYZEN | RADEON

---

1. AMD FidelityFX Super Resolution (FSR) 1 y 2 solo están disponibles en juegos seleccionados y requieren la integración del desarrollador. Consulta la lista de juegos compatibles en https://www.amd.com/en/technologies/fidelityfx-super-resolution. El uso de AMD FidelityFX Super Resolution depende del juego y es compatible con los siguientes productos AMD. FSR 1,0: las tarjetas gráficas de las series AMD Radeon™ RX 6000, RX 5000, RX 500 y RX Vega, las
tarjetas gráficas RX 480, RX 470, RX 460 y todos los procesadores AMD Ryzen™ con tarjetas gráficas Radeon™ si se satisfacen los requisitos mínimos del juego. FSR 2,0: las tarjetas gráficas de las series AMD Radeon™ RX 6000, RX 5000 y RX Vega, y la tarjeta gráfica Radeon™ RX 590 si se satisfacen los requisitos mínimos del juego. AMD no ofrece soporte técnico o de garantía para la activación de AMD FidelityFX Super Resolution en las tarjetas gráficas de otros vendedores. GD-187.

2. Desde marzo de 2022, Radeon Super Resolution (RSR) es compatible con los gráficos de la serie Radeon RX 5000 y más modernos, y funciona con juegos que sean compatibles con el modo a pantalla completa exclusiva. Es necesario tener instalada la versión de AMD Software: Adrenalin Edition 22.3.1 o superior. Para obtener más información, visita www.amd.com/rsr. GD-197.

3. Las tecnologías inteligentes de AMD, incluyendo AMD SmartAccess Graphics, SmartAcess Storage, SmartAccess Video, SmartShift Eco y SmartShift Max pueden requerir una activación por parte del OEM o del desarrollador y solo están disponibles con ciertas configuraciones. Es necesario contar con hardware adicional de AMD. Para más información, consulta https://www.amd.com/en/graphics/amd-radeon-rx-laptops. GD-216.

GRUPO MCR
Mayorista oficial

MCR MADRID
C/Rosalind Franklin, 26.
28906 Getafe Madrid
91 440 07 00

MCR BARCELONA
Bergueda 1, Local A5 2ª Planta
08820 El Prat de Llobregat Barcelona
93 343 58 85

MCR PORTUGAL
Rua de Agra, 808 1
4475-304 Milheiros (Maia) - Portugal
Tel./Fax: +351 220 993 033

Arrow premiada por NetApp y por Check Point en sendos reconocimientos

El mayorista Arrow Electronics recibió la primavera con nuevos premios en su vitrina, signo de que se están haciendo bien las cosas y sus clientes se lo reconocen. En este caso por su labor en los campos de la ciberseguridad por parte de Check Point, y de la gestión del dato por parte de NetApp.

EL PROVEEDOR global de tecnología Arrow Electronics ha sido galardonado como "Distribuidor del año" en EMEA por parte de Check Point Software durante su cumbre anual híbrida CPX360 que celebró en Múnich (Alemania) del 14 al 16 de marzo. Alexis Brabant, vicepresidente de Ventas en EMEA para la división de negocio Enterprise Computing Solutions, comentó: "La seguridad sigue siendo una prioridad en la agenda de los equipos directivos. Empresas de todos los sectores y tamaños se siguen enfrentando a ataques cada vez más frecuentes e intensos, con diversos objetivos y que utilizan métodos irregulares e impredecibles. Por nuestra parte, seguimos ampliando y reforzando nuestra oferta de seguridad para ayudar a desarrollar estrategias y soluciones clave para hacer frente a este panorama de amenazas en constante evolución. Nuestro acuerdo con Check Point es vital para este objetivo y se sustenta sobre una larga relación".

Por su parte, Rebecca Dixon, responsable de distribución en EMEA de Check Point añadió: "En 2022 nos han ayudado a impulsar con éxito nuestro negocio a través de la distribución gestionada y alcanzar un crecimiento de doble dígito, con una clara apuesta por clientes nuevos. Este crecimiento se sustenta sobre un fuerte rendimiento en todos los niveles, desde pequeños resellers, hasta la capacidad de darnos soporte con grandes y complejos acuerdos Infinity. La necesidad de una solución de ciberseguridad integral y consolidada basada en la prevención nunca ha sido más urgente".

En un momento en el que la frecuencia de los ciberataques a nivel mundial está alcanzando un máximo histórico, Check Point ha celebrado su evento anual para reunir a los principales players del sector de la ciberseguridad para analizar las últimas tendencias y prepararse para el año que viene, a través de una completa agenda de keynotes y sesiones técnicas, cuya guinda final fue la entrega de premios en la que se reconocen los éxitos más destacados.

Premios simultáneos a 4 horas en coche

Por su parte, NetApp hacía lo propio en su Partner Summit EMEA y LatAm 2023 nombrando al mayorista también su "Distribuidor del año en EMEA". Este reconocimiento fue entregado junto a 125 profesionales del sector durante la cena de gala celebrada en el Palacio de Žofín de Praga (Chequia), en la primera edición que vuelve al formato presencial del Partner Summit después de los últimos tres años.



Los NetApp Partner Awards son el evento anual más importante para el canal del fabricante. Los anfitriones de este año, Giovanna Sangiorgi (vicepresidenta sénior para EMEA y LatAm) y Kristian Kerr (vicepresidente de organización de partners para EMEA y LatAm), presentaron las 18 categorías que reconocen a los socios de canal que destacan por su búsqueda de la excelencia, la innovación y la calidad.

"Durante los últimos tres años, las empresas de EMEA y LatAm han tenido que adaptarse rápidamente a las fluctuaciones macroeconómicas y a una cadena de suministro poco fiable. Son tiempos en los que las relaciones duraderas y fiables valen su peso en oro", comentaba Kerr. "Es fundamental aprovechar el poder de la colaboración. Uno de los mejores es Arrow, a quien hemos nombrado de forma muy merecida nuestro Distribuidor del Año en EMEA".

Por su parte, Brabant afirmaba: "Siempre es estupendo recibir un reconocimiento por el duro trabajo que realizan los equipos en toda la región EMEA. Gracias a una estrecha colaboración y un fuerte alcance geográfico en la región EMEA, hemos construido una sólida alianza con NetApp para impulsar la adopción del almacenamiento e intercambio de datos en la nube, proporcionando a los clientes facilidad de despliegue y soporte para satisfacer sus necesidades más complejas".

El Partner Summit 2023 de NetApp y los Partner Awards se celebraron el pasado 14 y 15 de marzo. El evento puso el foco en la estrategia de los partners de la compañía de datos cloud para el año fiscal 2024. Además, presentó también la evolución del portfolio, la tecnología flash y la evolución del programa de partners de NetApp "Partner Sphere".

Si siempre te ha gustado ganar, tarde o temprano llegarás a **Mast Backup Online.**



En Mast Backup Online llevamos 13 años protegiendo la información de los clientes de nuestros partners y creciendo terabyte a terabyte, con márgenes para nuestros resellers superiores al 50% y un panel de control único que simplifica todo el proceso administrativo. Sin pago por licencias, sin costes adicionales, sin largas esperas para disponer de una copia física de la información y sin sorpresas. Si siempre te ha gustado ganar, piensa en Mast Backup Online. Porque aquí encontrarás la solución más rentable de backup online: contratos individuales, premier partner o marca blanca. **Ven a Mast Backup Online, vende y gana.**

Contratos individuales: Un contrato por cliente. Tanto vendes, tanto compras. 0 inversión y 0 riesgo. Bienvenido al backup.

Premier partner: Un espacio único. Lo compras y lo distribuyes como quieras. Divide y gana más.

Marca blanca: Nuestra plataforma es tuya. Crea tus servicios de backup. Gestiona tu canal.

MAST BACKUP ONLINE

*SIN INFORMACIÓN, **NO HAY EMPRESA***

mastbackuponline.com • mbo@mastbackuponline.com • 935 045 330

ven vende gana

Econocom organiza por primera vez en Madrid su MainEvent junto a clientes y partners

Grupo Econocom celebró el pasado 20 de abril en la Real Fábrica de Tapices de Madrid su MainEvent Econocom Servicio, principal evento de la compañía señera en servicios digitales y soluciones de negocio. A la velada acudieron más de 200 CEOs, CIOs, CTOs, managers y otras personalidades referentes del sector TIC para discutir y profundizar en las tendencias más importantes en servicios empresariales y soluciones tecnológicas.

LA AGENDA contó con interesantes charlas, siendo presentada y conducida por la periodista Verónica Sanz, que dio paso a Roberto Montero, director general adjunto y comercial de Econocom Servicios, y director comercial de Econocom Nexica, que nos metió en harina. A través de MainEvent, el equipo de Econocom Servicios quiere, junto a sus alianzas y socios de canal, compartir su visión sobre los retos que la vertiginosa evolución de la era digital impone tanto a clientes como a proveedores de servicios, y sobre cómo Econocom Servicios se posiciona y se prepara, también continuamente, para abordarlos, contando con la representación de sus máximos directivos.

Carlos Pérez-Herce, Country Manager del Grupo Econocom en España, presentó los resultados de Grupo Econocom tanto a nivel internacional como a nivel nacional anunciados un par de semanas antes, y aprovechó para comentar el nuevo plan estratégico para octubre de 2023 que incluirá nuevas actividades enfocadas al AV Pro y a la economía circular, señalando que "gracias al esfuerzo realizado este año y la confianza depositada de nuestros clientes hemos crecido un 42,5%, posicionándonos en la segunda empresa con mayor incremento a nivel nacional formando parte de las 40 empresas tecnológicas en 2022". De hecho, la filial española facturó el pasado año 353 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 20%, más de cinco puntos de diferencia con respecto al resultado global del grupo.

El MainEvent nace para hablar de servicios, posicionamiento, esfuerzo y ambición. Damián Pascual Boixader, director general de Econocom Servicios, se refirió a la situación actual, los cambios y retos que existen a día de hoy en cloud, seguridad, modelos de servicios y automatización: "Econocom Servicios ya lleva tiempo preparándose para estar en la vanguardia. Nuestras acciones para abordar este reto consisten en estar atentos y vigilantes, evolucionando internamente, añadiendo prioridades, apoyándonos en nuestros partners y mejorando continuamente nuestro portfolio".

Entre los temas reseñados: el cloud, con diferentes modalidades que hibridan entre ellas y con los modelos tradicionales; la seguridad, que es una exigencia esencial no solo en cada una de las partes sino en la unidad del conjunto; la descentralización del puesto de trabajo y de la gestión de todas las infraestructuras; la automatización de procesos… fueron solo algunos de ellos. Y, a la vez, se hizo mención expresa a la convivencia de diferentes y nuevos modelos de servicio y modelos económicos: as-a-service, pay-per-use… Todas estas realidades son parte de los retos que Econocom Servicios afronta decididamente como una oportunidad para su desarrollo y el de sus clientes, socios y colaboradores.

Igualmente se celebraron dos mesas redondas, una enfocada a transformación tecnológica en la administración pública, titulada 'Retos e Innovación Tecnológica en las AAPP', donde se habló sobre la ciberseguridad, el teletrabajo, la importancia en la gestión del dato o como están afectando los fondos Next Generation a las empresas y organismos públicos. Por su parte, la mesa 'Transformación de servicios IT en el sector privado' se habló de los cambios que están surgiendo en el mundo digital y cuáles son los retos a los que se enfrentan, la importancia del cloud y de la ciberseguridad para modernizar las empresas.

El MainEvent Econocom Servicios es el evento del año dentro del ámbito de servicios realizado por Grupo Econocom y una oportunidad única para conocer las últimas tendencias tecnológicas en el ámbito de los servicios empresariales. "El MainEvent de Econocom Servicios es una oportunidad única para que los líderes empresariales se reúnan y traten los temas más importantes de esta era digital", comentaba Pérez-Herce.



Damián Pascual, director general de Econocom Servicios en España.

MainEvent contó con partners destacados de su cartera de soluciones participando a diferente nivel como patrocinadores Platinum (Veeam y VMware), Gold (Commvault, Dell Technologies, EasyVista, HPE, Huawei, Microsoft y NetApp) y Silver (Arrow y TD Synnex), quienes se unieron para aportar experiencias y compartir sus soluciones tecnológicas para impulsar los negocios de las empresas. Así lo reseñó Damián Pascual: "Estamos muy contentos de contar con el apoyo de nuestros partners para compartir y comunicar a nuestro mercado los nuevos retos tecnológicos y de modelo de servicio que hemos decidido abordar y para los que nos estamos preparado continuamente".

«Econocom Servicios ya lleva tiempo preparándose para estar en la vanguardia. Estamos atentos y vigilantes, evolucionando internamente, añadiendo prioridades, apoyándonos en nuestros partners y mejorando continuamente nuestro portfolio» (Damián Pascual , Econocom Servicios)

Premios

Tras la celebración de ambas mesas tuvo lugar la entrega de premios que fueron a parar a las siguientes organizaciones:

- Premio a la solución de hiperconvergencia: BeeDigital
- Premio al proyecto de continuidad de negocio: Ayuntamiento de Valencia
- Premio al despliegue de solución de disaster recovery: Aleatica
- Premio a la seguridad del dato crítico en el sector sanitario: Hermanas Hospitalarias
- Premio a la innovación tecnológica en el sector ferroviario: Adif
- Premio a la protección del dato: Dia
- Premio a la plataforma Edge-to-Cloud: Normon
- Premio al desarrollo tecnológico al servicio del colegiado: Colegio de Abogados de Madrid
- Premio al proyecto de despliegue de solución service desk: Maxam
- Premio a los servicios gestionados de infraestructura: Indra
- Premio a la excelencia en la atención al usuario final: Sanitas
- Premio a la transformación digital en el sector educativo: IE University

Tras la foto de familia, se celebró un cóctel en los jardines que sirvió del mejor marco posible para el networking y el picoteo.



Uniendo el mundo digital y el físico

2023 será el año del impulso de la IA, la inteligencia artificial será una realidad en las empresas tanto para crear productos y servicios más atractivos e inteligentes para los usuarios como en el sector de la industria para gestionar y automatizar los complejos procesos de gestión de inventario. En 2023, los robots se parecerán en apariencia y capacidad aún más a los humanos. Los robots podrán realizar tareas complejas en almacenes y fábricas mientras trabajan junto a humanos en la fabricación y logística. Dentro de los próximos tres a cinco años, los robots realizarán tareas simples como levantar objetos y regar plantas, por lo que quizás pronto podamos tener 'mayordomos robot' que ayuden en la casa.

El 2023 será el año que defina la dirección del metaverso para la próxima década, se trabajará en un Internet más inmersivo y experimental sobre el que podamos trabajar, hablar, generar ideas, crear juntos, jugar y socializar. También avanzará la tecnología de diseño del avatar para crear esa presencia física cuando interactuamos con otros usuarios en el metaverso permitiendo que nuestros avatares adopten incluso nuestro lenguaje corporal y gestos únicos. Igualmente, se acelerará la tecnología como AR y VR para realizar capacitaciones e incorporaciones. Los expertos predicen que el metaverso agregará 5.000 millones de dólares a la economía global para 2030.

Otro punto muy interesante serán los avances hacia la Web3 fundamentada en tecnología blockchain a medida que las empresas creen productos y servicios más descentralizados como, por ejemplo, almacenar los datos y cifrarlos mediante blockchain, nuestra información no solo estará más segura, sino que tendremos formas innovadoras de acceder a ella y analizarla. Los tokens no fungibles (NFT) serán más útiles y prácticos en el nuevo año para interactuar con muchos de los productos y servicios digitales que compramos, o representar contratos digitales.



En este momento, hay una carrera mundial para desarrollar la computación cuántica a escala que permita crear nuevas formas de procesar y almacenar información, es un salto tecnológico que se espera nos proporcione computadoras capaces de operar un billón de veces más rápido que los procesadores tradicionales más rápidos disponibles en la actualidad.

No cabe duda, que otra de las tendencias versará en que las empresas sean cada vez más motor social y propulsoras de la tecnología más sostenible. Uno de los mayores desafíos que enfrenta el mundo en este momento es frenar nuestras emisiones de carbono para que podamos enfrentar la crisis climática. En 2023, se buscará un progreso continuo en torno al hidrógeno verde, una nueva fuente de energía de combustión limpia que produce casi cero emisiones de gases de efecto invernadero.

