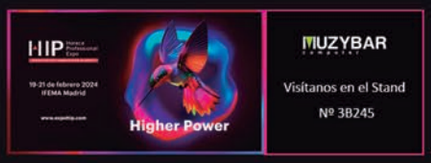
AÑO XXXI Nº341 0.01 Euros

tai price book®

Enero 2024

NP comunicaciones



PUDU

Ya están aquí

Robots de reparto, marketing y limpieza

MUZYBAR computer

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

CUANDO LA TECNOLOGÍA PERMITE EL PROGRESO, ESET ESTÁ AQUÍ PARA PROTEGERLO

www.eset.es

eset®

Digital Security
Progress. Protected.

tai price book®

Enero 2024

NP comunicaciones

Las tendencias para 2024 en el Retail según Zebra

Entrevista a Álvaro Ausín (Maxhub) de cara al ISE

SPC for Business abre un showroom para la UCC más experiencial

Rámses Gallego, promotor de la ciberconfianza

Una Realidad Virtual para pasarlo de miedo

Somos el canal del distribuidor informático

Sumario

11

Las tablets de Zebra conquistan las tiendas

El futuro del retail, a cinco años vista, se caracterizará muy probablemente por una combinación de establecimientos físicos y comercios online. Una buena proporción de consumidores utilizan ya ambos canales en sus compras. Y esta tendencia continuará según indican todos los expertos. El fabricante pone en manos de los dependientes herramientas de negocio para encarar los grandes desafíos de la omnicanalidad.

16

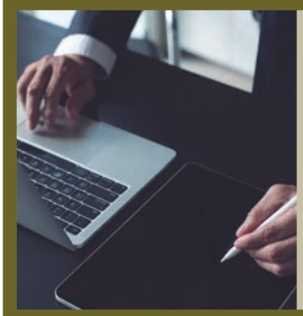
Diez fortalezas de España

La Cátedra de Ciencia y Sociedad de la Fundación Rafael del Pino ha identificado las diez tecnologías emergentes en las que España puede posicionarse como referente de la innovación a nivel global. Salud, energía, medioambiente, textil… son los principales campos de disrupción.

20

Ramsés Gallego, ciberevangelizador

La Asociación de Auditoría y Control de Sistemas de Información (ISACA) es una comunidad global que promueve la confianza digital. Su misión es dotar a personas y empresas del conocimiento, credenciales y capacitación para progresar en un mundo digital más confiable y ético.



24

El dilema de las pymes

El 81% de las empresas españolas están llevando a cabo procesos de transformación digital para ser más eficientes. Sin embargo, no dudan en retraer dinero del presupuesto para TI si las necesidades del negocio apremian, así que como para pensar en proyectos de IA y Big Data.

32

IX Sophos Day

Sophos Day soventó su novena edición en España, reuniendo a 400 profesionales del ecosistema de la ciberseguridad para conocer de cerca el panorama de amenazas y estrategias defensivas en el mercado empresarial, así como un adelanto de las tendencias del mercado para 2024.

38

Un showroom para las UCC

SPC for Business ha inaugura el segundo showroom exclusivo de dispositivos Yealink destinados a cubrir las necesidades de colaboración y comunicaciones. Un espacio dedicado para mostrar a clientes y partners un entorno real de uso experiencial.

41

Entrevista a Álvaro Ausín

Maxhub es un proveedor de nueva generación en pantallas inteligentes y tecnología audiovisual. Como organización dirigida por el diseño y la innovación, desarrollan una gama de soluciones basadas en el I+D que un año más tendrán oportunidad de enseñar en el ISE de Barcelona.

46

Letsgo juega con la Realidad Virtual

Hotel Drácula ha sido la última experiencia inmersiva multiusuarios diseñada y desarrollada por Letsgo y que además de sobresaltos, tiene mucho de nuevas tecnologías detrás. Sobre una pista “vacía” de 1.000 m2, ha sido la instalación de VR más grande de Europa estas navidades.

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.

Allegro ma non troppo

Seguro que han disfrutado de una feliz salida y entrada de año, o al menos eso es lo que deseamos desde aquí. Y seguro que el que más o el que menos habrá añadido un par de buenos propósitos al alcance del más modesto de los soñadores para que se cumplan este 2024. Lo de la carta a los reyes magos ya si eso se lo dejamos a los niños, que tienen más experiencia y expectativas más elevadas.

Empezamos el año con ganas y un completo número que apunta algunos de los temas que sin duda van a dar mucho que hablar durante los próximos meses: comunicaciones unificadas, soluciones de videocolaboración, confianza cero y ciberresilencia, realidad virtual, omnicanalidad… Nada nuevo bajo el sol pero sí con soluciones puestas al día de última generación, como las nuevas tabletas de **Zebra Technologies** para el comercio minorista. Aprovechando la ocasión, también traemos a colación las tendencias que se atisban en el horizonte y que van a moldear el sector del Retail, y que nos recoge Pedro Román, director Retail Solutions Sales EMEA en Zebra.

En lo que nos toca, empezamos con un interesante estudio de la **Fundación Rafael del Pino** que ha contado con un plantel de científicos expertos en diversos campos que han señalado hasta diez tecnologías emergentes donde España puede asumir un papel relevante como catalizador de inversiones presentes y futuras. También traemos un par de informes que radiografían el momento actual de la pyme española en cuanto a transformación digital y adopción de la IA y donde se pone de manifiesto sus carencias y limitaciones. Del informe de **Pleo** se desprende la disyuntiva a la que deben enfrentarse muchas pymes. Pese a que más del 80% ya han iniciado el camino de la transformación digital, y son conscientes que deben aun así avanzar en todos los procesos, también tienen claro que si hay que sacrificar de la partida presupuestaria destinada a ello para tapar otro agujero, se sacrifica. En esta línea, la tecnológica **Pandora FMS** recuerda que el objetivo del gobierno (alineado con la UE) referente al uso de la Inteligencia Artificial y la analítica de Big Data debería alcanzar al 75% del tejido empresarial para 2030, y por lo menos el 25% en 2025, cifra alcanzable en el caso español que se encuentra solo a 11 puntos al terminar 2023.

De cara al ISE de Barcelona, que se celebra del 30 de enero al 2 de febrero, tocamos diversos palos que ejemplifican de alguna manera la inmensa oferta que se podrá contemplar en la feria más importante del AV Pro. Contamos con una entrevista a Álvaro Ausín, máximo responsable de Ventas en Iberia del fabricante **Maxhub**. Damos cuenta del nuevo showroom abierto en Madrid por **SPC for Business** para mostrar las soluciones de **Yealink** para el sector UCC. También metido de lleno en el mundo de la colaboración híbrida, **Jabra** nos trae su último informe y **Zoom** nos apunta alguna de las tendencias. Y como ejemplo de uso, las gafas de Realidad Virtual de **HTC** que la empresa española **Letsgo** y **Univrse** han montado en un espectáculo que se ha podido disfrutar estas navidades.

La ciberseguridad es un asunto transversal que no se puede ni debe obviar a estas alturas. Hacemos reseña del último **Sophos Day** que no pudimos traer antes a estas páginas debido que dedicamos el anterior número exclusivamente al resumen del año 2023. También la postura de Gonzalo Romeo, director de producto de **Fujitsu**, respecto al desarrollo de DevSecOps y contenedores. Y una interesante entrevista con Ramsés Gallego, evangelista de la asociación **ISACA** con 30 años a la espalda concienciando a las audiencias sobre la importancia de la confianza digital y la ciberresilencia.

Y con todo este menú tan ricamente guisado y emplatado, solo resta desear que sea administrado en sus justas dosis para no empacharse ni tampoco para quedarse con hambre, que el saber no ocupa lugar, ocupa tiempo. Y este ya sabemos que es oro. Así que piano, piano, arrivederci si arriva lontano. Y sin más, ¡que ustedes lo disfruten!

Altera y Partner Tech integran sus soluciones para retail

Altera Software y Partner Tech Iberia han integrado recientemente sus soluciones de software Global Shop y Self-CheckOut para el sector de supermercados, como respuesta ante la creciente demanda de soluciones de autoservicio en este canal de ventas con una colaboración estratégica que revoluciona la experiencia de compra en supermercados. La solución de software, Global Shop, especializada en el sector del gran consumo y desarrollada por Altera Software, se ha integrado con la avanzada solución de Self Check-Out de Partner Tech, ofreciendo así a los establecimientos, una herramienta completa y eficiente para optimizar sus operaciones de venta.

¿Qué hace que esta integración sea excepcional para supermercados? La integración de Global Shop, de Altera Software, con la solución de Self Check-Out de Partner Tech, está diseñada específicamente para abordar las necesidades y demandas de las tiendas de alimentación. Esta sinergia de tecnologías permite a los retailers de este sector beneficiarse de una gestión de puntos de venta más fluida, controlada y personalizada.