Susana Gilabert Plaza,
directora de Márketing &
Comunicación de Econocom

PHASAK®

www.phasak.com

Seguridad y garantía, *no son una opción*

Fabricantes de Sistemas de Alimentación Ininterrumpida (SAI / UPS), Armarios Rack de 19", baterías, cableado y todo tipo accesorios relacionados.

Presente en mercados internacionales desde 1995, PHASAK apuesta por la calidad y la atención personalizada en cada uno de sus productos. Con más de 150 referencias en catálogo, ponemos a disposición de nuestros clientes soluciones integrales para entornos domésticos y empresariales.



30
Años de experiencia

Innovación y evolución

Atención personalizada

Distribución exclusiva para el canal mayorista
info@phasak.com

Sistemas de Alimentación Ininterrumpida

Los SAIS (**Sistemas de Seguridad Ininterrumpida**) o UPS protegen los equipos conectados frente a picos de tensión, generando su propia alimentación en caso de fallo o corte de suministro eléctrico.

PHASAK fabrica y distribuye una gran variedad de SAIS tanto con tecnología interactiva como online para instalaciones más complejas y críticas.

+ www.phasak.com





Armarios y murales Rack 19”

Phasak ofrece una amplia gama de armarios de suelo y murales en formato **Rack 19**” y una gran cantidad de accesorios y complementos que cubrirán todas las necesidades y personalización de los usuarios más exigentes.

Todos los armarios PHASAK incluyen **2 bandejas de 19" compatibles, regleta eléctrica de 19" compatible y juego de patas fijas.**

+ www.phasak.com/armarios-rack-19



Latiguillos

+ www.phasak.com/latiguillos



Bobinas de Cable

+ www.phasak.com/bobinas-de-cable



Baterías 12V

+ www.phasak.com/baterias

Descargue el catálogo completo en www.phasak.com

SAI / UPS Interactivos



Serie Basic
PH 9406 (600VA)
PH 9408 (800 VA)



Serie Ottima
PH 7266 (660 VA) · PH 7288 (860 VA)
PH 7210 (1060 VA)



Serie Esential
PH 9464 (600VA) · PH 9465 (650 VA)
PH 9485 (850 VA) · PH 9410 (1000VA)
PH 9420 (2000 VA)



Serie Kryptos
PH 9478 (800 VA)



Serie Sirius
PH 7312 (1260 VA) · PH 7315 (1560 VA)
PH 7322 (2260 VA)



Protekt Torre
PH 7610 (1060 VA) · PH 7621 (2160 VA)
PH 7631 (3160 VA)



Protekt Rack
PH 7512 (1260 VA) · PH 7521 (2160 VA)
PH 7530 (3060 VA)

SAI / UPS Online



Conqueror Pro
PH 8010 (1000 VA) · PH 8020 (2000 VA)
PH 8030 (3000 VA)



Smart Pro
PH 9210 (1000 VA) · PH 9220 (2000 VA)
PH 9230 (3000 VA)



Online Rack
PH 9315 (1500 VA)
PH 9330 (3000 VA)



Pro Rack
PH 9360 (6000 VA)
PH 9301 (10000 VA)



Gate Pro
PH 9260 (6000 VA)
PH 9270 (10000 VA)



Tempus 3P/3P
PH 9273 (10 Kva)
PH 9293 (20 Kva)
PH 9283 (30 Kva)
PH 9284 (40 Kva)



Dual Pro
PH 9286 (60 Kva)
Entradas duales

Distribución exclusiva para el canal mayorista
info@phasak.com

Baterías

Baterías selladas PHASAK de **plomo-ácido de 12V** disponibles en **7.2, 9 ó 12** Ah. Compatibles con los modelos de SAI/ UPS PHASAK que incorporen baterías de las mismas características.

Baterías **estándar compatibles** con cualquier producto que utilice baterías con características eléctricas similares.



PHB 1207

Voltaje: 12 V
Capacidad: 7.2 Ah



PHB 1209

Voltaje: 12 V
Capacidad: 9 Ah



PHB 1212

Voltaje: 12 V
Capacidad: 12 Ah

Bobinas de cable de red y latiguillos

Fabricadas en Categoría 6, la categoría más popular y la que ofrece una conexión más estable y de mayor fiabilidad, siendo la opción favorita de la mayoría de instaladores para tramos largos. Las bobinas PHASAK garantizan la compatibilidad con categorías anteriores.

Apueste por nuestro modelo **100% Cobre certificado** para instalaciones complejas e institucionales o decántese por el **excelente rendimiento de las bobinas CCA.**

CCA SÓLIDO

PHR 6312

Bobina de 305 metros de cable de red **FTP** sólido LSZH en caja, de categoría 6 en CCA. Soporta velocidades de transferencia de hasta 1 Gbps.

- ✔ **CCA Sólido**
- ✔ **AWG23**
- ✔ **FTP + LSZH**

PHR 6301

Bobina de 305 metros de cable de red **UTP sólido LSZH** en caja, de categoría 6 en CCA. Soporta velocidades de transferencia de hasta 1 Gbps.

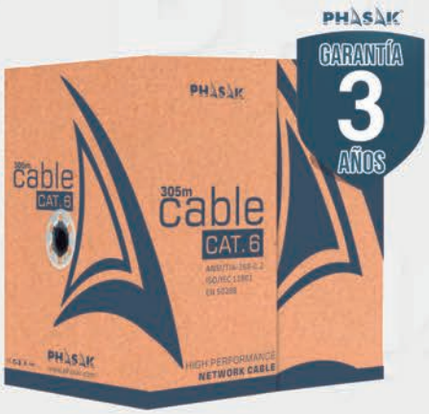
- ✔ **CCA Sólido**
- ✔ **AWG23**
- ✔ **UTP + LSZH**

PHR 6302

Bobina de 305 metros de cable de red **UTP sólido** en caja, de categoría 6 en CCA Soporta velocidades de transferencia de hasta 1 Gbps.

- ✔ **CCA Sólido**
- ✔ **AWG23**
- ✔ **UTP**

COBRE 100% SÓLIDO



PHR 652

Bobina de 305 metros de cable de red **Certificado** UTP sólido Eca LSZH en caja, de categoría 6 en Cobre-. Soporta velocidades de transferencia de hasta 1 Gbps.

- ✔ **Cu Sólido**
- ✔ **AWG24**
- ✔ **UTP + LSZH**



Latiguillos de Red UTP fabricados por PHASAK con conectores RJ45 macho en sus dos extremos. Disponibles en **100% Cobre** o **CCA** en diferentes medidas que van desde los 0.25 hasta los 30 metros.

Presentados en **bolsa retail** individual con cartoncillo y troquel, cumplirán con las expectativas de los usuarios más exigentes.

Contacto

www.phasak.com
info@phasak.com
980 53 94 99

Descargue el catálogo completo en www.phasak.com

Nuevo Programa de Competencias para sus figuras del canal de Veeam

Veeam Software ha mejorado su estrategia ProPartner Network con el lanzamiento del Programa de Competencias Veeam para Veeam Value-Added Resellers (VVAR) y Veeam Cloud & Service Providers (VCSP). El nuevo marco proporciona experiencia y recursos dedicados a apoyar a los clientes y partners que utilizan la recientemente lanzada Veeam Data Platform.

EL PROGRAMA de Veeam Software ofrece unas condiciones mejoradas orientada al desarrollo de la capacidad de comercialización para aumentar la credibilidad y la visibilidad de clientes y partners en el mercado local. Los exalumnos del programa serán reconocidos con credenciales de Veeam para incorporarlas en sus ofertas técnicas y estrategias de comercialización y diferenciar así su portfolio en el mercado. Igualmente se hará mucho hincapié en la formación y se darán todo tipo de facilidades para apoyar el conocimiento de la Veeam Data Platform, plataforma que ofrece capacidades avanzadas de seguridad de datos, recuperación y nube híbrida con Veeam Backup & Replication (VBR) v12 como base.

La visión del fabricante de una Modern Data Protection trae un enfoque personalizado para apoyar eficazmente la continuidad del negocio de cada cliente, ante la creciente complejidad de los datos en diferentes sistemas y los riesgos planteados por las ciberamenazas. El *Informe de Tendencias de Protección de Datos 2023* de Veeam descubrió que el 55% de las organizaciones globales se centran en mejorar la fiabilidad y el éxito de las copias de seguridad para satisfacer sus necesidades internas de Objetivo de Punto de Recuperación (RPO), Objetivo de Tiempo de Recuperación (RTO) y Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA).

Pero a menudo las empresas carecen de los conocimientos y recursos internos necesarios para optimizar su estrategia de TI actual, especialmente cuando se baja al terreno de las pymes. Un ecosistema de partners certificados debe llenar ese vacío, y el Programa de Competencias de Veeam conecta las habilidades adecuadas para las demandas específicas tanto de los clientes como de los partners.

"Ofrecemos una combinación de innovaciones tecnológicas y servicios individualizados que nos permite brindar estrategias de continuidad de negocio flexibles y adaptadas a las necesidades de cada uno de nuestros clientes, al tiempo que mejoramos el rendimiento de los equipos de TI. Nuestro canal es vital para que esto sea una realidad", aseguraba Álvaro Jerez, director de Canal de Veeam Iberia. "Estas nuevas competencias son esenciales para proporcionar a nuestros partners la experiencia, los recursos y las habilidades necesarias para que puedan continuar sirviendo un soporte ejemplar a los clientes de Veeam. A su vez, todo ello les permitirá expandir sus negocios a medida que se dan cuenta de los beneficios adicionales y el rendimiento mejorado de la recién lanzada Veeam Data Platform".

La iniciativa del Programa de Competencias de Veeam tiene como objetivo construir una "ProPartner Competency" a través de una red de partners de alto valor en todo el mundo. El programa está diseñado de una manera sencilla pero robusta: los partners VVARs y VCSP aptos que hayan desarrollado soluciones de primera clase pueden solicitar que su oferta específica para un caso de uso sea auditada por Veeam. Todas las competencias técnicas y de comercialización logradas serán recompensadas con una acreditación de Veeam verificada. Este nuevo nivel de competencia en protección de datos se destacará con una posición premium en el directorio ProPartner de Veeam.com, una lista que facilita el proceso a los clientes que buscan un socio de negocio de TI adecuado. Así, partners especializados en ransomware, nube pública, Micriosoft 365 o Kubernetes serán fácilmente identificables y reconocidos.

Una idea que ha entusiasmado a analistas del mercado: "Mientras que el 85% de los partners creen que los programas de canal desempeñan un papel importante en su relación con un fabricante, los programas están bajo presión a la hora de reconocer el valor del partner de nuevas formas. Los modelos de partners híbridos y el crecimiento de los servicios gestionados implican que la venta conjunta, la facilidad para hacer negocios y el soporte tecnológico son más importantes que nunca cuando se trata de la eficacia de estos programas", aseguraba Robin Ody, consultor senior de Canalys. "El reto para los fabricantes consiste, en parte, en reconocer la amplitud del panorama de los partners y, al mismo tiempo, recompensarlos con estos diferentes modelos, que se comprometen con la tecnología de diferentes maneras. Un buen programa, con la filosofía de colaboración adecuada en su núcleo, puede ser un verdadero elemento diferenciador para los fabricantes en cualquier momento, pero especialmente en tiempos de incertidumbre económica".

Otro dato que se mostró es el aumento de la inversión de las pymes en ciberseguridad: "Los ciberataques son una de las mayores



Álvaro Jerez, Senior Manager of Channels Veeam Iberia.

causas de interrupciones de los servicios de las empresas. En el último año hemos podido analizar el panorama actual de la ciberseguridad en nuestro territorio y hemos descubierto que el 78% de las organizaciones españolas y portuguesas experimentaron una brecha en 2022. Para que puedan combatirlo, las empresas de nuestro territorio planean aumentar su inversión en protección de datos un 7% de media. Por ese motivo, seguimos trabajando para poder mantener nuestro compromiso con nuestros clientes y apoyarles para que desarrollen negocios más resilientes y seguros a través de nuestra red de partners", comenta Jerez.

Ganadores de los premios ProPartner 2022 en Iberia



Veeam Software reconocía a los ganadores de los premios Veeam ProPartner 2022 en España y Portugal en un evento desarrollado en la sala Shoko de Madrid el pasado jueves 27 de abril. Los premios se celebran anualmente precisamente para recompensar el éxito sobresaliente y el compromiso de los partners Veeam ProPartner Value-Added Resellers (VVAR) y Veeam Cloud & Service Provider (VCSP) en entornos de TI cada vez más complejos, de manera que los diversos tipos de cargas de trabajo, datos y aplicaciones puedan estar protegidos en su visión de la Modern Data Protection.

"Durante 2022 se sumaron nuevos desafíos para las empresas tras la salida de la pandemia. El principal reto fue la incidencia siempre presente y creciente de los ataques de ransomware, de los que tan solo un 24% de las organizaciones de nuestro país no se vieron afectadas. Puesto que los backups seguros e inmutables son la última línea de defensa contra el ransomware, es esencial la protección en todos los ecosistemas por parte de los equipos de TI para que las empresas puedan seguir funcionando", decía Álvaro Jerez en el evento local. "Para poder satisfacer las innumerables exigencias que los procesos de negocio modernos y los riesgos imponen a nuestros clientes, se requiere de una red polifacética de ProPartners con una rica variedad de competencias y en Veeam contamos con los mejores. Sus habilidades, respaldadas por Veeam Data Platform -una única solución para proteger aplicaciones Cloud, Virtuales, Físicas, SaaS y Kubernetes- ofrecen a los clientes la resiliencia, disponibilidad y resultados de negocio que necesitan. Estoy orgulloso de nuestra increíble red local ProPartner, sin la cual no disfrutaríamos del éxito que tenemos actualmente. Como organización 100% centrada en canal, los ganadores del premio ProPartner en Iberia han ofrecido resultados excepcionales".

Los siguientes partners fueron galardonados durante los premios ProPartner 2022:

- The Fastest Growth, Spain: SCC. Para el partner (VVARs o VCSPs) que ha demostrado el mayor crecimiento en ventas de Veeam durante 2022
- The Fastest Growth, Portugal: Evonic
- The Most Significant Project, Spain: IPM (a Ricoh Company). Para el partner (VVAR/VCSP) que identificó, gestionó y cerró con éxito el mayor proyecto de 2022
- The Most Significant Project, Portugal: Claranet
- The Best VCSP Partner, Spain: Vodafone. Para el partner que ha logrado la mayor contribución a la popularización de las tecnologías en la nube en 2022 y que, además, cumple los siguientes requisitos: mayor crecimiento del consumo de puntos, certificaciones y diversidad de productos
- The Best VCSP Partner, Portugal: Ar Telecom Grupo Aire
- The Best Subscription Reselling Partner in 2022, Spain: Econocom Servicios. Para el partner que cerró el mayor número de acuerdos de suscripción en 2022
- The Best Subscription Reselling Partner in 2022, Portugal: Bravantic
- The Best Veeam Backup for Microsoft 365 Reselling Partner, Spain: Arsys. Para el partner que ha cerrado los acuerdos más exitosos de Veeam Backup for Microsoft 365 en 2022
- The Best Veeam Backup for Microsoft 365 Reselling Partner, Portugal: Divultec
- The Best SMB Partner, Spain: Grupo Solitium. Para el partner que cerró el mayor número de operaciones con pymes en 2022
- The Best SMB Partner, Portugal: Ris 2048
- The Best Alliance Partner in 2022, Spain & Portugal: Kyndryl. Para el partner que cerró el mayor número de acuerdos COM en 2022

A la fiesta de entrega acudieron numerosos partners de ambos países, así como representantes de la compañía de las regiones EMEA mediterránea y sudafricana, y contó con el arropamiento de socios como Nutanix, Scality, Quantum, V-Valley, TD Synnex y Arrow. El equipo encabezado por Santi Campuzano, que cumplía su primer año, ha sido reforzado con nuevas incorporaciones, felicitándose por el reciente reconocimiento como solución número uno en protección de datos mundial. También señaló las grandes oportunidades que se abren a los partners en entornos como Kubernetes, Salesforce y especialmente, Microsoft 365.