Características clave de la integración:

- *Gestión Integral del Punto de Venta:* La solución integrada ofrece una gestión completa del punto de venta, desde el escaneo y pago eficiente en los Self Check-Out, hasta el monitoreo de las transacciones realizadas y auditoria de las mismas.
- *Optimización de los procesos de tienda:* Global Shop permite controlar y gestionar todos los procesos de trastienda, entradas y salidas de mercancía, terminales de punto de venta (TPV), movilidad (Android), balanzas, etiquetado digital (ESL), gestión de pedidos (OMS), gestión de inventarios (SIM), fidelización, megafonía, gestión de colas, etc.
- *Experiencia del Cliente Mejorada:* La integración permite una experiencia de compra más independiente y personalizada, aumentando la satisfacción del cliente, la velocidad y eficiencia de la compra, la reducción de colas en caja, la superficie disponible para lineales de producto, la reasignación de tiempos de los empleados y un largo etcétera de beneficios que han llegado para quedarse en el sector del gran consumo.

Para Jorge González, CEO de Altera Software, "esta colaboración con Partner Tech y sus soluciones de SCO, es una gran oportunidad para brindar un canal de venta adicional de vanguardia a todos nuestros clientes y aumentar el tiempo disponible del personal de tienda para otros procesos o la atención al cliente. Los sistemas de seguridad visuales y de pesado son muy precisos, aportando la confianza y robustez necesaria que nuestros clientes necesitan para seguir avanzando con el proceso de digitalización de sus tiendas".

José Antonio de las Heras, Managing Director de Partner Tech Iberia, comentó sobre la colaboración: "Esta integración representa un hito importante para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente en supermercados. La combinación de la experiencia en el sector del gran consumo de Altera Software y la tecnología avanzada de Self Check-Out de Partner Tech, ofrece una solución completa e innovadora".

BDP y Muzybar presentan un nuevo TPV en pago por uso

Ibernyx, empresa que comercializa los productos especializados en programas táctiles de gestión de puntos de venta con la marca BDP Software, junto con Muzybar Computer, mayorista especializado en TPV, han presentado un nuevo artículo: el "Producto Combinado", que consiste en un alquiler (pago por uso), que combina el TPV y el software BDP (hardware + software).

El modelo de alquiler está sustituyendo la adquisición de licencias perpetuas. Con el "Producto Combinado" se garantiza que el cliente esté al día permanentemente en cuanto a tecnología y normativas legales, sin necesidad de tener que adquirir de por vida una licencia, ni una maquinaria específica. Es la mejor alternativa para alquilar sistemas TPV potentes y completos pagando por su uso real y sin obsolescencias.

El modelo de negocio de suscripción es un modelo de beneficio mutuo (Win-Win) que se está imponiendo mundialmente en multitud de sectores y que garantiza disponer de las últimas versiones de los productos. Todo ello forma parte de una estrategia vital para las empresas que les concede ventaja respecto a otras modalidades de adquisición de las herramientas de trabajo.

PHILIPS

Monitors

Utiliza una gran pantalla en lugar de dos monitores

para mejorar los procesos de trabajo y aumentar la productivudad

49" (124 cm) SuperWide-Monitor

49B2U5900CH

innovation + you

USB-C Docking

Curved SuperWide

Wide Viewing Angle

MultiClient Integrated KVM

DisplayHDR 400

Netgear amplía su línea de smart switches para una solución de red total

El fabricante Netgear ha lanzado el Netgear MS108TUP, su Smart Switch Ultra60 PoE++ Ethernet MultiGig (2,5G) diseñado específicamente para empresas en crecimiento que necesitan un todo incluido confiable y perfecto que garantiza una conectividad de red esencial y de alto rendimiento. Dado el creciente número de dispositivos conectados, el uso de aplicaciones que consumen mucha energía y datos, se hace cada vez más importante para las pequeñas y medianas empresas tener una solución de red moderna para impulsar un mejor rendimiento. A la línea de Smart Switches Netgear suma ahora este nuevo modelo que ofrece una opción a los dueños de negocios con necesidades de menor número de puertos sin sacrificar la calidad.

El MS108TUP es parte de la solución de red total de Netgear, que combina el router PR60X Pro recientemente anunciado, los puntos de acceso WiFi Pro y la plataforma de administración en la nube Insight, lo que ayuda a las pequeñas empresas a aprovechar conectividad de red de última generación, todo de un solo proveedor. La conexión uniforme entre dispositivos permite una configuración rápida y una gestión completa, lo que en última instancia les da a las pymes más tiempo para concentrarse en su negocio y menos en el trabajo de administrar su red.

"Las pequeñas y medianas empresas de hoy están más conectadas que nunca, con herramientas habilitadas para WiFi que impulsan las operaciones diarias. Estas aplicaciones requieren velocidades de varios gigabits y alta potencia PoE para maximizar su potencial", afirmó Iphie Chen, gerente senior de Línea de Productos para Pymes de Netgear. "Los propietarios de empresas necesitan soluciones que satisfagan sus necesidades específicas y al mismo tiempo sean fáciles de implementar y administrar, especialmente para aquellos que no cuentan con recursos de IT en el sitio. Como parte de Total Network Solution, el switch MS108TUP ofrece la velocidad, eficiencia, confiabilidad y tranquilidad de una solución empresarial sin la complejidad o el precio asociados".

Con cuatro puertos PoE++, este nuevo swtich puede acomodar tanto los dispositivos PoE++ de alta potencia actuales, como los puntos de acceso Netgear WiFi Pro, lo que lo hace ideal para empresas en crecimiento. Ofrece características como puertos multigigabit (2,5G), que permiten un rendimiento óptimo al ajustar automáticamente las velocidades para adaptarse a los requisitos del dispositivo. Además, su funcionalidad avanzada incluye administración de IPv6, listas de control de acceso (ACL), calidad

de servicio DiffServ, enrutamiento estático IPv4 y protocolo de control de agregación de enlaces (LACP), lo que contribuyen a mejorar el rendimiento, la flexibilidad y la eficiencia de la red.

Si bien se incluye una interfaz de administración GUI web incorporada, configurar y administrar el switch de manera personalizada a través de la plataforma de administración en la nube Netgear Insight es aún más conveniente. Insight proporciona configuración remota integral y solución de problemas para los routers Netgear Pro, puntos de acceso WiFi Pro y smart switches gestionados en la nube. Además, Netgear respalda la confiabilidad del producto con una garantía limitada de por vida y soporte técnico 24/7, lo que garantiza tranquilidad y asistencia experta cuando sea necesario.

Virtual Cable y Einzelnet cierran una alianza estratégica

Virtual Cable anuncia su partnership con Einzelnet, uno de los principales integradores de tecnología de digital workplace en el sector corporate. Esta alianza estratégica marca un hito significativo en el camino de ambas compañías hacia la excelencia en la entrega de soluciones innovadoras para la transformación digital de las empresas.

Con más de dos décadas de experiencia en proyectos de Modern Workplace, Einzelnet es un actor destacado en el mercado, que comparte la visión de Virtual Cable de brindar soluciones tecnológicas de alto nivel que impulsen la eficiencia, la productividad, la flexibilidad y la seguridad en el entorno laboral. Gracias al acuerdo entre ambas compañías, Einzelnet ya cuenta en su portfolio con UDS Enterprise, la solución VDI desarrollada por Virtual Cable. Esta solución permite a los usuarios acceder a sus puestos de trabajo desde cualquier lugar y dispositivo con total seguridad, a través de escritorios virtuales, aplicaciones virtualizadas o acceso remoto a equipos físicos.

Einzelnet, reconocido por su compromiso con la calidad y la satisfacción del cliente, estaba en busca de una solución de digital workspace que no solo estuviera a la altura de las demandas empresariales actuales a nivel técnico, sino que también fuera flexible, abierta, rentable y adaptable tanto para implementaciones on-premise como en la nube, sin imponer costos adicionales a sus clientes. La compañía ha encontrado en Virtual Cable y en su familia de soluciones UDS Enterprise un aliado para dar respuesta a las necesidades de digitalización del puesto de trabajo de organizaciones de todos los tamaños y sectores, incluidas las grandes corporaciones.

Fernando Feliu, Executive Managing Director de Virtual Cable, destaca la importancia de contar con un socio estratégico de la talla y experiencia de Einzelnet "Estamos emocionados de dar la bienvenida a Einzelnet como Partner Platinum de nuestro canal, convirtiéndose así en una de

las aventajadas compañías con experiencia demostrada para poder ayudar a los clientes a obtener el máximo rendimiento de sus proyectos con UDS Enterprise. Esta asociación refleja nuestro firme compromiso en seguir proporcionando soluciones de vanguardia que satisfagan las necesidades cambiantes de las empresas de la mano de compañías líderes".

Por su parte, David Quirós, director comercial de Einzelnet, se reafirma en la oportunidad de crecimiento y desarrollo gracias a esta alianza: "Estamos encantados de desarrollar nuestra alianza con Virtual Cable, que se encaja en nuestra decidida apuesta por ser referente en el ámbito de los servicios al puesto de trabajo en este potente momento de digitalización sostenida de la industria". Y añade que desde Einzelnet "entendemos claramente que este acuerdo refuerza nuestro posicionamiento en partnerships, apoyándonos en el continuo esfuerzo de dotar a nuestros clientes de las mejores opciones tecnológicas presentes en el mercado. Estamos seguros de que el entendimiento entre Einzelnet y Virtual Cable será excelente y nos proporcionará a ambas compañías estupendas oportunidades de posicionamiento y servicio a la industria".

PHILIPS

Monitores

Utiliza una gran pantalla en lugar de dos monitores

Para mejorar los procesos de trabajo y aumentar la productividad

45,5" (113 cm) SuperWide-Monitor

45B1U6900CH

innovation + you

USB-C Docking

Curved SuperWide

Wide Viewing Angle

MultiClient Integrated KVM

VESA CERTIFIED DisplayHDR 400

Westcon culmina su roadshow ampliando su compromiso con el canal

El mayorista de valor Westcon concluye su Roadshow "Westcon Partner Experience", una iniciativa que se ha desarrollado en los últimos meses por siete ciudades españolas con el objetivo de presentar sus nuevas soluciones y servicios, su capacidad de despliegue global, así como dar a conocer su alianza con los principales fabricantes del mercado tanto en colaboración, infraestructura como ciberseguridad, bajo una experiencia de más de 35 años.

Weston consolida su posicionamiento como mayorista de valor añadido dentro del canal y aplica su know-how para a ayudar a los partners a adaptarse al mundo digital, y así desarrollar nuevas posibilidades de negocio a través de software y servicios, y pago por uso, ofreciendo las herramientas necesarias que el canal necesita para el desarrollo de su negocio.

Entre los contenidos del tour "Westcon Partner Experience" se han tratado de manera destacada por:

- su iniciativa SASE, un mercado que crecerá un 42% en 2024, y que el mayorista aplica para las comunicaciones unificadas de la mano de los principales fabricantes. La convergencia de cloud networking y la ciberseguridad será implementada por al menos el 60% de las empresas en 2025, de ahí que Westcon apueste por este mercado iniciando nuevos y proyectos
- la presentación de los últimos fabricantes incorporados a su catálogo Okta (Next Generation Solution) y Nokia (Infraestructura y Networking).
- las nuevas propuestas de valor Flex (Soluciones de Pago Flexible) y Comunidad Tech Xpert, así como 3dLab y su propuesta de formación Westcon Academy.

Según Miguel Almeida, Country Sales Director en Iberia de Westcon, "hemos conseguido un importante éxito con nuestro roadshow ya que nos ha permitido llegar a nuevos partners y hacerles llegar nuestra nueva propuesta de valor y experiencia global, a la vez que los nuevos servicios de financiación, formación y acompañamiento. Realmente Westcon Partner Experience, ha cumplido con los objetivos superando nuestras expectativas y ayudándonos a acercarnos aún más a nuestra red de partners".

Una convocatoria de éxito

La compañía ha visitado las ciudades de Valencia, Palma de Mallorca, Bilbao, Vigo, Barcelona, Málaga y Madrid con más de 120 asistentes en las primeras (y 200 en Madrid), y donde cabe resaltar que el 30% no formaban parte de su red de partners. Mientras, en el evento final de Madrid, "Westcon Partner Experience: Synaesthesia Experience by Westcon", celebrado hace escasos días también en la capital, se han dado cita más de 600 participantes, una cifra que ha superado ampliamente las expectativas y ha consolidado el evento como el más representativo de Westcon en los últimos años.

Maurizio Lagavna (Managing Director Southern Europe) y Miguel Almeida (Country Sales Director Iberia) de Westcon.

La compañía agradece la participación proactiva de sus partners Platinum: Crowdstrike, Extreme Networks, Juniper, Nokia y Palo Alto; Gold: F5, Ribbon, Ruckus, Symantec y Zscaler; Silver: Avaya, Netscout y Efficient IP; y Bronze: Vectra.

Más compromiso y formación con el canal

En su trayectoria como distribuidor de tecnología avanzada, Westcon ha apostado por la diferenciación para ofrecer soluciones completas que se ajustan a los desafíos empresariales de hoy. Por eso, la compañía ha presentado entre sus servicios de valor Text Xpert, una comunidad tecnológica abierta a todos sus partners para formación, prueba de soluciones, consultoría, diseño e innovación.

Además, el amplio equipo de expertos de Westcon Text Xpert ayudan a encontrar soluciones, no simplemente productos, y permite conocer las últimas actualizaciones seleccionadas y validadas para la comunidad tecnológica. Igualmente, incluye 3D Labs un exclusivo tour a través del entorno multi-vendor virtual. Gracias a esta herramienta 3D, los partners pueden probar casos de uso combinados en un cloud-lab flexible con guías de laboratorio detalladas.

El roadshow también ha mostrado la experiencia de Westcon como Centro Autorizado de Formación con la garantía de los fabricantes que le respaldan. Los nuevos cursos están bonificados por créditos Fundae para formación continua de las empresas y gracias a Westcon Academy y Learning los partners pueden acceder a instructores certificados, laboratorios, conocimientos personalizados y formación oficial multilingüe.

Acelerar la adopción con Flex (Soluciones de Pago Flexible)

Igualmente, el mayorista ha dado a conocer el servicio Flex con el que pretende combinar la facturación de soluciones y la distribución tradicional con opciones de pago flexibles a fin de acelerar la adopción. Esta modalidad permite financiar hardware, software, servicios y renewals de toda la cartera de los fabricantes con los que trabaja. De igual manera, permite una facturación anual, trimestral o mensual que ayuda al partner en su gestión y posibilita un proceso simplificado con tasas competitivas.

"Muestra principal misión es conectar a los fabricantes tecnológicos líderes del mercado con un amplio canal de resellers de tecnología, integradores de sistemas y fabricantes de servicios. Al combinar una amplia visión del sector, el conocimiento técnico y décadas de experiencia en el sector de la distribución, aportamos valor para acelerar el éxito de las empresas de sus fabricantes y partners", comentan desde el mayorista.

Actualmente cuenta con más de 3.600 empleados en todo el mundo que ofrecen servicio a una red de 12.000 partners. Dispone de diez centros de soporte internacional y da servicio de entrega en 180 paises, a la vez que dispone de 18 instalaciones logísticas. En 2022 la facturación alcanzó los 2.000 millones de dólares.

Las tablets de Zebra conquistan el mercado del comercio minorista

El futuro del retail, a cinco años vista, se caracterizará muy probablemente por una combinación de establecimientos físicos y comercios online. Una buena proporción de consumidores utilizan ya ambos canales en sus compras. Y esta tendencia continuará según indican todos los expertos. Por eso traemos aquí reseña de dos herramientas de negocio que pueden contribuir a encarar los grandes desafíos de la omnicanalidad y los cambios a los que se enfrenta el sector minorista.

DE ACUERDO con el estudio realizado por Zebra el año pasado ("Estudio global anual del consumidor 2022"), casi tres cuartas partes de los minoristas de las regiones DACH (Alemania, Austria y Suiza) y Europa Central y Oriental (CEE) están convencidas de que en el futuro veremos establecerse una hibridación entre el comercio minorista on y off. La mayor parte de estos minoristas consideran necesario adaptar sus modelos de negocio para satisfacer las necesidades de su clientela. A este respecto, un factor crítico es la dotación y el empleo de tecnologías móviles para el trabajador del comercio minorista.

Con ello en mente, Axel Schmidt, director de ventas y marketing de Jarltech, mayorista destacado a nivel EMEA del sector TI, mantuvo hace unas semanas una conversación con Leonardo Borgini, Regional Product Manager Enterprise Mobile Computing del Zebra Technologies, quien tiene una excelente comprensión del mercado y conoce las necesidades de los minoristas.

Axel Schmidt: El comercio minorista está cambiando. Desde la perspectiva de Zebra, ¿a qué dificultades se enfrentan los minoristas a la hora de integrar nuevas tecnologías móviles?

Leonardo Borgini: La integración de nuevas tecnologías móviles es, efectivamente, uno de los principales desafíos a los que el comercio minorista debe hacer frente en la actualidad. De acuerdo con nuestros últimos sondeos, realizados en trece países líderes a escala mundial, más del 80% de los responsables de tomas de decisión en el comercio minorista que hemos entrevistado planea incrementar sus inversiones en tecnología en los próximos tres años. La cuestión clave aquí es que, tras el tremendo crecimiento que el comercio electrónico ha vivido en los últimos años, hoy los consumidores esperan una experiencia de compra impecable, que abarca lo que denominamos "servicios de canal unificado o fusionado" y en la que pueden decidir en el último minuto si optar por comprar en línea o en establecimiento físico sobre la base de tres criterios clave: disponibilidad, selección y precio de los artículos objetivo.

Entre los minoristas que hemos encuestado, cuatro de cada cinco están invirtiendo para incrementar la velocidad y la conveniencia de las opciones de ejecución, a fin de ofrecer a cada cliente el patrón de cumplimiento más apropiado, ya sea compra en línea y recogida en tienda, envío a domicilio, recogidas en el exterior del establecimiento o, de nuevo, BOPIS (buy-online-pickup-in-store). Por supuesto, dar soporte a múltiples opciones de cumplimiento implica para el minorista más trabajo y más inversión, dada una mayor carga logística en cuanto a recogidas, entregas y gestión de devoluciones.

En particular, invertir en mejorar la gestión de inventario (visibilidad en tiempo real, falta de existencias, control del fraude) se reporta, de forma basta unánime, como una de las principales prioridades del momento en cuanto a tecnología para el minorista. Y la cuestión clave aquí no es solo "contar con la información correcta y más actualizada disponible", sino también "asegurarse de que la información más actualizada esté visible para las partes interesadas apropiadas". Por ejemplo, a día de hoy, una de las principales inquietudes está en el empoderamiento del dependiente en el comercio minorista: dos de cada tres dependientes encuestados sienten que el comprador podría estar más conectado con la información del producto que ellos mismos. Hoy día, proporcionar a dependientes de establecimientos minoristas herramientas tecnológicas que les ayuden en su trabajo se percibe, realmente, como una necesidad clave.