PUDU

Ya están aquí

BellaBot

Robot de entrega



KettyBot

Robot publicitario



CC1

Robot de limpieza



HolaBot

Robot de recogida



PuduBot 2

Robot de reparto
y recogida



MUZYBAR
computer
www.muzybar.es | Avda. Cardenal Benlloch, 47 Bajo. E-46021 Valencia | 960 910 334

TPV

PREMIER
We are a team



Serie KT: J4125 | J6412 | 4GB | 8GB | 128GB | 256GB | Win 10 IoT
RK3288 | 2GB+16GB

KIOSKO Y PC PANEL



PCP 215 W/A | KIOSK 27 W/A

MONITORES TÁCTILES



Serie TM: 15" | 17" | 21,5"

STAND ITP-FRONT Y TABLET



IMPRESORAS TÉRMICAS DE TICKETS Y ETIQUETAS



Serie ITP: 58mm | 80mm | Serie | USB | Ethernet | Wifi | Bluetooth | Sobremesa | Portátil

LECTORES DE CÓDIGO DE BARRAS



Serie MS3: 1D | 1D BR | 2D | 2D BR | Desktop

PDA



MAXI 20 | MAXI 21 | MAXI 50P

MUZYBAR
computer

www.muzybar.es | Avda. Cardenal Benlloch, 47 Bajo. E-46021 Valencia | 960 910 334

Salesforce redefine su crecimiento en España a través de su plataforma de clientes, IA, soluciones verticales y canal de partners

La compañía del CRM en la nube y más nos anticipaba los argumentos de venta que se iban a presentar en el Salesforce World Tour Madrid celebrado en un pabellón del Ifema, con un ideario basado en cuatro pilares que trasladan el modelo platónico para convertir las organizaciones españolas en "empresas de cliente".

LLEGAN LOS trailblazers y muestran a la gran audiencia su receta mágica, apoyándose en sus cuatro principales fortalezas: su plataforma Salesforce Customer 360 como base; la Inteligencia Artificial reforzada con Einstein GPT para extraer todo el potencial a los datos; soluciones sectoriales específicas que faciliten la mejora continua probada en casos de éxito; y un ecosistema de partners exitoso que faciliten las implantaciones y mantengan la excelencia.

Enrique Polo, VP de Salesforce para el Sur de Europa, nos hizo balance del último ejercicio fiscal 2023, donde España se ha mantenido como una de las filiales más dinámicas de EMEA a la par de Francia o Alemania. Los ingresos globales del cuarto trimestre ascendieron a 8.380 millones de dólares, con un aumento del 14% interanual y del 17% en moneda constante. Por otra parte, los ingresos fueron de 31.400 millones de dólares, lo que supone un aumento del 18% interanual y del 22% en moneda constante. "El panorama económico ha cambiado y las empresas son ahora más cautas a la hora de decidir sus inversiones", ha comentado Polo de Lara. "A pesar de ello, hemos conseguido buenos resultados tanto a nivel global como en España, y seguimos siendo el socio preferente de la empresa española en sus proyectos de transformación digital".

Con el objetivo de consolidar su crecimiento por encima de la media del sector TIC, Salesforce mantendrá en España una estrategia que profundiza en los objetivos del ejercicio anterior. En este sentido, al tiempo que consolida su actividad con las grandes empresas españolas, Salesforce seguirá ampliando su presencia en empresas de tamaño medio (Midmarket), donde ha conseguido ampliar significativamente su cartera de clientes y existe un amplio margen de crecimiento en España y Portugal.

Adicionalmente, la compañía busca ampliar su cobertura territorial más allá de sus oficinas de Madrid, Barcelona y Lisboa (que este año están incrementado su ocupación) apoyándose en su red de partners. En este sentido, cabe destacar que muchos socios del canal dedicados a formación y asesoramiento han comenzado a formar parte de la estrategia de reventa, ampliando su tradicional labor de implementadores de soluciones y posibilitando una mayor penetración de Salesforce en el mercado.



Enrique Polo, VP de Salesforce para el Sur de Europa.

La plataforma Customer 360

Customer 360 es la cartera de productos y servicios de Salesforce, el best seller de los CRM en todo el mundo, impulsando el crecimiento del negocio en las empresas que tienen al cliente en el centro. Esta plataforma es la base para la creación de una estrategia 360 grados con todas las piezas necesarias en pago por uso. Las aplicaciones de las nubes de Salesforce (Sales Cloud, Marketing Cloud, Commerce Cloud y Service Cloud) se ejecutan en una única infraestructura de bajo código, que además permite innovar a la velocidad que demanda el cliente con nuevos servicios hechos a medida y con funciones como la IA o la automatización integradas. En Customer 360 también se incluyen otras soluciones específicas como Tableau, para el análisis y visualización de datos, Mulesoft, para facilitar la integración de sistemas y aplicaciones, y Slack, para el trabajo colaborativo.

A lo largo del último ejercicio, Salesforce ha desarrollado innovaciones específicas incorporando nuevas funcionalidades a la plataforma. El anuncio más reciente ha sido Salesforce Web3, cuyo objetivo es ayudar a las empresas a crear, gestionar y desplegar NFTs (tokens no fungibles) de forma fiable. Con esta tecnología, las empresas pueden conectar Customer 360 con los datos de Web3 para obtener una visión holística de cómo interactúan los clientes con su marca en entornos físicos y digitales.

IA, datos y automatización

A lo largo del último ejercicio Salesforce ha sido particularmente innovadora en el área de datos e Inteligencia Artificial. En el centro de su estrategia se sitúa Salesforce Data Cloud, "el corazón inteligente de la interacción con el cliente", porque las grandes experiencias, como la IA, deben comenzar con grandes datos. Salesforce Data Cloud proporciona un almacén de datos a hiperescala para que pueda conec-

tar, armonizar y actuar sobre todos sus datos en tiempo real", señaló el directivo español.

Data Cloud evita la fragmentación de la información y mejora la experiencia digital. Conecta todos los datos con funcionalidades que extraen información de cualquier fuente. Una vez que los datos están conectados, Data Cloud armoniza todos estos flujos de datos para crear un gráfico de clientes en tiempo real para cada individuo a escala. Salesforce utiliza tecnologías como el procesamiento del lenguaje natural y el aprendizaje automático para comprender las intenciones de los usuarios y ofrecer recomendaciones personalizadas. Así es como cada parte de Customer 360 es más automatizada, inteligente y operativa en tiempo real.

En el área de IA, el lanzamiento más reciente de Salesforce ha sido Einstein GPT, la primera IA generativa para CRM. Esta innovación funciona con toda la potencia de la plataforma Salesforce, a partir de los datos de confianza de los clientes. Einstein GPT ayuda a las empresas a generar contenido relevante y a mejorar cada experiencia en Customer 360, tanto para sus clientes como para sus empleados.

Industry Solutions

Salesforce ha completado su porfolio de soluciones ampliando la oferta por industrias. También la fuerza comercial ha reforzado su organización y especialización vertical. Estas industrias incluyen trece sectores como servicios financieros, telecomunicaciones, medios de comunicación, salud, seguros, energía e industria manufacturera. La última incorporación a este catálogo ha sido Salesforce Automotive Cloud, con desarrollos específicos para la industria de fabricación, comercialización y distribución del automóvil, incluido sus componentes.

Con las soluciones verticales, las empresas pueden aprovechar toda la potencia de Salesforce independientemente del sector al que pertenezcan, lo que les permite generar valor rápidamente sin necesidad de adaptarlo y personalizarlo por su cuenta. Estas soluciones se crean con expertos del sector para ayudar a los clientes a modernizar su negocio, ahorrar tiempo y reducir costes.

Ecosistema de éxito

Tal y como se anunció el año pasado, una selección de partners de Salesforce se han sumado al grupo de revendedores que comercializan licencias, incrementando así sus oportunidades de negocio. Esto impulsará tanto la generación de riqueza en el ecosistema como la penetración de Salesforce en el mercado, especialmente en el área de Midmarket. Este ecosistema, que supera los 200.000 socios expertos certificados, apoya a los clientes de Salesforce en su transformación en una empresa centrada en el cliente, en una 'customer company'.

En España y Portugal hay cerca de 6.000 personas en el ecosistema que tienen al menos una certificación y entre todas ellas suman más de 16.000 certificaciones. Esto supone un crecimiento por encima del 30% en certificaciones y del 35% en personas que se han unido al ecosistema.

Salesforce World Tour llega a Madrid

Salesforce celebraba el 13 de abril su gran evento nacional: World Tour Madrid. La cita tuvo lugar en el Centro de Convenciones Norte de Ifema y reunió a unas 2.000 personas, fundamentalmente profesionales (clientes y partners), para que conocieran de primera mano las últimas novedades de la compañía.

World Tour ofreció presentaciones de los responsables de Salesforce y de más de 20 clientes en España; y breakout sessions por industrias (Retail, Banca, Seguros, Travel & Hospitality, Manufacturing, Transporte y Logística, Salud y Sector Público) y con sesiones y demos especializadas por el tipo de solución tecnológica (Marketing, Servicio, eCommerce, Plataforma, Tableau, MuleSoft y Slack).

En esta edición, Salesforce World Tour se ha marcado el objetivo de ayudar a las empresas a que la digitalización se convierta en un factor esencial para impulsar la eficiencia y la rentabilidad. Y es que, en el actual entorno de costes elevados, el éxito significa conectar con los clientes de formas nuevas, más sencillas y rentables. Significa consolidar y reducir la complejidad y automatizar los flujos de trabajo en el departamento de TI.

Entre los clientes de Salesforce que participaron en el evento, cabe destacar la intervención de Ilunion, de la mano de su CIO, Juan Manuel Caballero, que conversó con Enrique Polo sobre la importancia de las empresas con propósito y cómo los valores ayudan a crear valor. También hay que mencionar la participación en la sesión plenaria de Generali, cuyo COO, Xavier Serna, habló sobre el uso la plataforma CRM; Hotel Beds que, de la mando de Marta Ruiz, directora de Productos e Innovación, comentó las ventajas de la Inteligencia Artificial y la automatización; Endesa, cuya Head of B2C Market en Iberia, Maite González, analizó la importancia del uso de los datos; y Astara, que está realizando un completo programa de transformación digital y es usuario de referencia de Salesforce Automotive Cloud, caso de éxito que explicó Antonio Rodríguez, Chief Strategy and Transformation Officer.



Además, cerca de 20 clientes hicieron también presentaciones en las diferentes sesiones por industria o solución. Los partners de Salesforce son los que hacen posible este evento, que contó con patrocinadores como: Deloitte Digital , Minsait, Omega CRM, Accenture España, The Cocktail, Capgemini, Vass, IBM, Seidor, Inetum, Viseo Iberia, S4G Consulting, Aircall, Atmira, Calibre 360 Consulting, Ayesa, Cognizant, Cloud Coachers, Globant, Izertis, Konozca Consulting, LabsXD, Leadclic, Nubika – Cloud Solutions, NWorld Advisory, Tech & Operations, SIDN Digital Thinking y Vanguard Cloud & Innovation.

SUMINISTRADORA DE COMPONENTES ELECTRÓNICOS, S.L.

PROFESIONALES CON MÁS DE 25 AÑOS DE EXPERIENCIA





CoolBox · GIGABYTE TECHNOLOGY · tp-link · ASUS

Telef.: 913 041 211 / 910 612 229

comercial@sce.es

C/ La Fragua, 18
28522 Rivas Vaciamadrid - Madrid

www.sce.es

SUMINISTRADORA DE COMPONENTES ELECTRÓNICOS, S.L.

iOS

Android



PRESENTAMOS

LA APP MOVIL DE SCE

TODAS NUESTRAS ÁREAS COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS

EN LA PALMA DE TU MANO

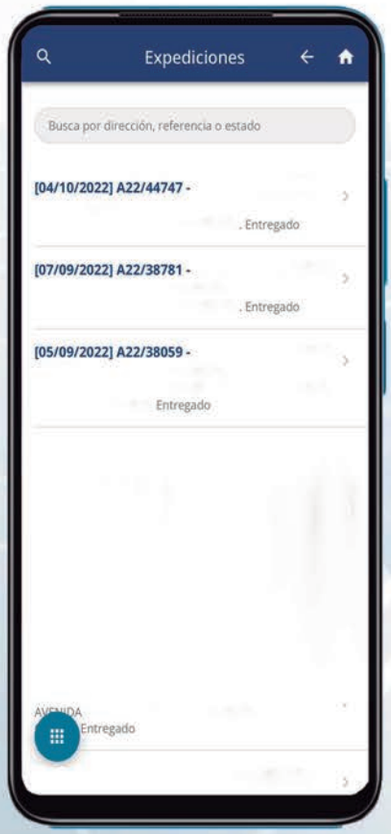
SCE App
App oficial de SCE
★★★★★ 2

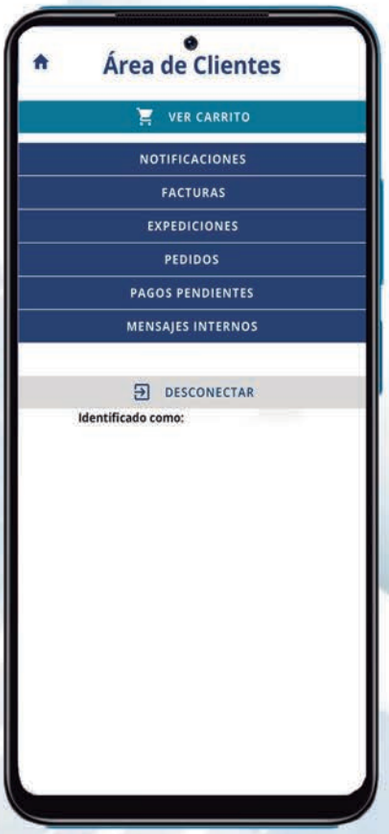
- Sigue tus pedidos.
- Recibe notificaciones cuando tu pedido sea preparado, enviado y entregado.
- Explora todos nuestros productos con las mejores ofertas y precios.
- Consulta cualquier factura o pedido en cualquier momento.
- Realiza pedidos y reserva de material.

Contacte para más información:

Teléfono: 913 041 211

comercial@sce.es





‘Fujitsu ActivateNow Technology Summit 2023’ trajo a Madrid la promesa cuántica

La multinacional japonesa Fujitsu aprovechó el evento internacional ‘ActivateNow Technology Summit 2023’ celebrado el pasado 20 de abril, en el que se mostraron todas las innovaciones y tecnologías emergentes en las que compañía está invirtiendo, para conectar en pantalla gigante desde los Cines Callao, además de los stands de demostración.

DE LA mano de científicos, investigadores y directivos de la propia compañía y sus partners, se discutió sobre el impacto de la disrupción tecnológica y la manera en que se pueden aprovechar las tecnologías emergentes para implantar soluciones innovadoras en el mercado. Los asistentes también tuvieron la oportunidad de experimentar en primera persona algunos de los últimos avances tecnológicos de Fujitsu aplicados a una variedad de casos de uso.



Entre ellos, Fujitsu ActivateNow trajo a Madrid un procesador cuántico y las últimas soluciones para clientes basadas en IA/ML, el Fujitsu Kozuchi – Fujitsu AI Platform, y de paso se anunció el flamante acuerdo con el Centro de Supercomputación de Galicia (Cesga) y Oxford Quantum Circuits (OQC) para crear un centro cuántico en Galicia basado en el Fukurama de Fujitsu, hecho que coincide con la celebración de los primeros 50 años de la compañía en España.

La plataforma de IA está soportada sobre infraestructuras de Azure, y en un futuro próximo AWS, y permitirá a empresas clientes de todo tipo acceder a herramientas de aprendizaje automático para entrenar y acelerar sus propios proyectos comerciales. Una característica de la plataforma de Fujitsu es que será capaz de detectar sesgos en las fases más tempranas de carga de bases de datos por parte de los usuarios, aportando sugerencias para su corrección, y así anticiparse a regulaciones futuras que sin duda acabarán imponiéndose y garantizando la confiabilidad de las soluciones de IA.