A. S.: Zebra lleva ofreciendo al minorista las tabletas empresariales ET40 y ET45 desde finales de 2022. ¿Qué prestaciones brindan estos dis-

De dcha a izqda: Axel Schmidt, director de ventas y marketing de Jarltech, con Leonardo Borgini, Regional Product Manager Enterprise Mobile Computing de Zebra.

positivos a los trabajadores de establecimientos sensibles a los precios? ¿Qué ventajas, para un minorista, ve en equipar a sus dependientes con tabletas profesionales de Zebra, en lugar de confiar en una tradicional tablet de consumo?

L. B.: La serie de gama empresarial ET4x se compone de un conjunto de tabletas resistentes de uso general, ideales para satisfacer gran variedad de usos. El modelo ET40 se corresponde con la configuración con conectividad WiFi, mientras que el modelo ET45 se ofrece con conectividad completa, que incluye compatibilidad 5G y WiFi. Todos los modelos integran un escáner de códigos de barras y se ofrecen en dos tamaños de pantalla posibles: 8 pulgadas o 10 pulgadas. Ofrecer estos dos tamaños de pantalla y distintas opciones de conectividad hace de la ET40/ET45 un dispositivo flexible a la hora de satisfacer una inmensa variedad de usos en las ventas al detalle.

Por ejemplo, una tableta de 8" con conectividad 5G puede ser la solución perfecta para conductores de reparto y personal de logística en transporte y almacén, mientras que los dependientes de establecimientos de ventas al detalle pueden preferir una tableta WiFi de 8" que facilite su portabilidad para realizar frecuentes comprobaciones de precios e inventario, o quizás una tableta WiFi de 10", con mayor tamaño de pantalla, para realizar tareas de venta asistida y reducción de colas de espera. Se trata de empoderar al dependiente con la herramienta tecnológica adecuada, con el fin último de ofrecer al consumidor la impecable experiencia de compra a la que nos referíamos hace unos minutos.

Huelga decir que estamos hablando de dispositivos resistentes: pese a su liviano peso y su delgado diseño, las tabletas ET40 y ET45 soportan caídas contra hormigón desde 1,2 metros; e incluso 1,5 metros, si llevan la funda específica resistente que hemos desarrollado. La robustez de este dispositivo ante caídas y golpes es un aspecto esencial para reducir el coste total de propiedad durante el ciclo de vida esperado de la inversión del minorista.

Además de esto, Zebra garantiza, a diferencia de las tabletas de consumo, que la serie ET4x estará disponible para su adquisición durante un plazo de hasta tres años, lo que elimina despliegues de dispositivos mixtos, que consumen más tiempo y resultan más costosos para los departamentos de TI. Con los planes de mantenimiento opcionales OneCare del fabricante, las empresas también pueden contar con asistencia y soporte para sus tabletas ET40 y ET45 durante un máximo de seis años. Esto ayuda a que el trabajador de primera línea siga rindiendo al máximo nivel, al tiempo que minimiza vulnerabilidades de dispositivos, gastos de reparación no presupuestados e interrupciones inesperadas.

Por último, la serie de tabletas ET4x ofrece las herramientas de software Mobility DNA de Zebra para optimizar flujos de trabajo y facilitar la usabilidad de cara al trabajador móvil. Estas herramientas incluyen Mobility Extensions, que agrega al ecosistema estándar de Android potentes funciones de gestión y seguridad de nivel empresarial, y StageNow, que permite a las empresas configurar por etapas desde unos pocos hasta miles de dispositivos en cuestión de segundos.

A. S.: En su opinión, ¿por qué las tabletas empresariales ET40 y ET45 de Zebra son ideales para hacer frente al desafío omnicanal del comercio

Tabletas ET40 y ET45 de Zebra

- Tabletas para negocios con escáner de gama empresarial integrado
- Pantalla multitáctil capacitativa de 8" o 10", protegida mediante Corning Gorilla Glass
- Certificaciones IP65 y MIL-STD-810H, aptas para oficinas y servicios de campo
- WiFi6, 5G, Bluetooth 5.1 (BLE), NFC y GPS (solo ET45)

Zebra ayuda a las organizaciones a monitorizar, anticiparse y acelerar sus flujos de trabajo potenciando su primera línea y garantizando que todo y todos sean visibles, estén conectados y totalmente optimizados. Con un extenso porfolio que abarca desde software hasta innovaciones en robótica, visión artificial, automatización y toma de decisiones digital, el fabricante norteamericano además posee el expertise que le otorga un legado de más de 50 años en soluciones de escaneado, seguimiento y localización e informática móvil y un ecosistema de 10.000 partners en más de cien países. Sus tablets se han convertido en una perfecta prolongación de los trabajadores de primera línea.

minorista de trasladar la experiencia en línea a la tienda de manera efectiva?

L. B.: Considero que el uso de tabletas en un establecimiento de ventas al detalle debería ser una extensión natural del recorrido de compra del consumidor. Hace unos minutos, hacíamos referencia a cómo el consumidor actual está abrazando, cada vez más, un modelo de comercio "híbrido" o "unificado". Y lo que sugerimos es dotar a los dependientes del establecimiento de herramientas de "venta asistida" que les permitan verificar rápidamente el inventario de los artículos deseados en sus trastiendas, otros establecimientos e, incluso, almacenes externos. Además cuando el resultado de la "venta asistida" es conducir al consumidor a la compra en línea de un artículo, el pedido se sigue sirviendo desde el inventario de nuestro minorista frente al de la competencia; y estamos dando con una solución que resuelve su problema.

Las tabletas ET40 son herramientas ideales para tal propósito, no solo gracias a su ergonomía, optimizada para mejorar la portabilidad en la venta asistida, y el escáner integrado del que hablábamos, sino también gracias a la oferta de accesorios que hemos desarrollado. Entre los accesorios, se incluyen correas de mano para facilitar la portabilidad, baterías auxiliares de fácil intercambio para usar la misma tableta en turnos de prolongados, cunas de una o varias estaciones para recargar cómodamente las tabletas en el establecimiento e incluso armarios inteligentes que permiten bloquear y desbloquear los dispositivos en sus estaciones de carga. Otros accesorios dedicados permiten al dependiente del establecimiento conectar la tableta ET40 para utilizarla como un ordenador de sobremesa, por ejemplo, conectándola a un teclado o monitor externos, con el propósito de facilitarle la ejecución de las tareas administrativas necesarias para completar un pedido o cumplimentar un documento. Pero, como ya he mencionado, la venta asistida es solo uno de los múltiples usos para los que se ha diseñado la tableta ET40.

Para terminar, tenemos que señalar que una de las evoluciones naturales de las tabletas para ventas asistidas puede ser un mayor despliegue de estaciones de TPV móvil. En este sentido, cada empleado equipado con una tableta puede aprovecharla como dispositivo de TPV para agilizar la experiencia de pago del consumidor. Por ejemplo, un artículo pedido en línea también se puede pagar en el establecimiento físico mediante un terminal de TPV móvil provisto de una tableta ET40 y su interfaz de pagos dedicada. Para nuestras tabletas ET40 y ET45 de 8", hemos desarrollado accesorios de punto de venta dedicados, que permiten que la tableta funcione como caja registradora mediante un terminal de pago situado en su reverso.

En general, el ecosistema de accesorios completo de la ET40 se ha desarrollado prestando especial atención a una oferta de herramientas eficaces para impulsar el recorrido de compra del cliente en mercados verticales específicos. Esto es así, no solo en el comercio minorista, como ejemplificábamos, sino también en la atención médica, el transporte y la logística y la hostelería.

Zebra identifica las cuatro grandes tendencias que afectarán al sector del retail

La importancia de la optimización del inventario, el ofrecer experiencias de compra más fluidas por todos los canales disponibles, contar con dependientes con mayor acceso a tecnología y la apuesta por innovadoras opciones de pago, serán claves para el crecimiento del sector en 2024 según Zebra Technologies Corporation, proveedor de soluciones digitales que permite a las empresas conectar de forma inteligente datos, activos y personas.

"Durante los últimos años, sobre todo tras la pandemia, el sector retail ha tenido que enfrentarse a numerosos retos: desde el aumento de los costes, a los múltiples conflictos globales y la persistente amenaza de recesión", comenta Pedro Román, director Retail Solutions Sales EMEA en Zebra Technologies. "Además, hay que tener en cuenta la irrupción de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, y los cambios en las costumbres de los consumidores. De hecho, según los datos del decimosexto estudio anual *Global Shopper Study*, el 85% de los compradores se declara satisfecho con su experiencia en tienda, pero hasta un 78% afirma que preferiría una mejor combinación de compra online y física".