Empresas sin contar en su plantilla científicos de datos podrán utilizar los motores diseñados por Fujitsu para generar sus propios modelos de aprendizaje, gracias a los dos potentes motores centrales incluidos en la plataforma Kozuchi, el Fujitsu AutoML para la generación automatizada de modelos de aprendizaje automático y el Fujitsu AI Ethics for Fairness para probar la imparcialidad de los modelos de IA. Otros generadores son el Fujitsu Wide Learning para la simulación de procesos de descubrimiento científico, y el de AI for Causal Discovery para el descubrimiento correlacional para extraer de manera integral relaciones causales importantes de varios datos para derivar nuevos descubrimientos. También tiene derivadas para el estudio genómico, la conducción autónoma o la construcción de un “gemelo social”.

“Esta herramienta no sustituye a los científicos de datos, no hace todo el ciclo de vida de la IA, pero facilita el trabajo a los expertos”, matizaba Carlos Cordero, CTO de Fujitsu España, presente en el evento de Madrid, que también mostró la primera versión del primer procesador cuántico de 64 qubits que Fujitsu tiene previsto comenzar a explotar el año que viene. “Va a atacar problemas que hoy no se pueden resolver”, apuntaba el CTO de Fujitsu España.

Fujitsu ActivateNow también mostró los aportes que desde España se han hecho al proyecto quántico. Así, la plataforma contará con un procesador de documentos para el ámbito legal, médico o corporativo, capaz de extraer de un número masivo de documentación las partes identificadas fundamentales y destilar todo el saber que contiene. La otra herramienta está más enfocada al ámbito financiero y asegurador, y es capaz de identificar potenciales riesgos y posibles fraudes en el comportamiento de individuos o empresas.

En los cines Callao también se pudo ver una demo de 5G sobre la red de MasMovil que ya disfrutan varios clientes en el entorno de la logística y el almacenaje. O las soluciones de Private/Hybrid Cloud con refrigeración por inmersión de Submer. O el algoritmo Actylizer en acción para medir cualquier dimensión del cuerpo humano, empleado para mejorar el rendimiento en los movimientos de gimnastas para la alta competición. “Pero puede hacer

mucho más. El algoritmo ha llegado a casi un cien por cien de fiabilidad en detectar los movimientos de la cara, además del movimiento corporal, y es capaz de identificar y predecir el comportamiento de una persona", contaba Cordero.

Hub cuántico con acento gallego

Cesga y Fujitsu han firmado un acuerdo MoU (Memorando de Entendimiento) para la creación de un importante hub de tecnologías cuánticas en Galicia que está llamado a convertirse en uno de los más importantes de Europa, en el que la multinacional japonesa integrará distintas tecnologías propias y de terceros como es el computador cuántico desarrollado por Oxford Quantum Circuits (OQC), también presente en la firma.

Este ambicioso hub cuántico, combinado con el lanzamiento del Quantum Center en Galicia anunciado en el ActivateNow Technology Summit 2023 del día anterior, permitirá realizar investigación conjunta de vanguardia, utilizando tecnologías de computación cuántica y promover el desarrollo de una industria específica tanto a nivel regional como internacional, convirtiendo a Galicia y al Cesga en un referente mundial en el entorno cuántico. El inicio de operaciones será a partir de mediados de septiembre de 2023.

"Esta colaboración con Fujitsu será clave para que Galicia potencie su ya relevante producción de nuevos desarrollos e investigaciones, tanto en hardware como en software cuántico en los próximos años, ayudándonos a establecer a nuestros grupos de investigación en una posición de liderazgo mundial, y permitiéndoles dar forma al futuro de la computación cuántica", explicó Lois Orosa, director general del Centro de Supercomputación de Galicia.

«Nos entusiasma cooperar con el Cesga en el nuevo centro cuántico para impulsar el desarrollo de la investigación tecnológica y las aplicaciones industriales en Europa, y contribuir a la creación de empleo y al desarrollo de recursos humanos en la industria cuántica» (Vivek Mahajan, Fujitsu)

Fujitsu y el Cesga colaborarán estrechamente con las universidades gallegas y la comunidad de investigadores del Consejo Superior de Investigaciones Científicas para impulsar el I+D de las tecnologías cuánticas, crear nuevos conocimientos en este campo, atraer talento e inversión a Galicia y promover el uso de las tecnologías cuánticas para abordar los retos sociales a los que se enfrenta el mundo. Como socio tecnológico, Fujitsu aportará su experiencia adquirida a través de su continuo desarrollo de tecnologías relacionadas con la cuántica innovadoras, incluyendo hardware y software.

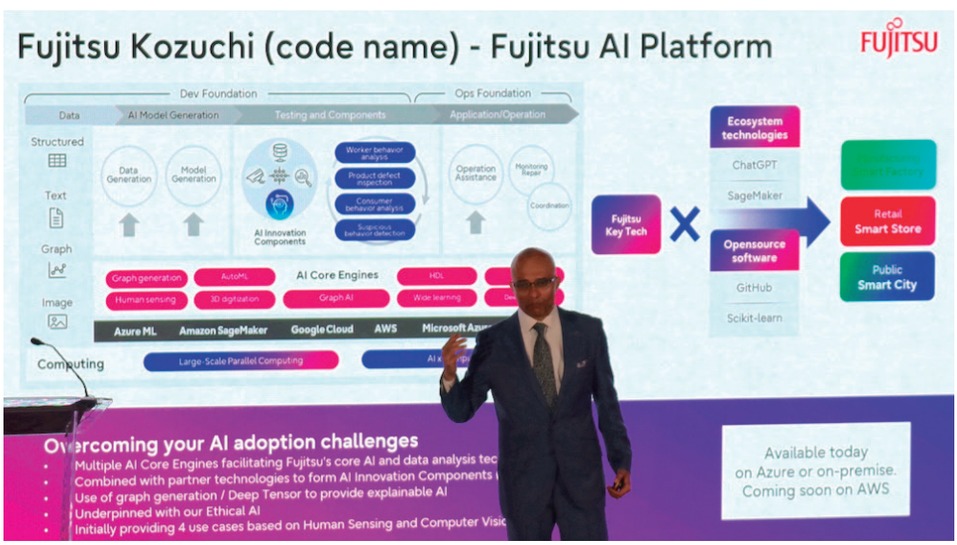
"Nos entusiasma cooperar con el Cesga en el nuevo centro cuántico para impulsar el desarrollo de la investigación tecnológica y las aplicaciones industriales en Europa, y contribuir a la creación de empleo y al desarrollo de recursos humanos en la industria cuántica", señaló Vivek Mahajan, CTO mundial de Fujitsu Limited.

Como primer paso de la nueva asociación, el Cesga construirá un sistema de clúster basado en el simulador de ordenador cuántico de 34 qubits de Fujitsu Supercomputer PrimeHPC FX700 -que está equipado con la misma CPU A64FX que en el superordenador Fugaku desarrollado conjuntamente por Riken y Fujitsu para uso compartido- y la serie Fujitsu Server Primergy, así como un sistema de clúster adicional consistente en un ordenador cuántico de 32 qubits desarrollado por Oxford Quantum Circuits Ltd en el Reino Unido.

"Nuestra visión es hacer posible una aproximación más fiable y fluida a la computación cuántica. Esto marca otro hito importante para OQC, ya que seguimos aportando nuestras capacidades cuánticas líderes al mundo. La tecnología tiene el poder de permitir descubrimientos que realmente cambian la vida y estamos encantados de trabajar con Cesga y Fujitsu en su viaje hacia el futuro de la computación", comentó la Dra. Ilana Wisby, directora general de OQC.

El Cesga adoptará además el Digital Annealer de Fujitsu, inspirado en la tecnología cuántica para la aceleración computacional aunque no utilizan chips cuánticos reales. Será empleado para poner en marcha la iniciativa con tres casos de uso reales con empresas gallegas de alto perfil, y demostrar el potencial y los beneficios prácticos de las tecnologías cuánticas y relacionadas con la cuántica. Galicia viene realizando importantes inversiones en tecnología cuántica gracias a los fondos FEDER React aportados por la Comisión Europea junto con fondos de la Xunta de Galicia.

El Centro de Supercomputación de Galicia se creó en 1991 como una fundación pública sin ánimo de lucro para contribuir al desarrollo de la ciencia y la tecnología utilizando ordenadores de altas prestaciones y tecnologías de la comunicación en beneficio de la sociedad. Debido a la innegable evolución de las tecnologías cuánticas, el organismo gallego decidió iniciar su andadura cuántica, seleccionando a Fujitsu como socio preferente para crear un hub internacional de tecnología cuántica en Galicia, que le permita disponer de todos los recursos necesarios para crear conocimiento, atraer talento y asegurar futuras inversiones para la región.



Vivek Mahajan, CTO mundial de Fujitsu Limited.

GRUPO MCR



+2000
REFERENCIAS
DENTRO DE
NUESTRO
PORFOLIO

+40 MARCAS CONFÍAN EN MCR PARA SU

SOMOS LIDERES

EN EL SECTOR GAMING
CON EL MAYOR NÚMERO DE
MARCAS Y REFERENCIAS



GRUPO MCR GAMING

DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS GAMING

Hercules · HYPERX · intel · KROM · LG Life's Good · CORSAIR
PREDATOR · RAZER · SAMSUNG · SOUND BLASTERX PRO-GAMING · steelseries
Western Digital · XPG · ZOTAC · ZOWIE · iiyama · DRIFT

Fujitsu basa su IA en la plataforma Kozuchi

La nueva plataforma de Inteligencia Artificial presentada en el Fujitsu Activate Now Technology Summit permite a los clientes de una amplia gama de industrias, incluyendo la fabricación, el comercio minorista, las finanzas o la salud, acelerar las pruebas y el despliegue de tecnologías avanzadas de IA/ML para los desafíos empresariales a los que se enfrentan con una cartera de herramientas y componentes de software basados en las tecnologías avanzadas de IA de Fujitsu.

Kozuchi cuenta con las mejores herramientas de su clase, incluyendo la solución Fujitsu AutoML para la generación automatizada de modelos de aprendizaje automático, Fujitsu AI Ethics for Fairness para probar la imparcialidad de los modelos de IA, la IA de Fujitsu para el descubrimiento causal y Fujitsu Wide Learning para simular los procesos de descubrimiento científico, así como el acceso simplificado al software de código abierto (OSS) y las tecnologías de IA de terceros de las empresas asociadas.

La disponibilidad de estas herramientas que incluyen componentes de innovación de IA y motores centrales de IA a través de la nueva plataforma a usuarios globales es inmediata y ya se puede acceder a versiones de prueba. Para reforzar aún más las ofertas de Kozuchi, Fujitsu participará activamente en actividades de la comunidad de código abierto con The Linux Foundation y promoverá actividades de co-creación con los clientes desde la etapa inicial de I+D para acelerar la entrega de soluciones innovadoras de IA para su cartera Fujitsu Uvance.

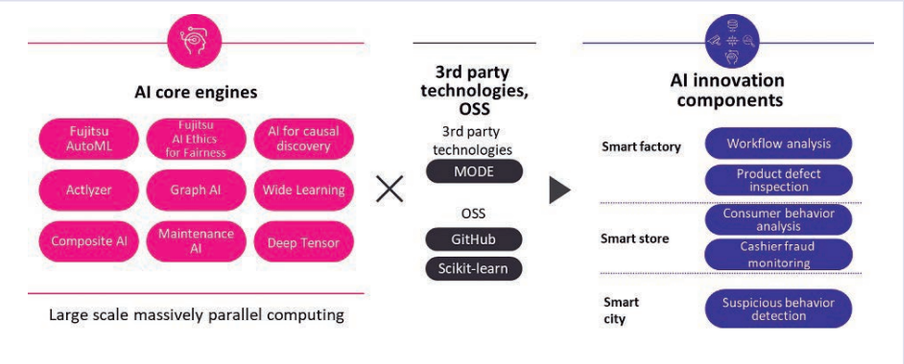
Las tecnologías de IA y ML representan un elemento clave en los esfuerzos de la multinacional nipona por transformar y agilizar las operaciones en una amplia gama de verticales y áreas de negocio. Sin embargo, la elección de la combinación adecuada de soluciones de IA para resolver problemas específicos o sectoriales sigue siendo un desafío constante para muchas empresas, lo que a menudo obstaculiza la aplicación exitosa de las tecnologías de IA genéricas en las operaciones reales. Fujitsu se ha empeñado en facilitar a los clientes una verificación más rápida de las diferentes soluciones potenciales de IA existentes.

Para crear un ciclo de desarrollo ágil y mejorar continuamente los componentes y motores basándose en los comentarios de los clientes, Fujitsu irá ofreciendo nuevas tecnologías entrenadas de IA desde su fase de devops en la plataforma. Fujitsu pretende además mejorar las tecnologías de IA a través de la co-creación con los clientes y explorar la aplicación de la IA a nuevos casos de uso para contribuir a una sociedad más sostenible.

Visión general de la nueva plataforma

La "Fujitsu Kozuchi - Fujitsu AI Platform" cuenta con soluciones de análisis de flujos de trabajo e inspección de defectos de productos en fábricas inteligentes, análisis del comportamiento del consumidor en tiendas inteligentes y detección de comportamientos sospechosos en ciudades inteligentes. Para contribuir a acelerar el desarrollo y la aplicación de soluciones avanzadas de IA, Kozuchi provee:

1. *Componentes de innovación de IA* orientados al cliente para acelerar los procesos de implantación. La nueva plataforma ofrece una combinación de soluciones de IA adaptadas a los problemas de los clientes dentro de casos de uso individuales. Al proporcionar las tecnologías de IA de vanguardia de Fujitsu, así como OSS y tecnologías de IA de empresas asociadas de forma estandarizada y optimizada, la plataforma permite realizar pruebas de demostración sin necesidad de procesos de investigación o selección tecnológica por parte de los clientes, lo que acelera significativamente la verificación de las tecnologías de IA. Dentro de un caso de uso anterior, un cliente de la industria manufacturera que utilizaba los componentes de la plataforma para el análisis del flujo de trabajo consiguió reducir el tiempo necesario para la construcción de un sistema de demostración de tres meses a tres días.
2. *Motores centrales de IA* para proporcionar a los clientes acceso a tecnologías avanzadas. Además de los componentes de innovación de IA, la plataforma cuenta con "AI core engines", herramientas y componentes de software basados en las tecnologías avanzadas de IA de Fujitsu. Al ofrecer acceso directo a sus tecnologías de vanguardia, Fujitsu pretende ayudar a los clientes a explorar nuevas áreas de negocio y mejorar la eficiencia de sus propios procesos de desarrollo y operación de IA. Por ejemplo, con Fujitsu AutoML, un motor central de IA para la generación automatizada de modelos de aprendizaje automático, se permite a los clientes desarrollar rápidamente modelos individuales de IA de alta precisión.
3. *Tecnologías de apoyo* a la fiabilidad de la IA. Para contribuir a la realización de una utilización segura y protegida de la IA, la plataforma proporciona tecnologías de IA fiables de Fujitsu, incluida la tecnología de ética de la IA para garantizar el desarrollo y uso éticos de la IA, la tecnología de calidad de la IA para garantizar la exactitud y precisión de los modelos de IA, así como la tecnología de seguridad de la IA para proteger los modelos de IA de los ciberataques.



En el futuro, Fujitsu añadirá nuevos componentes de innovación de IA y motores centrales de IA para áreas que incluyen Industria 4.0, New Retail, Smart Cities, así como finanzas y sanidad.



DAKEL

La **seguridad y gestión** de los endpoints no se pueden confiar a soluciones del pasado.

End User Computing (EUC)

IGEL WORKSPACE

Máxima seguridad en el endpoint

IGEL OS es la plataforma gestionada más segura para el endpoint con acceso a servicios cloud de VMware, Citrix, Microsoft y AWS. Es la evolución de la tecnología Thin client, optimizada para entornos VDI (Virtual Desktop Infraestructure), para proporcionar máxima seguridad en el endpoint.

CONTROL UP

Gestión 360º del endpoint

ControlUp es la plataforma de monitorización más potente para optimizar la experiencia digital de los usuarios, estén donde estén. Ofrece herramientas de control y remediación a nivel de usuario, aplicación y dispositivo, para garantizar la productividad del endpoint.