Teniendo en cuenta este complejo contexto, las principales tendencias que afectarán a la industria del retail en 2024 son las siguientes:

- ***La importancia de la optimización de inventario***

Disponer de los productos que quiere un cliente es fundamental. El propio *Global Shopper Study* así lo ha confirmado, ya que los consumidores consideran que la disponibilidad de productos es una de las razones principales para elegir en qué tienda física o digital comprar. El problema es que, en el contexto actual, hay que afrontar retos asociados a problemas de suministro, inflación, la cada vez mayor facilidad de los compradores para com-

parar precios desde sus smartphones o, incluso, el incremento (sin precedentes) en el número de pérdidas y robos. Todo esto obligará a las tiendas minoristas en 2024 a tener una mejor visión global de su inventario, tanto en lo que se refiere a la disponibilidad en tiempo real de productos en las estanterías, como a su ubicación o los problemas ocasionados por el hurto y el fraude.

Entre las soluciones que pueden adoptar para conseguirlo están las tecnologías RFID que, aunque no son nuevas para el sector, han evolucionado en tamaño, coste y capacidad de impresión; los sistemas de posicionamiento de inventario en tiempo real, que permiten detectar la posición actual, la cantidad y el precio de los artículos en sus tiendas; o el mejor uso de los datos y la inteligencia de negocio basada en inteligencia artificial y machine learning.

- ***Experiencias de compra más fluidas a través de todos los canales***

Aunque más del 80% de los consumidores coinciden en la importancia de "ver, tocar o probar" los productos, también quieren interactuar digitalmente con la tienda, ya sea a través de soluciones de pago de autoservicio, recibiendo ofertas y cupones o interactuando con dependientes que dispongan de dispositivos móviles para atenderles o buscar un producto concreto. Conceptos que hace años eran impensables, como comprar online y recoger/devolver en tienda, son ahora tan comunes que ya ni siquiera son diferenciadores.

Pedro Román, director Retail Solutions Sales EMEA en Zebra Technologies.

«Según Global Shopper Study, el 85% de los compradores se declara satisfecho con su experiencia en tienda, pero hasta un 78% afirma que preferiría una mejor combinación de compra online y física»
(Pedro Román, Zebra)

Hoy en día, los clientes exigen que las experiencias de navegación, comparación y adquisición de los productos sean totalmente fluidas, sea cual sea el canal por el que se hagan, lo que está obligando a un replanteamiento de todas las operaciones minoristas. Por este motivo, en 2024, veremos como estos modelos omnicanal se consolidan aún más y se ejecutan de forma más rentable. Se trabajará en ampliar la visión de toda la red de distribución, en optimizar la logística inversa, en garantizar la perfecta integración de los puntos de contacto digitales y físicos, o incluso en aprovechar la IA generativa para disponer de más información y generar contenidos de vídeo, imágenes o música más coherentes.

- ***Dependientes más eficientes: automatización de tareas y uso de dispositivos tecnológicos***

Los dependientes son un elemento clave para captar y fidelizar clientes y las tiendas deben saber aprovechar sus capacidades de forma más eficiente. Será necesario apostar por una mayor automatización de tareas al servicio del ser humano, es decir, integrar el software necesario para llevar a cabo los trabajos más repetitivos y tediosos, liberando a los empleados para hacer tareas de mayor valor añadido, como la atención al cliente. Además, al optimizar la gestión de la mano de obra, las tiendas pueden prever con precisión sus necesidades, optimizar los horarios y mejorar la gestión de los descansos o los cambios de turno.

En 2024 seremos testigos de cómo el número de dispositivos tecnológicos al alcance de los dependientes se incrementa notablemente: desde escáneres de códigos de barras portátiles, a ordenadores de mano, dispositivos POS móviles, smartphones o soluciones de comunicación push-to-talk. Al mismo tiempo, las tiendas mejorarán el análisis de personal y la asignación inteligente de tareas para optimizar los procesos de programación, contratación, formación, gestión del rendimiento o nóminas.

- ***Mejor experiencia en la tienda: más opciones de pago y recogida de productos***

El número de compradores que prefiere utilizar opciones digitales de pago ha aumentado sustancialmente, incluyendo los pagos sin contacto, las cajas de autopago, el pago a través de smartphones, la posibilidad de pagar en cualquier lugar de la tienda, etc. Además, los consumidores manifiestan de forma abrumadora su deseo de que la experiencia en la tienda sea rápida y eficiente, lo que supone una gran oportunidad para que los minoristas inviertan en tecnologías que mejoren tanto el trabajo de sus dependientes como la experiencia del cliente.

Algunas de las soluciones que marcarán el 2024 serán las cajas inteligentes, capaces de reconocer los productos, estimar el importe total a pagar, aplicar ventajas de fidelidad o promocionales o identificar al consumidor; o el desarrollo de modelos de "compra online y recogida en la calle", que obligarán a replantear incluso la configuración de los aparcamientos. Al mismo tiempo, habrá que tener en cuenta fenómenos como la mayor predisposición de los consumidores a comparar precios, por lo que será clave mantener un inventario preciso en tiempo real, tener capacidad para cambiar los precios digitalmente e igualar los de la competencia y ofrecer soluciones de entrega más flexibles.

Un año haciendo la tecnología más accesible a empresas y personas.

2023 ha sido un año intenso para Samsung Electronics, hemos reforzado nuestras soluciones de movilidad con un esfuerzo innovador con la familia de smartphones, plegables, tablets y Galaxy Book volviendo a tomar protagonismo en el sector del PC.

Nuestros nuevos dispositivos han tenido una acogida muy positiva por parte de nuestros clientes, mostrando la confianza de los clientes en la marca. Y en el caso del sector empresarial, nuestro ecosistema ha mostrado ser una herramienta fundamental para mantener a las empresas españolas conectadas, productivas y seguras, especialmente con la ayuda de la plataforma de seguridad Samsung Knox.

Los partners de la compañía han sido cruciales en la estrategia de Samsung, aportando valor añadido a las empresas mediante la oferta de tecnología de punta y soluciones móviles, lo que ha resultado en una mayor competitividad en diversas industrias. El compromiso de Samsung con su canal de distribución ha sido firme, apoyando a los partners en la identificación y aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocio.

El éxito de Samsung este año se atribuye en gran medida a su red de distribución, y la búsqueda de nueva fórmula de negocio que acerque la tecnología a las empresas y las personas. Por ejemplo, Samsung se ha sumado a Tendit, y su servicio "Device as a Service" (DaaS) que promociona el alquiler integral y con renovación, permitiendo a las empresas estar actualizadas con la última tecnología, de forma flexible e incorporando un seguro completo y diversos servicios.

La adopción del servicio Daas, ha supuesto un notable aumento por parte de los partners de Samsung, con algunos generando entre el 30% y el 80% de sus ventas a través de esta modalidad. El objetivo de Samsung con DaaS ha sido fomentar el crecimiento de sus socios, ofreciendo a las empresas mayor flexibilidad y agilidad en la adopción de soluciones móviles, además de posibilitar el ahorro de costos y la renovación oportuna de equipos en un entorno en constante cambio.

Un caso ejemplar ha sido Tendit, que integró la oferta de dispositivos Samsung en su modelo de alquiler integral con renovación. Esto ha permitido que las empresas accedan al ecosistema Galaxy completo bajo un modelo de alquiler flexible, acompañado de seguros, atención al cliente premium y otros beneficios.

Un ejemplo de la importancia que Samsung da al aspecto de la seguridad, es nuestro acuerdo con Microsoft, para rediseñar la seguridad de los dispositivos móviles para empresas. Dando lugar a la primera solución de autenticación desde un dispositivo móvil de la industria, basada en hardware, que garantizar la identidad y la salud de un dispositivo en la empresa proporcionando una capa adicional de protección, a la hora del acceso en remoto a los puestos de trabajo.

Mirando hacia el futuro, aunque incierto, Samsung anticipa que la movilidad seguirá siendo un pilar clave en las estrategias de transformación digital. La visión de Samsung es que sus partners se conviertan en mentores de empresas en proceso de digitalización, impulsando el éxito a través de soluciones móviles. Los beneficios de la movilidad incluyen mayor eficiencia operativa, respuestas inmediatas a clientes y una toma de decisiones empresariales más ágil.

Finalmente, DaaS es solo un ejemplo de las múltiples soluciones innovadoras que Samsung y sus socios pueden ofrecer. Estas propuestas permiten a las empresas implementar un ecosistema móvil avanzado con soporte especializado y certificaciones de Samsung, destacando el compromiso continuo de la empresa con la innovación, la colaboración y el apoyo al crecimiento de sus partners y clientes en el dinámico mercado tecnológico.

SAMSUNG www.samsung.com/es/

Expertos españoles identifican las diez tecnologías clave para la innovación

La Cátedra de Ciencia y Sociedad de la Fundación Rafael del Pino ha identificado en su informe INTEC 2023 las diez tecnologías emergentes en las que España puede posicionarse como referente de la innovación a nivel global. En esta su cuarta edición, este informe se consolida como una guía referente en la prospectiva tecnológica más disruptiva.

EL ESTUDIO ha sido elaborado por once expertos procedentes del ámbito científico –entre ellos siete Premios Nacionales de Investigación–, y cuatro del empresarial, para lo que han desarrollado una importante labor de investigación de la innovación tecnológica mundial –incluye cerca de 600 referencias bibliográficas–, así como de análisis del entorno económico, normativo y social nacional.