En Dakel proponemos ambas tecnologías como solución de EUC (End User Computing).
¿Quiere una **DEMO guiada**? dakel.com/solicitar-PoC/

IGEL | control UP | LG

La Inteligencia Artificial protagonista de la 3ª edición de The Partners Club de Worldline

La IA se convierte en una auténtica revolución en el mundo de del eCommerce y del marketing digital. Según las diferentes consultoras tecnológicas, se pronostica un increíble crecimiento en el mercado global para 2024. Esto significa que muchos sectores ya muestran su interés por los algoritmos en IA, al lograr un mayor rendimiento, mejorar la experiencia con el cliente y conseguir una óptima personalización.



ESTA TEMÁTICA ha sido fuente de debate en la 3ª Edición de The Partners Club de Worldline, con el objetivo de impulsar la colaboración entre miembros del ecosistema. El evento ha tenido lugar en el Espacio Zenit de Madrid. Sus participantes han tenido la oportunidad de poder experimentar con el metaverso y vivir innovadoras experiencias de compra en tiempo real a través de demos desarrolladas por Worldline, en los cuales a través de autenticación biométrica del comportamiento se pueden autorizar los pagos.

En la agenda de este evento el tema destacado ha sido "los usos de la Inteligencia Artificial". David Tomás, cofundador de Cyberclick, abordó "Cómo la Inteligencia Artificial revolucionará el Marketing Digital". Por su parte, bajo el enunciado de "Usos de la IA en eCommerce", Montse Labiaga, directora de Innovación de Wim Group, habló sobre cómo la IA va a cambiar las reglas en las imágenes del eCommerce. Pablo Renaud, director de Estrategia de Ebolution, trató la generación de textos y conversaciones para vender mejor. Finalmente, Ricard Sala, Business Development Manager de Worldline, explicó cómo el comercio conversacional impulsado por IA transformará las compras en 2023.

Para Mercedes Gómez Varela, Senior Sales Channel Manager Iberia de Worldline, "desde siempre la IA ha estado ligada a nuestra tecnología de pagos, y ahora con mucho más peso. Pero también empieza a cobrar relevancia para el resto del ecosistema del eCommerce, que conforma nuestra comunidad de partners".

La gran transformación

Según Worldline, somos partícipes de una gran transformación que afectará múltiples aspectos de nuestra vida cotidiana, entre ellos están: la forma en que las empresas interactúan con sus clientes, la creación de contenido y otras formas de procesamiento del lenguaje natural para automatizar acciones de marketing. "Los profesionales de marketing que no incorporen la Inteligencia Artificial como un compañero de equipo más -señala David Tomás- perderán en eficiencia, innovación y creatividad. Aprovechemos, con cabeza, el potencial de la IA para mejorar los resultados y la experiencia del cliente".

La integración de la Inteligencia Artificial en el día a día de las empresas es necesaria para no quedarse fuera del mercado. La automatización, tanto de la atención al cliente como de las ventas, liberará al personal pudiendo concentrarse en problemas más complejos y tareas de alto valor. "Todas las áreas de trabajo relacionadas con la creación de contenidos -indica Pablo Renaud- van a someterse a una revolución como consecuencia de la IA. Tenemos que prepararnos para esta nueva realidad. La IA no nos quitará el trabajo, pero alguien usando la IA sí que lo hará".

También se destaca que será una de las herramientas más poderosas para que las empresas fortalezcan la relación con sus clientes e impulsen las ventas. Montse Labiaga nos comenta que "esta tecnología está permitiendo a las empresas mejorar su eficiencia y eficacia en la gestión de su catálogo de productos, lo que a su vez se traduce en una experiencia de compra más satisfactoria para los consumidores".

Además, por medio de la integración con plataformas de mensajería populares como Facebook, Messenger, WhatsApp y WeChat, se facilitará que los clientes compren productos, reserven citas y obtengan atención al cliente, todo dentro de la aplicación que usan todos los días. Por otro lado, las compras en el metaverso serán una realidad, convirtiéndose en una herramienta poderosa para que las empresas se interrelacionen con sus clientes e impulsen sus ventas.

El comercio conversacional permite ofrecer una experiencia del cliente más personalizada e intuitiva. Al utilizar el procesamiento del lenguaje natural y el aprendizaje automático, los chatbots y los asistentes de voz pueden brindar respuestas y recomendaciones personalizadas. "Los chatbots impulsados por IA –explica Ricard Sala- pueden convertirse en el futuro del comercio para las nuevas generaciones. Cuando sean capaces de ser tan receptivos y comunicativos como un amigo, cambiará la forma de relacionarse con las empresas, convirtiéndose en un nuevo canal de venta totalmente personalizado. A medida que los desarrollos continúen avanzando, podemos esperar que el comercio conversacional pueda adquirir aún más fuerza".

Estar protegido en el hogar y en la oficina, misión cumplida con Salicru

Los fallos eléctricos son la principal causa de pérdida de datos en entornos digitales. Es importante proteger ficheros y equipos con soluciones de calidad para evitar la destrucción de archivos y reemplazos de equipos electrónicos porque, además, los componentes de los actuales sistemas de almacenamiento, servidores y electrónica de red son cada vez más pequeños y sensibles a las perturbaciones eléctricas.

Cortes, microcortes, sobretensiones, subtensiones: para evitar estas situaciones, un Sistema de Alimentación Ininterrumpida (SAI/UPS) es clave en pequeñas oficinas, despachos, comercios y hogares. Es una solución eficiente y rentable que ofrece mayor rendimiento y calidad de energía, porque elimina los armónicos de la corriente alterna y evita cortes y picos de energía. Salicru cuenta con una amplia gama, con productos adaptados a las necesidades de cada instalación.

SPS SAFE

Esta gama de protectores activos eléctricos de bases múltiples dispone de entre tres y siete bases de corriente. Algunos tienen filtro EMI/RFI y recoge-cables integrado, y otras cargadores USB para dispositivos electrónicos. Asimismo, el modelo SPS SAFE Master puede evitar consumos 'vampiro' de aquellos dispositivos que tienen modo standby.

SPS NET

El SPS NET está diseñado para alimentar dispositivos de red de hasta 12V durante un corte de energía, además de protegerlos contra sobretensiones y rayos. En un fallo de suministro, el SPS NET sigui proporcionando energía a routers, cámaras IP, alarmas o datáfonos. Ofrece una autonomía de hasta 4 horas.

SPS HOME

Este SAI/UPS cuenta con un diseño de base múltiple de 6 tomas y es capaz de proteger cargas con corrector del factor de potencia (APFC). Cada una de las bases de conexión tiene protección contra sobretensiones, y la mitad también tienen backup de autonomía para situaciones de fallo del suministro eléctrico. Todas están convenientemente orientadas para facilitar la conexión de trafos de alimentación y tienen protección infantil mediante obturadores.

SPS ONE

La serie SPS ONE es una gama minitorre que utiliza la tecnología Line-interactive, con lo que, además de las ventajas del SPS HOME, proporciona línea de seguridad de batería con salida de ondulador pseudosenoidal y protección contra sobrecargas.

SPS SOHO+

El SPS SOHO+ proporciona las características de base del SPS ONE con elementos extra, como el doble cargador USB en la parte frontal, y está disponible en versiones con tomas de salida tipo schuko o IEC. Su frontal aloja con una pantalla que muestra las tensiones de entrada y salida, el nivel de las baterías y el modo de funcionamiento del equipo. Se recomienda en ordenadores de alto rendimiento o gaming para ofrecer el máximo aprovechamiento en su funcionamiento, teniendo en cuenta sus fuentes de alimentación, procesadores y tarjetas gráficas de última generación.

Todos los SAI/UPS Salicru incorporan interfaz USB con protocolo HID: ante un corte de corriente, se guardan todos los documentos abiertos en los que se está trabajando, se cierran los programas y el ordenador se apaga con normalidad. Todo de forma automática.

En el Recomendador de SAI de la página web de Salicru pueden calcularse el consumo de distintos equipos electrónicos y encontrar cuál es la mejor solución para cada caso.



salicru www.salicru.com

‘Grow with SAP’, una nueva oferta cloud para ayudar al midmarket a crecer

La compañía germana ha presentado en España Grow with SAP, una nueva oferta para ayudar a las medianas empresas a adoptar un ERP en la nube ahora con mayor rapidez, capacidad de previsión y teniendo garantizado un acceso a una innovación continua. Abarca la solución SAP S/4HANA Cloud como base, en su versión de nube publica, más toda una serie de opciones y servicios.

SAP TRAE a España “Grow with SAP”, una forma de envasar S/4HANA para nube pública y sea más sencilla de vender por parte del canal. Grow with SAP no deja de ser un ERP para la gestión empresarial, incluyendo todos los elementos que necesitan las organizaciones para afrontar sus actuales desafíos: el soporte de mejores prácticas –las mismas que emplean los líderes mundiales de la industria–, los servicios necesarios para acelerar la adopción, acceso a una comunidad global de expertos, y herramientas de aprendizaje.

Es decir, todo lo necesario para que la implementación sea rápida -que esté lista en tan solo cuatro semanas-, rentable y les proporcione la agilidad y la escalabilidad necesarias para prepararse para crecer en el futuro basado en la automatización y la inteligencia de negocio. Según ha señalado David González Seco, Head of Midmarket and Partner Ecosystem en SAP España, “las medianas empresas son el motor del crecimiento futuro de la economía y el de SAP, por eso el midmarket es un segmento importante para nosotros. Estas compañías operan en el mismo escenario que las grandes y las condiciones exógenas que soportan son las mismas e impactan por igual. La globalización trae beneficios y también retos. La pandemia brota en una esquina del mundo y llega a todos los lados en poco tiempo. Hace 25 años la guerra de los Balcanes no afectó a España o solo parcialmente y hoy una en Ucrania sí que impacta en la distorsión de la cadena de suministro o en la falta de materias primas. En cambio, sufren de una situación diferencial al no estar tan diversificadas (en catálogo, productos, alcance…) y disponer de unos recursos más limitados que las hacen más dependientes. La pyme española tiene que defenderse operando como una grande, y la tecnología es una palanca de ventaja competitiva: aporta capacidad de adaptación a estas disrupciones incluida la falta de disponibilidad de talento”.



David González Seco, director de Midmarket y Ecosistema de Partners en SAP España.

Sin embargo, estas empresas son el caladero perfecto para las artes de SAP. Es donde se concibe el mundo de la innovación y caldo de cultivo de futuro éxito empresarial, que luego lidera a través de una serie de palancas, entre ellas la tecnología ERP que necesitan para competir. Según un estudio de IDC que citó González Seco, “en el impacto de la digitalización en la empresa se aprecian cuatro bloques, donde la diferencia entre el 25% que lidera respecto al 25% de la cola muestra que los primeros tienen un crecimiento de ingresos del 10,5% respecto al del 0,6% de los últimos, mientras que en la capacidad de responder en tiempo y forma a disrupciones en la cadena de suministro están el 91% del primer bloque frente al 40% del último”.

Esta investigación de IDC muestra que muchas medianas empresas se encuentran en una etapa de rápido crecimiento y refrenda la necesidad de un soporte tecnológico que crezca al ritmo al que lo hace su negocio, ya que comienzan a encontrarse con problemas relacionados con la complejidad global que suelen tener las grandes empresas. De las cuatro categorías en que divide a las medianas empresas, un 92% de las consideradas “líderes” utilizan un ERP y el 81% ha completado la transformación digital o están muy avanzadas, frente al 36% de las “aspirantes”, lo que marca todavía un vasto margen de crecimiento para el canal.

“Claramente, la cuenta nueva es el motor de crecimiento en SAP. En los últimos años ha sido el ámbito en el que más nuevo negocio se ha generado en España y prevemos que siga siendo así en los próximos años. Sólo en 2022 se incorporaron 220 nuevas empresas en el ámbito pyme a nuestra cartera de clientes, el 80% pymes de no más de 200 millones de euros al año de facturación y el grueso de menos de 100 millones. Pero sí son muy importantes en su territorio y vertebran la sociedad local. Y tienen un reto dentro del reto: cómo mantener la ubicación o encontrar talento cerca. Grow with SAP complementa a la perfección la oferta de SAP en el ámbito de la mediana empresa, con una solución a su medida que les ayuda a hacer crecer su negocio”.

Diseñado para crecer juntos

Durante medio siglo, SAP ha trabajado codo con codo con clientes de todos los sectores y ha utilizado su experiencia para establecer referencias y definir los mejores procesos específicos para cada sector. Grow with SAP es el resultado de este conocimiento de las necesidades actuales del mercado y bebe de la experiencia en más de 25 sectores y subsectores para proporcionar las mejores prácticas preconfiguradas para que las medianas empresas puedan adoptarlas inmediatamente, ya que no es lo mismo una panificadora que un matadero y, además,

integra Inteligencia Artificial y capacidades de automatización.

"SAP trabaja 18 industria que a su vez se subdividen. La categoría de Bebidas no es igual si produces bebidas gaseosas que para alcohólicas, que hay que gestionar políticas de riesgo en el consumidor diferentes. Y no es lo mismo el trasiego de la aceituna a la almazara que de la uva a la bodega, el aceite es más de cooperativa y el vino es más de marca… No es saber de SAP, es saber de tu actividad", señalaba el director de Midmarket. "Por ejemplo, SAP se encuentra en el corazón de la cadena de valor del automóvil y está sentada en comités construyendo el futuro de la movilidad junto a los grandes fabricantes".

De esta manera SAP puede adelantarse a las necesidades de un mercado que van a ser rápidamente adoptadas por sus clientes. El directivo dio otro ejemplo de los beneficios de adoptar un ERP que crezca y se pueda adaptar a diferentes circunstancias: "En el mundo de la producción es muy común la integración vertical: convertirte en tu propio proveedor o de otro proveedor y buscar márgenes. Vendes carne y vas hacia atrás y al final haces el pienso para el ganado, pero son negocios muy diferentes para un mismo ERP; o pasando de un modelo de revender energía al retail a crear parques solares como gran suministrador; o un fondo de capital entra y te lleva a abrir mercados en cualquier parte del mundo y allí estamos presentes…".

Este movimiento ya empezó con Rise with SAP S/4HANA Cloud, pensando en la gran cuenta, y ahora ha sido adaptada a empresas más pequeñas con Grow with SAP, teniendo en ambas la vista puesta en la nube y la suscripción como modelo de negocio con la flexibilidad de un consumo escalable en pago por uso. "Rise with SAP tiene distintas formas de ser consumida, en nube pública o en privada y los entornos complejos de multinacionales son multi negocio y multi ERP, no porque un solo ERP como S/4HANA no fuese capaz de sostenerlo, sino por preferencias históricas. Rise tiene más complejidad, es alcance y profundidad, incorpora elementos para compañías que facturan 60.000 millones, no es equivalente a la tesorería de una de 100 millones, y Grow es solo en nube pública. Ese nicho también es importante para SAP y la nueva oferta está pensada para ese

«La pyme española tiene que defenderse operando como una grande, y la tecnología es una palanca de ventaja competitiva: aporta capacidad de adaptación a estas disrupciones incluida la falta de talento» (David González Seco, SAP)

80% del midmarket que quiere dejar de ser aspirante", explica González Seco.

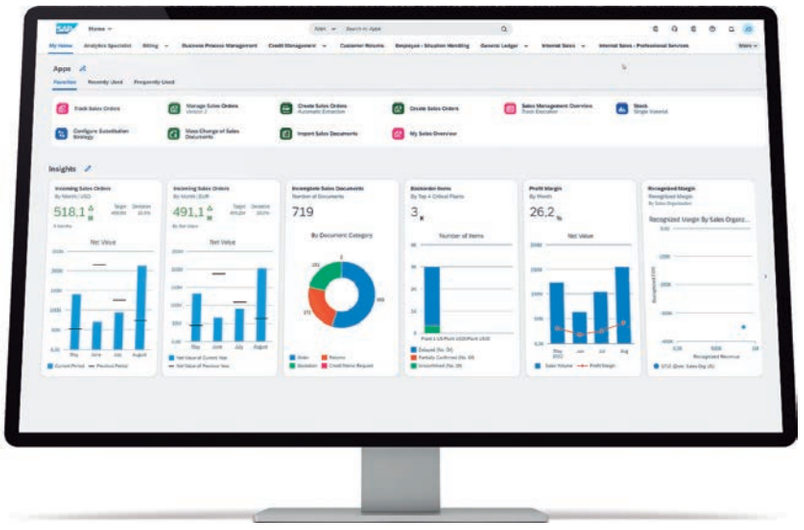
Y como añade el directivo español: "A este respecto se apoya en elementos críticos, no solo tecnológicos, sino en la forma de ser consumida, en la manera de evolucionar, nuevas metodologías dentro de la empresa, el cambio cultural… Algo que vemos en nuestro día a día es que las medianas empresas implantan tecnologías creadas para resolver problemas aislados, carecen de sistemas integrados o soportan una pesada carga de trabajo administrativo. Por eso es tan importante Grow with SAP, porque permite terminar con todo eso y estandarizar procesos. Es una oferta pensando en la pyme para que consuma tecnología de vanguardia y se mantenga en la vanguardia".

Soluciones a la carta

Se trata de una nueva oferta, lanzada en primicia hace apenas dos meses en clientes beta y que ya está disponible en Europa de manera comercial. Basadas en el ERP S/4HANA suministrado desde la nube pública y en modo SaaS de pago por uso, Grow with SAP está especialmente indicada pensando en esas empresas con problemas crecientes para solventar la falta de talento especialista.

La oferta también incluye SAP Business Technology Platform (BTP), para que los clientes puedan definir sus propios procesos en la nube de forma nativa, utilizando las soluciones de SAP Build, que además les permite crear apps empresariales, automatizar procesos y diseñar sus propias páginas web sin necesidad de escribir código, un elemento importante para los usuarios de negocio que, de esta forma, pueden crear las soluciones que necesitan.

"BTP es una plataforma con semántica de negocio con un objetivo dual: por un lado un ERP en nube pública con el que relacionarse con el ecosistema de clientes, proveedores o reguladores, al que se añaden el acceso a tecnologías avanzadas de impacto: un motor IA para construir modelos de automatización, relaciones sectoriales, toma de decisiones… -por ejemplo, un servicio de atención 24x7 que antes hubiera requerido una consultoría externa o personal especialista-, o un motor NoCode/LowCode, para desarrollar aplicaciones específicas sin conocimientos técnicos de devops. Y a diferencia de un PaaS/IaaS



José Luis Bornás (SAP): «Buscamos siempre la flexibilidad para que no sea un paquete todo incluido que luego no usas ni la mitad de las cosas»

El ecosistema de partners de SAP juega un papel esencial en la nueva oferta Grow with SAP. Según ha señalado José María Bornás, Channel Head de SAP España, "contamos con un amplio ecosistema que aportará su profundo conocimiento y experiencia en proyectos de despliegue de ERP Cloud, lo que le ayudará a sacar el máximo partido de la solución, al tiempo que ofrecerá a los clientes la tranquilidad de que el despliegue se realiza sin problemas y con la mayor calidad posible". Para saber un poco más del nuevo producto y la estrategia de partners de SAP en España, el director de Canal nos trasladó sus comentarios.

¿Qué papel juega el canal de partners?

El ecosistema de SAP ha sido clave en estos 50 años y lo seguirá siendo. Actualmente en España el 90% de los proyectos lo hacen nuestros partners, no SAP directamente, es una cifra de la que España puede presumir de ello porque es la más alta dentro de SAP, fruto de un trabajo de años en desarrollar al canal. Pero llegar al 100% es el objetivo y nuestra vocación. Tenemos un plan de crecimiento agresivo en el sector midmarket -el midmarket es más importante todavía- para incorporar nuevos partners y asegurar un mayor número de proyectos. Hay 83 partners en España para el mercado de medianas empresas, incluidas cuentas estratégicas. El año pasado se sumaron diez nuevos socios, y en 2023 esperamos crecer un 10% y llegar al centenar. En total, se cerraron 222 nuevos clientes en España en el último año, tenemos un 50% de crecimiento, esto es, cada dos años duplicamos el tamaño en el segmento midmarket.

¿Por qué SAP ha redoblado la apuesta en este segmento?

Venimos de una época donde predominaba el on-premise basadas en implementaciones y distribución y venta, pero esto ya ha cambiado, desde hace cuatro años estamos más centrados en partners con programas específicos en la nube. Lleva una nueva necesidad de diseño, primero vemos si hay un partner o un ISV que tenga desarrollada una integración similar o su propia propiedad intelectual que a menudo incorporan esa última milla de una subindustria muy específica para ofrecérsela, y si no es posible, seguimos con la venta pero ya abierta a cualquier segmento a través del marketplace. Luego está la implementación, y un servicio durante toda la vida del cliente para que cualquier novedad sea actualizada.

¿Qué acogida esperáis?

Hay un cambio de paradigma: los clientes no quieren proyectos largos, sino una implementación rápida y ágil. No hay dos compañías iguales, y a pesar de las mejoras prácticas, el 80% del software es estándar. Es en el otro 20% donde reside la ventaja competitiva donde el partner juega un papel trascendental para adaptarse a los procesos que marcan la diferencia. Otra exigencia es conocer el precio establecido por adelantado. Gracias a un enfoque de soluciones de software paquetizado en parámetros acotados con soluciones muy maduradas es posible adelantar un precio para saber desde el inicio lo que va a costar, y a partir de ahí poder ir creciendo según los servicios adicionales.



José Luis Bornás, director de Canal de SAP España.

¿Hay algún perfil específico de cliente que sea más atractivo?

Muchas scaleups son perfectas aliadas porque son más predispuestas a empezar de cero en la nube, e introducen la digitalización desde una primera instancia. Conocen la tecnología y el papel que juega y que es necesaria la automatización de procesos. No tendrán grandes facturaciones, pero nos entendemos perfectamente, y cuando toca renovamos su software del inicio si se queda corto para permitir el crecimiento, ir añadiendo piezas o salir a otros mercados.

En cuanto a pymes, no son clientes que vengan de un ERP tradicional, sino nuestros, de un SAP que han desarrollado desordenadamente con mucha personalización y desarrollos adhoc. Si queremos entrar en el mundo híbrido es lo peor los desarrollo a medida o software tradicionales. Pero con la nube pública se pueden estandarizar procesos y aplicaciones para hacer las cosas de forma más racional y predefinida, siendo más simples son más adaptables a los cambios disruptivos, regulaciones, etc. No se trata de perder su esencia, pues la esencia está en ese 20% de idiosincrasia y saber hacer. Esperamos que muchos de nuestros clientes adopten Grow with SAP y se modernicen.

¿Con qué plazos de implementación se trabaja?

También depende, una scaleups se integra enseguida porque solo quiere el core y el resto es externalización. El tiempo medio de un piloto está entre cuatro y seis semanas. En pymes más grandes, según la complejidad de la industria o alcance más profundo, se van a dos o cuatro meses. Pero carecen de tiempo y necesitan un partner. Es importante buscar la unidad mínima operacional del proyecto para darle valor, y ya que te metes en reformas, no vas a empantanar la cocina solo para cambiar el fregadero y dejar los electrodomésticos para otro día.

¿Cómo cobráis?

Facturamos al cliente en base a los elementos incluidos de consumo del software y una serie de variables: número de personas que lo utilizan y acceden al SAP, máquinas que acceden a esa tecnología por nodos o CPU, motores opcionales no incluidos en la base… Y de forma anualizada se hace una regularización de los consumos, por si se te ha quemado un almacén y has tenido que reforzar otra ubicación no se te va a cobrar dos veces. En lo fundamental, buscando siempre la flexibilidad para que no sea un paquete todo incluido que luego no usas ni la mitad.

¿Y la formación está incluida?

Llevar la solución a la nube pública permite acortar tiempos desde que se toma la decisión de qué tecnología adoptar, lo que es un valor por sí mismo. Además se eliminan riesgos presentes, gracias al mapa de procesos ya establecido, y futuros, al no depender de un conocimiento específico o de poca disponibilidad. Obviamente, hay una formación técnica, pero la intención es minimizar la dependencia de perfiles muy técnicos o producidos a medida. Si medimos el ahorro como la diferencia entre el precio inicial y el precio final, como es un precio de servicio está sensibilizado a la capacidad de inversión de la compañía. Si no, no tendría 80% de clientes en cloud en empresas de diez a quince empleados.

«Muchas pymes no son clientes que vengan de un ERP tradicional, sino nuestros, de un SAP que han crecido desordenadamente con mucha personalización y desarrollos adhoc. Si queremos entrar en el mundo híbrido hay que estandarizar procesos, esperamos que muchos de nuestros clientes adopten Grow with SAP y se modernicen» (José Luis Bornás, director de Canal)

¿Hay alguna topografía destacable en cuanto a sectores de actividad?

En cuanto a los sectores más demandados en España, están los Servicios el primero, España es un país de servicios, pero es un cajón de sastre. Suelen ser los más rápidos de implementar al no estar pegados a un activo físico o fábrica. Segundo está Consumo, o lo que es lo mismo, cualquier cosa que puedas encontrar en los lineales de un supermercado. Luego Retail, Minería, Construcción… Las cadenas hoteleras de tamaño mediano son un caso específico: NH, Palladium, Meliá, Ilunion son clientes nuestros… están casi todos. Es un sector muy atomizado quitando los diez primeros, y eso es muy bueno para que crezcan con Grow. Y si lo miramos por geografías, también es un testigo de la realidad: en Madrid mayoritariamente prestadores de servicios, en Cataluña sobre todo farma y química y sus cadenas de suministro, en País Vasco la industria pesada y en Levante abunda más la producción alimentaria.

incluimos todo el stack del software y una serie de servicios que la administran para los que quieran escribir código".

Además de estas funcionalidades optativas, Grow aporta otra serie de elementos que complementan la solución, como son mejores prácticas de lo suyo, que permiten "definir procesos e incorporarlos en base al expertise y casos de uso con procesos embebidos de su campo de actividad, porque no es lo mismo un negocio de panadería que una cárnica, necesita una semántica sectorial específica", sigue enumerando González Seco. "También conlleva una metodología de despliegue: cómo poner en marcha un proyecto de largo plazo que dure 15-30 años y tenerlo actualizado sin grandes esfuerzos en cuanto a la tecnología, la inversión o el talento. Empujar innovación de manera permanente requiere una digestión mínima y no queremos crear tensión, sino ciclos entendibles, que se comprenda el impacto antes de activar. Actualizaciones en Grow with SAP son dos veces al año y tienen su calendario con preavisos después de comentarse en la comunidad, igual no te afecta o igual sí".

«Las medianas empresas son el motor del crecimiento futuro de la economía y el de SAP. En los últimos años ha sido el ámbito en el que más nuevo negocio se ha generado en España y prevemos que siga siendo así en los próximos años» (David González Seco, SAP)

La oferta incluye SAP Learning, el sitio donde se encuentran los cursos de formación de SAP, con recursos específicos para cada función, que ayudan a los usuarios a desarrollar competencias en la nube con formatos y contenidos digitales para un aprendizaje flexible: "¿Cuántas veces hemos escuchado 'Es que yo no conozco SAP…'?, pues con esta oferta formativa apoyada en SAP Learning se aprende a usar la aplicación desde cada uno de los roles críticos de la empresa: contabilidad, producción, mantenimiento, gestión de proyectos…", continúa el director de Midmarket.

Finalmente, Grow with SAP también ofrece acceso a la Comunidad SAP, formada por usuarios del entorno SAP, desde desarrolladores y consultores a clientes y colaboradores, para ampliar conocimientos sobre cuestiones tecnológicas e interactuar con otros miembros para colaborar, compartir ideas y aprender sobre la nube: "Otra cosa que incluye de valor: acceso a la comunidad de usuarios de SAP: desarrolladores, consultores, clientes, mentores, estudiantes y freelances… Se trata de una comunidad muy viva que intercambian constantemente ideas y mejoras".

¡ Agilizamos la espera!

Es la solución sencilla y perfecta para que los clientes sepan cuando está listo su pedido y puedan recogerlo sin necesidad de estar constantemente pendientes. Evita esperas de pie y largas colas.

Para ello, en **REELSA** tenemos dos soluciones :

- Los **avisadores de camareros**: El camarero acude a la mesa del cliente.

- Los **gestores de clientes**: El cliente se levanta a recoger su pedido.

Contamos con todos los componentes necesarios para dar la mejor atención y con la mayor rapidez a cada comensal.





Escanea este código en tu móvil y podrás verlos directamente desde nuestra Web.

C/ Destornillador, 30 P-29 Collado Villalba 28400 (Madrid)

918519711 www.reelsa.es pedidos@reelsa.es 637 75 56 13

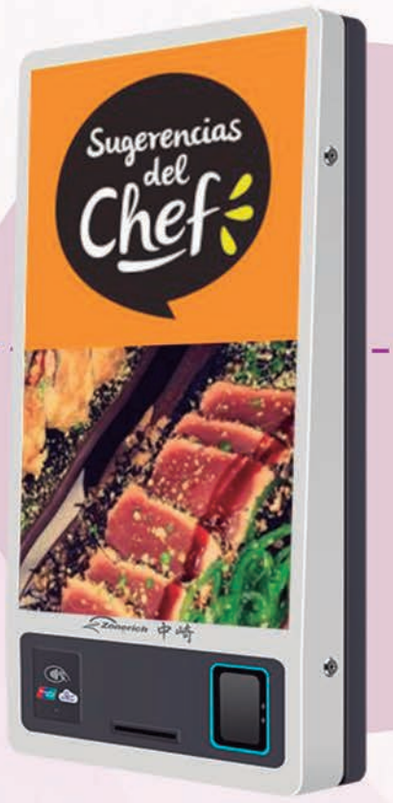
¡ Android, lo más sencillo e intuitivo !

En **REELSA** tenemos una gama de Tótem Android, ideal para atraer clientes con información o publicidad del local de una forma más llamativa. Además también los puedes usar como kioskos de autocobro.

Y si lo que necesita es un TVP sencillo de manejar con un software intuitivo y que ocupe poco, tenemos la solución, el tpv panorámico de Zonerich T9650 con pantalla táctil de 14" .

Los tótem están disponibles en tres tamaños : 21", 27" y 32".

Puedes consultar las características y lsu ficha técnica.





Escanea este código en tu móvil y podrás verlos directamente desde nuestra Web.

C/ Destornillador, 30 P-29 Collado Villalba 28400 (Madrid)

918519711 www.reelsa.es pedidos@reelsa.es 637 75 56 13

REELSA

¡ Cumpliendo con la nueva normativa !

Desde REELSA queremos recordaros que **a partir del 1 de Julio de 2024 tu software de gestión debe estar certificado según la normativa**. A partir de este día, estarías incurriendo en una infracción y podrías ser multado. Por eso, ahora trabajamos con los últimos modelos que se adaptan perfectamente a la nueva Ley Antifraude.

El nuevo tpv cuenta con las mejores prestaciones de una registrada y lo mejor del TPV.

Este equipo compacto, con impresora integrada, W10 y con pantalla táctil es ideal para espacios reducidos.





Escanea este código en tu móvil y podrás verlos directamente desde nuestra Web.

C/ Destornillador, 30 P-29 Collado Villalba 28400 (Madrid)

918519711 www.reelsa.es pedidos@reelsa.es 637 75 56 13

REELSA

¡ Todo para Windows !

Nuestro objetivo: poder ofrecer al distribuidor siempre lo más nuevo y con diferentes prestaciones que nos aportan gran variedad de TPV's.

Finalidad: que tengan más opciones a la hora de elegir el mejor equipo según necesite el negocio o comercio de sus clientes.

Nuevo TPV FLEXIPOS J4125, con pantalla táctil de 15" con pie articulado que te permite ponerlo en la posición más adecuada según el establecimiento.

Contamos con varios modelos de TPV's táctiles válidos tanto para Windows como de Android .

Además ahora, tenemos modelos nuevos.





Escanea este código en tu móvil y podrás verlos directamente desde nuestra Web.

C/ Destornillador, 30 P-29 Collado Villalba 28400 (Madrid)

918519711 www.reelsa.es pedidos@reelsa.es 637 75 56 13

Una ayuda infatigable para el sector hostelero

Social Robot es la marca del mayorista Inforpor para su división tecnológica basado en robots y automatización de tareas. Su catálogo está compuesto principalmente por las propuestas de la empresa china Pudu Robotics, que a día de hoy son las más avanzados del mundo que se puedan fabricar en serie.