El comité de expertos científicos que ha identificado hasta diez tecnologías en las que España puede posicionarse como referente de la innovación a nivel global quedó conformado por María José Alonso, Pablo Artal, María Blasco, Lina Gálvez, Laura Lechuga, Nuria Oliver, Manuel de León, Susana Marcos, María Ángeles Nieto, Andrés Pedreño, Héctor Perea, Emma Fernández, Javier Ventura-Traveset, Fernando Temprano y Francisco Marín (Premio Nacional de Innovación 2020).

En la presentación de sus conclusiones, Javier García, director de la cátedra y del informe, explicaba que "la revolución digital está provocando un cambio en la relación de las empresas con sus proveedores, clientes y trabajadores y en la forma en la que se organizan. Nos encontramos en un momento de explosión tecnológica, con grandes avances provocados por herramientas como la inteligencia artificial, pero si analizamos la adopción de tecnologías esenciales por parte del tejido empresarial español, vemos que todavía es realmente bajo. Es fundamental avanzar en ese ámbito para poder crear un tejido empresarial de alto valor añadido". García ha continuado señalando que "para poder aprovechar las posibilidades que se presentan en las diez áreas de innovación identificadas en el presente informe es fundamental promover una revolución tecnológica basada en el cambio de mentalidad y no solo en la acumulación de herramientas".

Innovación tecnológica

Las diez tecnologías emergentes clave para la innovación en España según INTEC 2023 son:

- *IA generativa en busca de modelos de negocio*

Se ha convertido en el mayor fenómeno de adscripción masiva desde el nacimiento de internet. Con una tasa de mejora en la velocidad de entrenamiento de modelos matemáticos del 94,4% desde 2018 y un número relativo de patentes presentadas en 2021 que multiplica por 30 el de 2015, tiene un enorme potencial transformador. La economía tiene que encontrar modelos de negocio y casos de uso que justifiquen la incorporación de la IA generativa. También es necesario mejorar la calidad y disponibilidad de la información, así como en el ámbito de la ciberseguridad y la ética, para que se convierta en la palanca de un cambio de paradigma en la relación persona-máquina.

- *Vacunas de ARNm, el nuevo paradigma*

Las posibilidades que ofrece esta tecnología a la investigación científica son enormes. El control de la información resulta clave para potenciar las vacunas basadas en ellas. Hay que apoyar la investigación dotándonos de muestras amplias y representativas de datos. INTEC 2023 apunta que, probablemente, la extensión de las nuevas técnicas requerirá de un nuevo mindset en la Administración, para que sea más abierta a los entornos colaborativos y a la revisión de los actuales modelos de gestión del tiempo, el presupuesto, los usuarios y los recursos. La carrera de la investigación en vacunas no puede ser un campo abonado para el fracaso o la venta obligada de ideas a las grandes corporaciones farmacéuticas.

- *Segunda revolución cuántica*

Transformará la electrónica e incorporará las posibilidades que abren las asombrosas propiedades de las partículas conocidas recientemente como el entrelazamiento y la superposición. Su impacto convierte a este proceso de innovación en un punto de referencia tecnológico para multitud de sectores como la óptica, la transmisión de información o la precisión de sensores y seguridad. El dominio de este nuevo mundo científico-tecnológico se configura como uno de los grandes desafíos en materia de soberanía y de seguridad nacional. Aunque quedan pendientes muchos aspectos para convertir todas estas previsiones en una realidad, es en ese espacio de indeterminación donde existe lugar para el desarrollo de nuevas propuestas, la investigación y la configuración de un marco atractivo para posicionar a nuestro país como uno de los actores en un mundo por venir pendiente todavía de construcción.

- *Diagnóstico inteligente*

Un buen diagnóstico es clave para la supervivencia y calidad de vida del paciente. Gracias a los avances en campos tan dispares como la genética, la fotónica y la IA, han emergido nuevas tecnologías de diagnóstico inteligente que permiten identificar patrones,

Javier García, director de la Cátedra de Ciencia y Sociedad de la Fundación Rafael del Pino.

realizar análisis de imágenes y datos clínicos y proporcionar recomendaciones rápidas, precisas y personalizadas a los profesionales de la salud. Se están desarrollando nuevas herramientas de diagnóstico como las piruletas inteligentes para detectar enfermedades a partir de muestras de saliva y los bisturís capaces de identificar células tumorales en muestras de tejido. Se abren enormes posibilidades en este campo para que España hable con voz propia en un ámbito médico en el que es ya referente mundial.

- *El nuevo rostro de la energía nuclear*

Si bien las campañas de sensibilización acerca de los riesgos asociados a la energía nuclear y la gestión de sus residuos han forzado a la industria a potenciar su apuesta por la innovación, no deben convertirse en un impedimento para el despliegue de soluciones alternativas, producto de la innovación científico-tecnológica, que precisamente demandaba la sociedad. La carrera de los reactores modulares pequeños (SMR) puede tener un valor geoestratégico enorme en el futuro, con posibles efectos en la competitividad de las economías, y supondrá una aportación decisiva para la reducción de emisiones de CO2.

- *Un escudo tecnológico para la ciberguerra total*

Existe un compromiso claro por parte de la comunidad tecnológica para desarrollar soluciones más eficaces, sofisticadas y sostenibles para proteger nuestra esfera digital del cibercrimen. Además, la colaboración entre gobiernos, organizaciones internacionales y empresas permitirá la construcción de un entorno online más seguro y confiable. Con concienciación, educación y adopción de las tecnologías más avanzadas, podemos forjar un futuro digital más resiliente, donde nuestros movimientos digitales se desarrollen con total confianza y seguridad.

- *Reinventar la forma en la que habitamos*

Las tendencias en sostenibilidad medioambiental, imperativos para una vivienda inteligente obligada a seguir un paradigma renovado confluyen con las propuestas que genera de forma cada vez más intensa el sector tecnológico digital, empeñado en concebir nuestro espacio vital en un ecosistema conectado. Rediseñar la casa del futuro consiste en utilizar tecnologías, materiales y sistemas innovadores para mejorar nuestra calidad de vida. Los arquitectos, ingenieros e innovadores buscan crear espacios que promuevan el bienestar físico, emocional y social de los residentes, al tiempo que garantizan niveles altos de privacidad y seguridad. Un enfoque integral en la construcción y diseño de la casa del futuro busca abordar estos aspectos desde un punto de vista multidisciplinar, que aproveche los avances en diferentes áreas.

> *«Para poder aprovechar las posibilidades que presenta la innovación es fundamental promover una revolución tecnológica basada en el cambio de mentalidad y no solo en la acumulación de herramientas» (Javier García, INTEC)*

- *Extintores digitales contra los incendios*

Los acontecimientos extremos asociados al cambio climático están movilizando cada vez más recursos e innovación tecnológica. En los incendios forestales, las grandes tecnologías de la revolución digital han sido convocadas para el diseño de estrategias de prevención, detección, extinción y reforestación. IA, supercomputación, drones, sensórica de última generación, robots y sistemas de conectividad avanzada se han convertido en herramientas indispensables en la lucha contra el fuego. Una mejor identificación de modelos de negocio incentivará también la innovación de base tecnológica a frenar los incendios.

- *El latido de las redes privadas de 5G*

La industria 4.0 necesitará incorporar la 5G y 6G y el WiFi6E y WiFi7 a sus sistemas de automatización inteligente para desarrollar la economía en tiempo real. En la actualidad, la falta de espectro disponible obliga a dejar en manos de unos pocos actores la innovación en tecnologías y casos de uso, mientras otros países promueven un nuevo sector creando un entorno mucho más favorable a las redes privadas 5G. Incorporar a las pymes como impulsoras de la demanda puede favorecer la aparición de un sector propio en un ámbito clave de la revolución tecnológica, y eso implica flexibilizar el acceso a las redes privadas de 5G.

- *El despertar de la inteligencia en el textil*

Desde el punto de vista de la innovación, la aparición de nuevas funcionalidades en los textiles abre un campo de oportunidades en ámbitos como la salud, la conectividad, la estética y el bienestar de las personas. Los avances en nanotecnología, nuevos sistemas de generación y almacenamiento de energía y en compuestos químicos inteligentes, capaces de reaccionar y transmitir información acerca de cambios en el cuerpo o en el entorno transformarán el concepto mismo de ropa de vestir. En ese desafío, la innovación debe facilitar la elección de prendas de más calidad y duraderas, para que cambie un patrón de compras que resulta insostenible.

Enséñale los dientes al ransomware.

OBTÉN LA DEFENSA MÁS FEROZ CONTRA AMENAZAS COMPLEJAS.

Barracuda®

Ramsés Gallego (ISACA): «No aplicar la seguridad desde la fase de diseño y hacerlo más adelante puede llegar a costar 30 veces más»

La Asociación de Auditoría y Control de Sistemas de Información (ISACA) es una comunidad global que promueve la confianza digital. Fundada como tal en 1976, aunque su funcionamiento se remonta a 1967 iniciado por un grupo de auditores en sistemas informáticos, su misión es dotar a personas y empresas del conocimiento, credenciales, educación, capacitación y comunidad para progresar en un mundo digital más confiable y ético.