EL MAYORISTA Inforpor, con sede principal logística en Albacete y a punto de cumplir los 30 años en el negocio de la distribución de productos de tecnología, cuenta con un canal de distribución afianzado en todo el territorio y especializado en numerosos sectores de actividad. Su modelo 100% venta a través del distribuidor ha hecho que cuenten con una estructura de apoyo que incluye un Product Manager para cada área que representan, ofreciendo así un valor añadido y un apoyo que permita llevar a éxito cualquier implantación.

Para ello ya cuentan con una extensa red profesional de "distribución robótica" especializada en los robots colaborativos de Pudu Robotics. "En Inforpor trabajamos siempre al lado de nuestros distribuidores. Nunca vendemos a cliente final. Nunca seremos su competencia. Somos 100% canal", señalan desde la compañía. "Nuestro principal valor es nuestro equipo humano. Humanizamos la tecnología y acompañamos siempre a nuestros distribuidores para que puedan ofrecer la opción más vanguardista del mercado y con el respaldo directo siempre de los fabricantes que representamos".

En concreto, Inforpor pone a disposición de sus partners una serie de facilidades para la adopción de su familia de robots en múltiples ámbitos de negocios, desde restauración y hostelería en general, a educación, sanidad o retail. Para empezar, los partners cuentan de entrada con una cuenta cliente que da opción a una línea de crédito y a poder llegar a acuerdos exclusivos para la distribución en renting, lo que facilita la venta. Los clientes podrán firmar operaciones a partir de compras de 500 euros más IVA. Inforpor se compromete a una respuesta (y aprobación en su caso) en 20 minutos, y sin gastos de tramitación ni apertura. Se requiere aportar solo la mínima documentación y el contrato de arrendamiento se realiza incluso sin intervención notarial.

"Somos especialistas en renting para la pequeña y mediana empresa para cualquier tipo de equipamiento tecnológico, informático o de cualquier otra índole a través de nuestros partners Grenke Alquiler, Iberent Tecnology, BBVA Renting y otros", señalan desde Inforpor, que aporta además razones de peso para su contratación: "En lugar de comprar equipamiento que se obsoleta muy rápidamente y con ello apalancar su capital, a través de nuestro renting tecnológico podría alquilarlo en función de las necesidades que le surjan en cada momento, pagando exclusivamente por su uso".

Efectivamente, el principal argumento de venta es este. Frente a la compra tradicional de ofimática e informática, que asume unos plazos de amortización de cinco años, la realidad es que el avance de la tecnología va cada vez más acelerado y muchas veces se vuelve en contra la ventaja competitiva que proporcionó en su día al obligarte a seguir usando equipos y sistemas que han sido ampliamente superados por las últimas innovaciones. Comprando capex te verás forzado a usar el equipo hasta el final de su depreciación, mientras que con el arrendamiento opex no estarás atado a largos periodos.

"En contraste, el arrendamiento permite acortar el ciclo de vida y mantener la tecnología de su empresa a la vanguardia, al renovarla más frecuentemente, y con ello ser más competitivo en un mercado en permanente cambio. Esto supone una gran flexibilidad, no sólo en términos tecnológicos, sino también en sus finanzas", apuntan desde la compañía albaceteña. "Además, el arrendamiento te evita tener inmovilizado un capital que puede ser vital, especialmente en aquellas empresas en las que un alto grado de liquidez es importante. El arrendamiento supone mejorar la tesorería, y una buena tesorería te capacita para negociar mejores descuentos con tus proveedores habituales, al poder ofrecerles pago inmediato".

Además de poner estas facilidades de compra a disposición de sus socios, éstos dispondrán de la asignación de un comercial y un product manager a su disposición para consultas técnicas de preventas y postventas, y poder cerrar proyectos más ambiciosos, ya que Inforpor posee un catálogo de más de 15.000 productos de los mejores fabricantes TI al que da acceso a precio de distribución (PVD). Por supuesto llevan aparejados las garantías establecidas por normativa, así como facilidades para la instalación y renovación, y un completo servicio técnico que cubre toda la península incluidas Portugal y Andorra, así como las islas Baleares y Canarias. También se puede contar con el apoyo de la central para acciones de marketing, organización de eventos y asistencia a ferias.

Una nueva dimensión del servicio

Estas opciones de compra son fundamentales para cuando se trata de grandes desembolsos en pequeños negocios que quieran actualizarse y adquirir equipamiento de última generación. Los robots colaborativos ya están aquí y cada vez se encuentran en más establecimien-

tos. No han venido a sustituir trabajadores (por ahora), sino a ayudarles y complementarles en su trabajo. El más explicativo es el de camarero: ¿por qué obligar a tu personal a hacer kilómetros de la cocina a la mesa y de la mesa a la cocina acarreando peso en equilibrio, si lo puede hacer una máquina? Sería de muy mal profesional tener a los bartenders fregando vasos en vez de estar recomendando el cóctel de la casa. Y ya no digo nada en hora punta del aperitivo o en una terraza concurrida con el mismo personal que a la hora de la siesta.

El catálogo de robots de servicio de Inforpor no para de crecer, desde que en 2019 se introdujera el primer modelo, ajustándose cada vez más a necesidades concretas como reparto, recogida, limpieza e incluso maestro de ceremonias. La familia de vehículos repartidores autónomos de segunda generación ha ido creciendo con BellaBot (versión mejorada de reparto de alimentos), HoloBot (robot de reparto en edificios), HolaBot (robot de devolución de platos) y GazeBot (robot de delivery en múltiples escenarios), SwiftBot (robot de entrega versátil que reduce la congestión en sala un 50% y aumenta la velocidad de funcionamiento en un 30%), Pudu SH1 (fregadora de pisos comercial digital profesional de tamaño pequeño), Pudu A1 (primer robot modular) y Pudu D1 (primer robot de reparto cuadrúpedo), no todos comercializados en Europa y que abren nuevas posibilidades de aplicaciones robóticas en entornos comerciales y de hostelería.

Las últimas incorporaciones al universo Pudu que llegan a España de la mano de Social Robot se tratan además del BellaBot (el más emblemático actualmente con su mirada gatuna, capaz de trabajar sin descanso turnos de doce horas seguidos acarreando bandejas hasta 400 servicios diarios) y el HolaBot (un autónomo de carga pura pensado para el mundo industrial y que puede cargar hasta 60 kilos y 120 litros de volumen por viaje) ya mencionados, el novedoso PuduBot 2 (un robot de cariz más clásico que está a caballo entre el BellaBot y el HolaBot), el KettyBot (un símil del Bellabot que incluye display de hasta 18,5" para publicidad y marketing digital) y el Pudu CC1 (que es especialista en limpieza de grandes espacios, como parkings o grandes superficies, y barre, aspira y recorre los espacios con total libertad). Robots autónomos pensados para retail, hospitality, horeca y todo tipo de servicio de atención al público y otras tareas diarias en cualquier tipo de empresa.



La empresa fabricante china Pudu Robotics, con base en Shenzhen y fundada por Félix Zhang en 2016, ha recibido diversas inyecciones millonarias de financiación de la serie B a cargo de Meituan como inversor exclusivo para seguir desarrollando robots de reparto en interiores inteligentes de primer nivel, ampliar las ventas en el exterior y explorar nuevos escenarios de uso. Su primer robot de producción en masa en 2017, PuduBot, ganó el Red Dot Award alemán en la categoría "Best of the Best", y desde entonces se ha utilizado ampliamente en un gran número de escenarios, como restaurantes, hoteles, grandes superficies, tiendas, gimnasios, saunas, edificios de oficinas, hospitales, catering, cibercafés y karaokes, con clientes en más de 200 ciudades de más de 60 países distintos. Durante lo más duro de la pandemia de la covid-19, se hizo viral los robots que servían la comida a los confinados en sus habitaciones.

Pudu Robotics es dueño de las principales tecnologías de conducción automática a baja velocidad, sensorización, detección de obstáculos y control de movimiento. Dispone de varios cientos de patentes primordiales, con un 60% de patentes clave implicadas en su construcción y funcionamiento, y se mueve bajo el claim de "We help people eat better, live better". En 2021 firmó un acuerdo de transferencia tecnológica con Panasonic y desde entonces ha recibido el "Good Design" de la japonesa G-Mark en 2020 y 2021, así como una presencia continua en ferias como el CES de Las Vegas.

Inasequibles al desaliento

Los robots de delivery también se han convertido ya en un elemento habitual en diversas ferias del ramo en España, como la última HIP 2023 en Ifema, que tuvo un espacio específico como la nueva edición de Foodservice Robotic Pioneers, organizado conjuntamente con Food by Robots. La llegada de la tecnología robótica está revolucionando muchos sectores de actividad, ayudando a mejorar la eficiencia y facilitando las labores de los empleados. En el escenario concreto de un servicio de restauración, sin tener que ser necesariamente un fast-food, el 73% de los pedidos son susceptibles de automatización. Además, aunque inicialmente puedan marcar una diferenciación con la competencia, de lo que se trata es de perfeccionar los procesos y reducir costes, al mismo tiempo que se mejora la experiencia del cliente y las condiciones de trabajo de sus empleados.

Puede ser chocante que un bicho con cara de gato se te acerque a tu mesa haciendo gorgoritos y caídas de ojos cuando le acaricias las orejas, pero ya si te canta el cumpleaños feliz te gana el corazón, y querrás repetir en cada ocasión. Además, es capaz de posar cuando se sacan los móviles para salir guapo en las redes sociales. Tampoco oculta que posee una gran tecnología debajo de su carcasa gatuna. Los robots autónomos de Inforpor pueden moverse por todo el restaurante, sorteando sillas y mesas, personal incluido y hasta clientes despistados.

Dispone de sensores 3D que cubren 360 grados, así que puede ver incluso lo que ocurre a su espalda. Es capaz de detectar obstáculos a partir de dos centímetros de distancia, y realiza 5.400 comprobaciones por minuto. En su memoria tiene registrado el mapa del local donde funciona, para no equivocarse de mesa, haciendo siempre la ruta más corta. Además de su pantalla táctil, puede funcionar

The Magnificent A-Team

- **BellaBot**

Robot de reparto premium diseñado por Pudu, hereda las características de la generación anterior y cuenta con capacidades superiores de interacción entre humanos y robots. Gracias a su lenguaje de diseño biónico, funciones de voz mediante IA, interacción multimodal y otras nuevas ofrecen una experiencia sin precedentes. A pesar de una carcasa de ABS y aleación de aluminio, pesa 55 kg. Puede desplazarse a una velocidad ajustable entre 0,5 y 1,2 m/s y cargar hasta 40 kg distribuidos en cuatro bandejas.

BellaBot ayudará al camarero a llevar los platos a la mesa para que no tenga que dar mil viajes y cargar kilos o llevar de una sola vez todos los platos sucios a la cocina. Permite un reparto fluido y sin choques ni salpicaduras, incluso con pequeños desniveles, con respuesta instantánea (medio segundo) para evitar obstáculos imprevistos. Cada robot ha superado una prueba de resistencia equivalente a 73.000 km. Está preparado para funcionar durante todo el día con cada recarga (4,5 horas de carga).

Pero también puede entretener a los clientes, ya que es capaz de comprender, charlar y actuar de forma encantadora e incluso a veces impacientarse. Una vez cargado el mapa de trabajo y programado, su funcionamiento es simple y sencillo a través del menú de su pantalla táctil. Dispone de un inicio rápido (menos de dos minutos), tras el cual va raudo y sin contemplaciones de mesa en mesa, y ni choca ni estorba.

- **HolaBot**

Fue el primer robot de reparto y recogida autónomo (touchless) de Pudu para colaborar en tareas que no aportan valor añadido, son repetitivas y forzosas. HolaBot fue diseñado para distintos entornos en los ámbitos de hostelería, alimentación, oficinas, centros médicos, residencias, almacenes y la industria, entre otros. A pesar de ser un poco más pequeño que BellaBot, tiene una capacidad de carga mayor de hasta 60 kg, ya que además de las cuatro bandejas incluye un compartimento resistente al agua IPX5 prácticamente estanco que protege la circuitería y baterías. Es compatible con la función de buscapersonas, de localización, reconocimiento de gestos y un módulo de control de voz, además de tecnología Air Motion con sistema de profundidad.

- **KettyBot**

Se trata de otro robot de Pudu para entrega y recepción que introduce la innovación de una pantalla de anuncios en su carcasa frontal. Un todoterreno muy versátil que además de las funciones de reparto de platos, puede servir de guía al cliente e interaccionar por voz mediante IA para ofrecer una experiencia de última generación diferente. Así, además de en hostelería y que restaurantes concurridos lo sean aún más al atraer más clientes, KellyBot puede ser empleado para saludar, charlar, acompañar y acomodar a personas en clínicas, centros comerciales, tiendas, hoteles, etc.

Con su gran pantalla de 18,5" podremos mostrar imágenes o vídeos junto con un audio de gran calidad para ofrecer mensajes enfocados a un marketing más atractivo, pues el ángulo de visión está adaptado al cliente, a la vez que no desentona con la estética exterior del robot, que gusta a toda la familia. Posee una autonomía de hasta 8 h con recarga automática: cuando tiene poca batería emite una alerta de voz y vuelve a su estación de carga.

- **FlashBot**

Pensado específicamente para el room service dentro de un hotel: es capaz de salir desde cocina, comunicarse con el ascensor, subir a la planta indicada y llevar hasta la habitación del cliente su "pedido"; una vez esté en la puerta le avisará por teléfono y le dirá el PIN para que pueda abrir su compartimento cerrado. Y es que en muchos hoteles por debajo de las 5 estrellas han eliminado la opción del servicio de habitaciones por no ser rentable mantenerlo fuera de horas. FlashBot puede ser una solución ideal y además marcar la diferencia con la competencia y ofrece un servicio muy agradecido para clientes ejecutivos que viajan y llegan tarde a su descanso. El cofre con pin también



puede ser útil en grandes edificios de oficinas al transportar cosas (hasta 30 kg) de un lugar a otro con total confidencialidad. Como opción, cuando detecta que se va a quedar sin batería podrá ir él sólo hasta su base de carga.

- **Pudu CC1**

Fue el primer robot comercial inteligente de limpieza de Pudu realmente versátil con un cuatro en uno, pues limpia, barre, friega y aspira. Ideal para una gran variedad de escenarios ya que es apto tanto para suelos duros como moquetas: oficinas, edificios, centros de formación, retail, locales de hostelería, hoteles, aeropuertos, estaciones, hospitales, etc.

Posee una potencia de succión de 17 kpa y un sistema que se adapta a las esquinas y con cepillos laterales para la limpieza de bordes. También cuenta con un depósito de agua limpia de 15 litros y otro para agua sucia de 17 l. Además cuenta con un mango de dirección extensible para un acabado manual si se desea.

Cuando la batería esté baja tras 8 h de uso, el CC1 volverá de forma automática a su zona de carga, pero si la tarea de limpieza no ha sido completada, esta se reanudará en el punto de interrupción tras las 3 h de carga. El robot proporciona notificaciones e informes en tiempo real sobre el rendimiento de la limpieza.

- **PuduBot 2**

Es la última incorporación al 'Equipo A'. Este robot de reparto suma todas las actualizaciones de sus compañeros, como por ejemplo el modo de entrega de "Cumpleaños Feliz" del BellaBot, en un chasis de 37 Kg pensado para adaptarse a negocios menos concurridos, pues posee tres bandejas con capacidad de carga de 10 kg cada una. Pero sigue siendo un ayudante perfecto en restaurantes y negocios de hostelería para un reparto eficiente a mesa o a rangos de mesas, ayudando a que los camareros puedan estar más tiempo en sala atendiendo a los clientes, maridando un buen vino o recomendando los mejores platos del chef.

Prácticamente sin mantenimiento, cuando detecte que se va a quedar sin batería, el PuduBot 2 podrá ir solo hasta su base de carga (opcional) para completar su ciclo en tres horas de recarga. Como sus compañeros, es fácil de usar, fiable y sabe perfectamente esquivar, rodear o frenar para hacer una entrega sin sorpresas, sin choques, sin salpicaduras.

Ponga un robot en su vida

- *Restauración*. Los robots colaborativos de Inforpor se encargan de las tareas pesadas y repetitivas, dejando más tiempo a los camareros para tomar nota y atender a los clientes, haciéndoles recomendaciones. Así, se les libera de la tarea de acarrear bandejas de la cocina a la sala y de la sala a la barra, y sobre todo ayudando al personal a no cargar tanto peso y a no caminar tantos kilómetros al cabo del día. Son ideales para entrega de consumiciones y para recogida y desbarase de las mesas. Cada robot tiene mapeada sus rutas posibles, por lo que puede entregar directamente desde la cocina a mesa y encargarse de la sala completa o de un rango de mesas por zonas habilitadas. Además, son grandes aliados del marketing, crean una gran expectación entre niños y adultos y hasta saben cantar el cumpleaños feliz.
- *Hoteles*. En este escenario caben diferentes robots especializados que pueden convivir dedicado cada uno a una tarea específica. Están los que atienden la recepción que pueden agilizar los trámites del check-in, mostrar información relevante de los servicios del hotel, llevar las maletas y hasta servir de intérprete. Están los de reparto que pueden atender zonas comunes como el hall, el bar o la terraza, así como ayuda en la recogida de platos en los bufés, e incluso ocuparse del servicio de habitaciones conectado con ascensor y centralita de teléfono. Y están los robots de limpieza para repasar todo tipo de superficies duras y moquetas, capaces de aspirar, barrer, desinfectar y fregar de forma autónoma y continua. Quizás no sean tan rápidos como un humano, pero son incansables y mantienen un estándar más preciso y sobre todo, a aumentar el efecto "wow" de los clientes y el índice de recomendación y atracción.
- *New Retail*. En la era en la que tenemos tanta información y desde tantos sitios diferentes necesitamos sorprender al cliente. Un robot de atención al cliente en un local nos ayuda a dar información precisa de los productos en venta, ofertas y descuentos, a no perder leads y a entretener al cliente mientras nuestros asesores están ocupados. Además, causan un gran efecto de marketing sobre ruedas que se extiende luego por las redes sociales. Se pueden adaptar para concesionarios de vehículos para la recepción y acompañamiento de los clientes, para centros comerciales ayudando a los clientes a encontrar lo que buscan, para supermercados como promotores de marca ofreciendo sus productos, para museos como guías de grupos… También tienen cabida los robots de limpieza.
- *Industrial / Logística*. Se puede aprovechar las ventajas de los robots de Inforpor capaces de cargar hasta 60 kg a la vez y caminar a la velocidad de una persona de unos 4 km/h, dejando más tiempo a los empleados para hacer tareas de más alto nivel. En talleres de vehículos para llevar recambios hasta los box de reparación, en una fábrica para abastecer de recambios y consumibles a las líneas de producción, en un laboratorio para llevar muestras o residuos biológicos de un lugar a otro, en un almacén para repartir los albaranes y órdenes de entrega… También tienen cabida los robots de limpieza.

por comando de voz. El menú permite ajustar diversos parámetros, como la velocidad de entrega, la de crucero, la de retorno o la de acompañamiento. También dispone de diversos modos de animación, de la luz ambiental o la función interactiva.

Con un diseño compacto y un bajo centro de gravedad que le confiere mayor estabilidad, puede frenar en seco sin derramar lo que transporta. Sus estantes tienen sensores de peso para detectar la presencia de platos y vasos, y algunos robots pueden cargar el modo "barra libre", en el que se mueve por toda la sala con bandejas de canapés y bebidas, y cuando una persona le hace un gesto se para, para que puedan coger lo que quieran, y volver a cocina a recargar cuando detecta que no lleva nada.

"La robotización de cierta serie de servicios parece ser un gran avance en la actualidad. Los robots de Pudu Robotics significan no solo mayores ganancias para los empresarios, sino también una nueva dimensión de servicio basadas en experiencias únicas. Los robots Pudu son una solución por la que vale la pena apostar, ya que gracias a las tecnologías avanzadas, son un apoyo invaluable para empresarios y empleados. Esta es una forma de lidiar con el aumento del tráfico durante las horas pico, la escasez de personal o para elevar la calidad del servicio al cliente al más alto nivel. Estamos orgullosos de poder ofrecer a nuestros clientes soluciones tan modernas", señalan desde Social Robot.

Casos de uso

Social Robot cuenta ya con una treintena de partners que atienden diversos puntos de la península y ya cuenta con una representativa base instalada gracias a integradores como La Tarongeta Informática en Reus (Tarragona) que lleva ya más de una veintena de implantaciones. Se pueden contemplar en locales tan variopintos como La Poma, en las Ramblas barcelonesas, el Rock & Grill en primera línea de playa en Salou o en The Cube Day de ambiente venezolano en Tarragona ciudad.

Como señalaba su fundador en 2012 Jordi Ríos, que tan buen papel ha desempeñado que ahora es el responsable de la nueva división de Social Robot en Inforpor, comprar un robot camarero no está al alcance de todos los bolsillos, pues al contado sale por más de 10.000 euros más IVA. Por ello, muchos de sus clientes se acogen a la fórmula del renting, que les permite tener un BellaBot por 199 euros al mes, y en un plazo de cinco años o lo renueva y lo cambia por otro modelo más moderno, o puede adquirirlo por la diferencia no pagada.

Tras la presentación del robot BellaBot en la feria Cervisia de 2021 en Lérida por parte de Sinergia Upgrade, otro partner de Social Robot que comercializa en la zona estos robots de la marca Pudu los pedidos comenzaron a llegar. Uno de los primeros clientes que solicitó una prueba fue la Brasa d'Or. Para Raúl Águila, gerente de Sinergia Upgrade, los robots autónomos como el BellaBot pueden ayudar a los camareros, que hacen muchos kilómetros cada día repartiendo platos: "El robot hace una ruta constante de la cocina a las mesas y al revés. Este es el sentido del BellaBot, no es un sustituto, sino un complemento. Si el camarero puede dejar de hacer un trabajo físico y cansado para hacer una más pausada y creativa, de recomendación de platos, de prescriptor, seguro que el restaurante gana. Pero no nos equivoquemos, el robot tiene muchos más usos en el mundo industrial, en grandes superficies, en parkings…".



El papel del integrador es fundamental, no se trata de un producto que se pueda comprar por Amazon y ya está. Primero hay que hacer un mapeo del local por donde trabajará el robot y prepararlo a él y al personal para sacar el mayor rendimiento. Se instalan los menús de fácil navegación, así como se programan las funciones que se quiera para que el robot interactúe con los clientes. "Tiene varias modalidades de utilización: servicio, cumpleaños, acompañamiento o modo de recepción de personal. Y no choca nunca contra nada ni nadie: ante un obstáculo dará la vuelta y tratará de buscar otra ruta", comentaba Águila.

Por su parte, Óscar Ruiz, gerente de la Brasa d'Or apunta que le pareció una propuesta muy interesante, pero había que ver cómo podía encajar en un negocio como el suyo de mucha rotación, en especial en las hora punta. "La tecnología llega ahora para solucionar un problema importante de personal. Cuesta encontrar gente cualificada, y los buenos van muy buscados. Los robots son una herramienta que puede ser una gran ayuda, pero no creo que llegue de momento a sustituir al personal de sala, que es quien da valor al restaurante. El camarero puede estar tomando un pedido en una mesa y el robot, de forma autónoma, coger platos de la cocina e ir repartiéndolos sin cesar en las mesas. No hará falta que los platos esperen que el camarero acabe de atender una mesa para llevarlos a la otra. En Brasa d'Or pensamos en el cliente, y si creyésemos que esto no funciona, no daríamos este paso".

LECTORES DE CÓDIGOS DE BARRAS

P.C.MIRA
Tel: 93.410.63.63
comercial@pcmira.com
www.pcmira.com

HPRT









> N80
- > Lector 1D/2D/QR.
- > Económico. USB.
- > Disponible en RS232.

> N130
- > Lector 1D/2D/QR.
- > Robusto. USB.
- > Disponible en RS232 y en Bluetooth.

> SOPORTE
- > Soporte de sobremesa para N80 o N130.
- > Permite trabajar con manos libres.

> P200
- > Lector 1D/2D/QR.
- > Omnidireccional. USB.
- > Lectura muy rápida.
- > Disponible en RS232.

HPRT ES UN FABRICANTE DE SISTEMAS DE AUTO-IDENTIFICACIÓN

DISPONE DE UNA AMPLIA GAMA DE IMPRESORAS DE TICKETS, IMPRESORAS PORTÁTILES, IMPRESORAS DE ETIQUETAS Y LECTORES DE CÓDIGOS DE BARRAS.

EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

- > TPV WINDOWS.
- > TPV ANDROID.
- > TABLETS WINDOWS.
- > TABLETS ANDROID.
- > SOFTWARE PARA TPV.
- > QUIOSCOS.
- > PDA ANDROID.
- > PDA CON IMPRESORA.
- > LECTORES CÓDIGOS DE BARRAS.
- > CAJAS REGISTRADORAS.
- > CAJONES DE EFECTIVO.
- > IMPRESORAS TICKETS.
- > IMPRESORAS ETIQUETAS.
- > IMPRESORAS PORTÁTILES.

TERMINALES CON IMPRESORA ANDROID

P.C.MIRA
Tel: 93.410.63.63
comercial@pcmira.com
www.pcmira.com

SUNMI
Android POS Leader






> V2
- > Pantalla 5.5". Android 7.
- > 4G + 2+16GB.
- > Impresora 57mm.

> V2 PRO
- > Pantalla 6". Android 7.
- > NFC + 4G + 2+16GB.
- > Impresora 57mm.
- > Opción Etiquetas y de Scanner 1D/2D/QR.

> V2S
- > Pantalla 5.5". Android 11.
- > 4G + 2+16GB.
- > Impresora 57mm.
- > Opción Etiquetas, NFC y de Scanner 1D/2D/QR.

> V2S PLUS
- > Pantalla 6.2". Android 11.
- > 4G + 2+16GB.
- > Impresora 80mm.
- > Opción Etiquetas, NFC y de Scanner 1D/2D/QR.

LOS TERMINALES PREFERIDOS POR LAS COMPAÑÍAS DE DELIVERY.

INCLUYEN LA PLATAFORMA DE GESTIÓN DE DISPOSITIVOS SUNMI CLOUD GRATUITAMENTE.
LOS MODELOS V2S Y V2S PLUS, DISPONEN DE CONFIGURACIONES GMS SUPERIORES.

EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

- > TPV WINDOWS.
- > TPV ANDROID.
- > TABLETS WINDOWS.
- > TABLETS ANDROID.
- > SOFTWARE PARA TPV.
- > QUIOSCOS.
- > PDA ANDROID.
- > PDA CON IMPRESORA.
- > LECTORES CÓDIGOS DE BARRAS.
- > CAJAS REGISTRADORAS.
- > CAJONES DE EFECTIVO.
- > IMPRESORAS TICKETS.
- > IMPRESORAS ETIQUETAS.
- > IMPRESORAS PORTÁTILES.

TERMINALES PUNTO DE VENTA ANDROID

P.C.MIRA
Tel: 93.410.63.63
comercial@pcmira.com
www.pcmira.com

sunmi
Android POS Leader



> D2s

- > Pantalla 15.6".
- > Opción 15.6" + 10".
- > Gama económica.



> D2s PLUS

- > Pantalla 15.6".
- > Opción 15.6" + 10".
- > Impresora 80mm.
- > Gama económica.



> T2s LITE

- > Pantalla 15.6".
- > Opción 15.6" + 10"/15,6
- > Gama profesional.



> T2s

- > Pantalla 15.6".
- > Opción 15.6" + 10"/15.6".
- > Impresora 80mm.
- > Gama profesional.



> D2 MINI

- > Pantalla 10.1".
- > Impresora 57mm.
- > Visor 4.3", NFC.
- > Gama económica.



> T2 MINI

- > Pantalla 11.6".
- > Impresora 80mm.
- > Visor, NFC, Lector QR.
- > Gama profesional.

EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

- > TPV WINDOWS.
- > TPV ANDROID.
- > TABLETS WINDOWS.
- > TABLETS ANDROID.
- > SOFTWARE PARA TPV.
- > QUIOSCOS.
- > PDA ANDROID.
- > PDA CON IMPRESORA.
- > LECTORES CÓDIGOS DE BARRAS.
- > CAJAS REGISTRADORAS.
- > CAJONES DE EFECTIVO.
- > IMPRESORAS TICKETS.
- > IMPRESORAS ETIQUETAS.
- > IMPRESORAS PORTÁTILES.

TERMINALES PUNTO DE VENTA ANDROID

P.C.MIRA
Tel: 93.410.63.63
comercial@pcmira.com
www.pcmira.com

iMin
Intelligence for Business



> D3

- > Pantalla 15.6".
- > Opción 15.6" + 10".
- > Gama económica.



> D4

- > Pantalla 15.6".
- > Opción 15.6" + 10"/15.6".
- > Impresora 80mm.
- > Gama profesional.



> SWAN

- > Pantalla 15.6".
- > Opción 15.6" + 10" + NFC
- > Gama profesional.



> KDS K1

- > Pantalla 21.5".
- > Para colgar en pared.
- > Monitor en Cocina.
- > Gama industrial.



> D1

- > Pantalla 10.1".
- > Impresora 57mm.
- > Visor trasero.
- > Gama económica.



> FALCON

- > Pantalla 10.1".
- > Impresora 80mm.
- > Visor trasero. NFC opc.
- > Gama profesional.

EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

- > TPV WINDOWS.
- > TPV ANDROID.
- > TABLETS WINDOWS.
- > TABLETS ANDROID.
- > SOFTWARE PARA TPV.
- > QUIOSCOS.
- > PDA ANDROID.
- > PDA CON IMPRESORA.
- > LECTORES CÓDIGOS DE BARRAS.
- > CAJAS REGISTRADORAS.
- > CAJONES DE EFECTIVO.
- > IMPRESORAS TICKETS.
- > IMPRESORAS ETIQUETAS.
- > IMPRESORAS PORTÁTILES.

SOFTWARE PARA TPV ANDROID

P.C.MIRA
Tel: 93.410.63.63
comercial@pcmira.com
www.pcmira.com

FactoryPOS






> TPV
- > Control de Ventas.
- > Control estadístico.
- > Control de Usuarios.
- > Gestión de Mesas.
- > Estadísticas y Stocks.

> COMANDEROS
- > Gestión de mesas.
- > Gestión de pedidos.
- > Envíos a cocina.
- > Gestión del cobro.
- > Impresión del ticket.

> KDS COCINA
- > Recepción de pedidos.
- > Múltiples secciones.
- > Varias visualizaciones.
- > Orden de platos.
- > Gestión de colas.

> KIOSCOS
- > Gestión de auto-pedidos.
- > Cobro automatizado.
- > Envíos a Cocina.
- > Multi-idioma.
- > Interfaz de uso amigable.

> BACK-OFFICE
- > Alojado en la nube.
- > Multilocal.
- > Configuración.
- > Estadísticas.
- > Copias de seguridad.



> PEDIDOS ONLINE
- > Aplicación de pedidos.
- > A recoger, a domicilio.
- > Pedidos en mesa, Carta.
- > Pagos integrados.
- > Conexión a plataformas.



EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

- > TPV WINDOWS.
- > TPV ANDROID.
- > TABLETS WINDOWS.
- > TABLETS ANDROID.
- > SOFTWARE PARA TPV.
- > QUIOSCOS.
- > PDA ANDROID.
- > PDA CON IMPRESORA.
- > LECTORES CÓDIGOS DE BARRAS.
- > CAJAS REGISTRADORAS.
- > CAJONES DE EFECTIVO.
- > IMPRESORAS TICKETS.
- > IMPRESORAS ETIQUETAS.
- > IMPRESORAS PORTÁTILES.

brother
at your side



Las soluciones de impresión de Brother para empresas se han reforzado para adaptarse a cualquier entorno profesional que precise trabajar de forma segura y eficiente.

Este es el...

ESPACIO DE TRABAJO BY BROTHER

brother.es/espacio-trabajo-brother