DESDE QUE empezara recién licenciado en Ingram Micro como gestor de Ventas de Apple MacIntosh ¡1996!, Rámses Gallego ha estado vinculado al mundo de la tecnología en empresas de muy diverso cuño: seis años en CA y cuatro años en Entelgy en su primera década. En 2011 se estrena en la seguridad en la nube, precisamente con SecureCloud y su evento global en Fráncfort (Alemania). Un año después ingresaba en ISACA organizando el capítulo de Barcelona, entidad a la que sigue afiliado y van una docena de años, y por la que ha pasado por diversos cometidos desde el capítulo de Chicago hasta su actual papel de evangelista.

Luego estuvo en Dell hasta 2016, Symantec hasta 2019, Micro Focus hasta enero de 2023 y desde entonces y en la actualidad es CTO de OpenText. Con este trajín, su perspectiva global del mundo de la tecnología y en especial de la ciberseguridad posee un alto valor experiencial. Asiduo conferenciante y difusor de buenas prácticas, hemos tenido la occasion de lanzarle unas cuantas preguntas y estas han sido sus respuestas.

En primer lugar, preséntenos ISACA, cómo y cuándo nace, quiénes son sus miembros, cuáles son sus fines, qué hace en España…

ISACA es una organización sin ánimo de lucro fundada hace más de 50 años alrededor de la auditoría de sistemas de información y confianza en la tecnología que la soporta. Tras más de cinco décadas de crecimiento imparable en todo el mundo, la asociación tiene más de 170.000 miembros y 225 capítulos repartidos por el planeta a los que sirve a través de la difusión de conocimiento y certificaciones, certificados profesionales que acreditan su experiencia y conocimiento en disciplinas como gestión

Ramsés Gallego, ISACA Evangelist, Hall of Fame 2024.

de seguridad, privacidad, gobierno del riesgo empresarial, buenas prácticas, control y auditoría, etc. En España ISACA tiene tres capítulos: Madrid, Barcelona y Valencia, con un total de 2.000 asociados.

Llevamos oyendo de concienciación años y años… ¿se ha avanzado en este sentido algún milímetro, o el ser humano sigue siendo el eslabón más débil de la cadena informática?

Se ha avanzado, y mucho, debo decir. El nivel de comprensión y alerta frente a problemas derivados de brechas de seguridad, de vulnerabilidades en sistemas de información y amenazas en todo lo que tiene que ver con tecnología es mucho mejor que hace años. ¿Hay espacio de mejora? Sin duda, pero no debemos olvidar la inversión que hacen organizaciones como ISACA. así como entidades gubernamentales como INCIBE, ENISA y otras para concienciar a nuestra sociedad en el concepto de la confianza digital y la importancia de la ética, la garantía de privacidad, etc.

Igual de importante es la concienciación multi-generación y ahí, por supuesto, existe un abismo que debemos acortar. La percepción (o comprensión) del riesgo en personas de edad avanzada o gente muy joven que son nativos digitales no es la misma que en otras generaciones y es crítico que sigamos haciendo, como sociedad, esas acciones orientadas a comunicar estafas digitales, ataques en plataformas móviles, amenazas en las comunicaciones digitales, etc. De nuevo, poder obtener valor y confianza en que los sistemas son robustos y sólidos, que son confiables, que son medibles y gestionables es fundamental para la sociedad que queremos y debemos construir. La confianza digital que abandera ISACA creemos que es pieza nuclear de todo ello.

El gasto en ciberseguridad no para de aumentar, pero todos los años se baten las cifras de ataques del anterior… ¿Qué está pasando? ¿Qué falla? ¿Esto son como los antibióticos y

> *«No es si una empresa o país serán atacados, sino que cuando ocurra, la resiliencia y esa capacidad de continuar, de recuperarse, de aprender de los errores y de evolucionar será crítica para la supervivencia»*
> *(Ramsés Gallego, ISACA)*

vacunas, que hacen más resistentes a las cepas malignas de los virus?

Existen dos grandes problemas con todo ello. Por una parte, la 'superficie de ataque' no para de agrandarse. En cada movimiento existe una nueva aplicación, una nueva nube, una nueva infraestructura a la que conectarse. En consecuencia, ese 'universo' digital no para de crecer y, con ello, las posibilidades de errores, fallos, problemas, brechas de seguridad, inacción en el control adecuado. A pesar de que el gasto en ciberseguridad crece también lo hace esa superficie que permite que el cibercrimen intente atacar por más vectores, en múltiples dimensiones.

El segundo gran problema es la falsa sensación de seguridad. Las empresas y las personas pensamos -erróneamente- que una inversión ya es suficiente, que ya 'hemos hecho algo' en protección y defensa. Esta actitud, unida con el primer problema que planteaba, nos hace vulnerables en muchos más ángulos de los que creemos. Si se me permite la analogía física, es como pensar que con una alarma en casa ya tenemos seguridad completa. No cabe duda de que es un factor mitigante de riesgo… pero si otros controles como cerrar la puerta y ventanas o cerrar con doble llave son obviados, sigue habiendo probabilidad y posibilidad de que ocurra algo. Al fin y al cabo, la ecuación de riesgo tiene que ver con amenaza, vulnerabilidad, probabilidad, impacto. Pero también con motivos, medios y oportunidad.

Y hablando de resistencia… la palabra de moda es la resiliencia: entiendo que es más importante sobrevivir a un ataque que el fallar y recibirlo…

Resiliencia es un concepto que nos maravilla en ISACA y que forma parte intrínseca de la confianza digital. El diccionario indica que resiliencia es la capacidad de perdurar, de resistir. Y en un mundo en el que algunos autores hablan de la cuestión, no es si una empresa o país serán atacados, sino que cuando ocurra, la resiliencia y esa capacidad de continuar, de recuperarse, de aprender de los errores y de evolucionar será crítica para la supervivencia.

Por supuesto que la seguridad y la ciberseguridad (y los verbos que van con ellas son importantes: identificar, proteger, detectar, responder, recuperar) pero también lo son los cuatro verbos de resiliencia: anticipar, resistir, responder, evolucionar. En nuestra opinión, y sin olvidar que la seguridad es fundamental,

la capacidad de anticiparse a las amenazas y, sobretodo, de perdurar y resistir y después evolucionar en base a las lecciones aprendidas del error son instrumentales para una sociedad robusta y fuerte.

En esa dicotomía de cuanto más quiero proteger la privacidad de los datos de los clientes y usuarios más restrinjo la comodidad de uso de las aplicaciones, ¿dónde se posiciona ISACA?

ISACA se posiciona, de hecho, contra la dicotomía en sí misma. ¿Quién dice que por el hecho de proteger y querer garantizar la privacidad de los datos de usuarios y clientes implica reducir la productividad y la comodidad el uso de aplicaciones? Quien crea eso -con todo el respeto- es porque no tiene una visión amplia y profunda de las maravillas tecnológicas que existen. Se puede trabajar en proteger la información y hacer (casi) transparente la seguridad para el usuario.

Para eso existen la autenticación robusta, biometría, seguridad basada en el contexto del usuario donde no debe hacer -casinada para asegurar que es quien dice ser. Sin embargo, si empezamos a bastionar y endurecer el acceso a las aplicaciones con reglas, sistemas de credenciales antiguos y otras cuestiones sí que entiendo que son 'barreras' para el usuario… pero en la actualidad existen tecnologías en nube y para centros de datos suficientemente flexibles y adaptables que permitan trabajar para una garantía de protección y una certeza de que quien intenta acceder a la información es quien dice ser. De nuevo, si se me permite, el concepto de confianza digital resulta imperativo en todo este esquema.

Y preguntado de otra forma, cuanto más al principio de los desarrollos esté implicado el equipo de seguridad para sus tests de estrés se supone que mejor (DevOps, Containers…). Sin embargo, ¿no ralentiza esto el ritmo de lanzamiento de actualizaciones, e incluso, de nuevos modelos de negocio?

La clave está en incluir Sec dentro del ciclo de desarrollo. Por ello se le llama DevSecOps, donde los desarrollos deben considerar la seguridad desde el minuto cero. No es correcto pensar en cuestiones de usabilidad, interfaz de usuario, etc. y no contemplar cómo será la trazabilidad, dónde se guardarán las credenciales, cómo será la autenticación, etc. La seguridad debe formar parte del diseño de la aplicación o dispositivo… y existen modelos de desarrollo seguro para ello y son ágiles y flexibles. Me parece una 'excusa' decir que la seguridad considerada en el desarrollo es compleja y costosa cuando hay estudios que demuestran que hacerlo más adelante -con el producto ya acabado o incluso en producción- puede llegar a costar 30 veces más. La industria tiene un término para ello y es DevSecOps.

Cada vez hay más regulaciones gubernamentales al respecto de la ciberseguridad y los criterios que deben regir las relaciones digitales: ¿Qué medidas pueden implementar empresas y organismos públicos para mejorar sus defensas ante el incremento significativo de ataques?

Considerar la ley como ayuda -y no como un problema- es importante. Europa ha hecho grandes esfuerzos para articular regulaciones que nos permitan preservar la seguridad y privacidad de los ciudadanos. El RGPD (Reglamento General de Protección de Datos) o, en breve, NIS2 (Network and Information Security 2), que se transpondrá a las leyes de

cada país son de capital importancia para ello. O, en nuestro país, el Esquema Nacional de Seguridad, por ejemplo.

La respuesta a la pregunta planteada se basa en conocer el perfil de riesgo, el factor de exposición y los diferentes canales de entradas/salida de información. Las empresas y los gobiernos deben proteger el puesto de trabajo, y las infraestructuras (críticas) por donde transita su información, por supuesto. Y las granjas de datos y centros de operación donde habitan información confidencial, ¿cómo no? Y las nubes que utilizan para entregar valor a clientes, usuarios, empleados y ciudadanos, evidentemente. Si todo esto parece demasiado… lamento decir que no hay alternativa.

Es el mundo digital que nos ha tocado y hemos elegido vivir y por ello mi respuesta es holística, global, unificada, consistente. Las defensas deben y pueden mejorarse entendiendo los posibles ataques (la inteligencia de amenazas es una disciplina en alza) así como los pilares donde se apoyan las operaciones digitales (nubes, dispositivos móviles, centros de datos...). Invertir en todo ello puede parecer costoso… pero lo realmente caro es no tener protección y sufrir ataques de ransomware y/o cualquier otro que implique pérdida reputacional y de datos de clientes. Eso sí que es caro y complejo.

¿Cuál es el rol de las certificaciones como el CMMI o COBIT de ISACA en la mejora de la ciberresiliencia?

Las certificaciones y certificados de ISACA se orientan a disciplinas que forman parte de la ciberresiliencia. El gobierno de la empresa digital, la privacidad, la gestión del riesgo, los modelos de madurez en gestión de infraestructuras, el conocimiento de la nube, la auditoría de sistemas de información, etc. son pilares instrumentales, en nuestra visión de la ciberresiliencia y de la confianza digital y, por ello, los cuerpos de conocimiento de las diferentes certificaciones y certificados cubren ángulos que permitan a un profesional la comprensión de todo ello para abarcar más ampliamente la protección y la defensa.

> *«La capacidad de anticiparse a las amenazas y, sobretodo, de perdurar y resistir y después evolucionar en base a las lecciones aprendidas del error son instrumentales para una sociedad robusta y fuerte» (Ramsés Gallego, ISACA)*

La irrupción de nuevas tecnologías no solo es continua, sino que se acelera. ¿Cómo pueden afectar las nuevas tecnologías, especialmente la IA generativa, en la ciberseguridad de las empresas y organismos públicos?

La IA tiene un papel de capital importancia en nuestra sociedad porque resuelve problemas de manera más capaz y rápida y acelera la productividad en muchos ámbitos. Lamentablemente, en el entorno digital que nos ocupa también se está utilizando para automatizar ataques y ampliar las capacidades de hacer daño. Pero también afortunadamente se utiliza en las líneas de defensa para completar y complementar las habilidades humanas (en un Centro de Operaciones de Seguridad, por ejemplo) y detectar amenazas más rápidamente. La IA generativa aprende constantemente –incluso de sus errores (en una de sus acepciones se denomina 'Reinforcement Learning', aprendizaje reforzado)– y es maravilloso ver cómo el algoritmo comprende patrones de comportamiento de ataque y aprende nuevas técnicas y procedimientos a cada momento.

Solemos decir que si Internet lo cambió todo… con la IA, todo debe cambiar. Y cambiará. En el ámbito público, pero también en el privado, el uso de tecnologías que amplifiquen y expandan nuestro conocimiento resulta crítico porque es evidente que las y los cibercriminales no van a parar. Por ello no debemos parar nosotros tampoco y ser persistentes en la protección y en la defensa. La IA viene a cubrir un hueco existente (la debilidad humana… como ser humano que se cansa, enferma o puede simplemente tener un mal día, etc.) y amplifica y multiplica las capacidades de detección de problemas.

¿Qué tendencias en ciberseguridad podremos ver durante los próximos doce meses?

Todo lo que tenga que ver con la nube y la IA será clave en los próximos doce meses. Las capacidades de automatización de la tecnología van a resultar un elemento diferenciador en las estrategias de seguridad (como hemos dicho anteriormente en la inteligencia de amenazas, por ejemplo) así como en la unificación de infraestructuras de seguridad de manera que podamos hablar de 'Internet seguras', 'sitios seguros'. Predecimos una era en la que habrá entornos digitales 'seguros', habilitados por la IA y 'garantizados' por tecnología e incluso ciberseguros… y 'otros lugares de Internet'. La combinación de IA más entornos nube serán claves en nuestro futuro digital. Lamentablemente, en el vector-ataque también veremos automatización y uso de tecnologías desatendidas para atacar y, como casi siempre, motivaciones económicas y/o con intereses geopolíticos. Pero la protección y la defensa no debe parar, e innovar de manera radical será fundamental en los próximos meses. Es el signo de los tiempos.

¡Conoce nuestra plataforma!

La herramienta de trabajo diaria para nuestros **asociados**

Imagen

Una imagen actual, con facilidad de uso y funcionamiento. Se puede configurar para que se ajuste al estilo corporativo del asociado.

22 Proveedores Integrados

22 proveedores integrados del sector de la informática y la papelería. Más de 120.000 referencias en stock.

Compra y Vende

Con nuestra plataforma podrás comprar y vender. Ahorrarás tiempo y rentabilizarás tu negocio.

SCAN ME!

Y DALE AL

¡Queremos que lo veas!

www.soluziondigital.com · info@soluziondigital.com · Teléfono 973 27 59 40

Siendo vital la digitalización, no es lo prioritario, dicen las pymes

El 81% de las pymes españolas están llevando a cabo un proceso de transformación digital, para ser más eficientes y para destacar frente a la competencia. Así lo muestran los datos del estudio sobre digitalización realizado por Pleo, una solución para gastos, para conocer la opinión de los directores y financieros de estas empresas sobre sus procesos de transformación digital, sus motivaciones y la fase en la que se encuentran. ¿Se puede hacer más?

ESPAÑA SE encuentra en un puesto avanzado en digitalización y conectividad, según el último informe de la "Década Digital 2023" de la Comisión Europea, aunque recomienda seguir impulsando la digitalización de las pymes, que están ligeramente por debajo de la media europea con un 68% frente al 69%. De hecho, datos del estudio de Pleo ponen de relieve que a pesar de que ocho de cada diez pymes apuestan por la digitalización, el ritmo entre las pymes no es el deseado, con el 70% de los encuestados que considera que aún no se encuentra en una fase avanzada. Por otro lado, el 42% sitúa a su empresa como en una fase de digitalización intermedia, mientras que un 13% considera estar en una fase temprana, y solo el 5% considera su proceso de digitalización como avanzado.

El estudio destaca también las motivaciones para iniciar procesos de digitalización, entre las pymes destacan mejorar su eficiencia (71%), adquirir una ventaja competitiva (45%), aumentar su capacidad de innovación (43%), mejorar sus relaciones con los clientes (41%), maximizar el ahorro de coste por reducción de plantilla (24%) o apostar por la sostenibilidad (23%). Aunque el ritmo de digitalización es dispar, más del 75% de los encuestados coinciden en que la transformación digital ha tenido un impacto positivo en el lugar de trabajo.

Cuidar al negocio y los ingresos

Sin embargo, la digitalización no es la principal prioridad de las pymes españolas, sólo el 29% sitúa la digitalización de procesos como una prioridad, con un 31% de los encuestados que afirma que destina entre un 1 y 9% de su presupuesto anual en iniciativas de transformación digital, frente a un 13,5% que destina entre un 20 y un 29%.

En cambio, el 77% de las pymes encuestadas considera que aumentar los ingresos es su máxima prioridad como negocio, a pesar de que el 71% afirma que la digitalización es clave para el futuro crecimiento de su empresa. Entre otras prioridades de las pymes encontramos mejorar las ineficiencias, que así lo afirma el 49% o mantener la estabilidad después de un periodo complejo, como opina un 24%.

No obstante, el 50% de las pymes encuestadas afirman que el clima económico complejo no ha alterado su inversión en digitalización, mientras que el 28% reconoce haber cogido presupuesto destinado a digitalización y destinarlo a otras partidas. Y es que entre los retos que las pymes encuentran en su proceso de digitalización se encuentran la seguridad de los datos (38%), la falta de presupuesto (33%), la falta de formación (26%) o de competencias digitales internas para poner en marcha los proyectos (25%).

Álvaro Dexeus, director de Pleo para el Sur de Europa.

La formación de equipos en materia de digitalización también es un aspecto clave que requiere inversión y un 40% de los encuestados destina entre 1 y 9% del gasto de su empresa en formar a empleados en competencias digitales, frente a un 20% que dedica entre el 10 y el 19% de su gasto a formación relacionada con transformación digital. Entre los departamentos donde las pymes han centrado los esfuerzos en digitalización, destaca el departamento de Tecnologías de la información (TI) con un 49%, seguido por Ventas con un (45 %), Operaciones (42%), Marketing (29%), dejando a la cadena de suministro poco digitalizada, con un 16%.

Entre las tecnologías que las pymes encuestadas han adoptado o piensan adoptar como parte de su estrategia de transformación digital destacan para el 72% las herramientas digitales como soluciones de gestión de gastos, seguido de cloud computing para el 50%, Inteligencia Artificial/ Machine Learning para el 40% y, por último, herramientas analíticas basadas en Big Data para el 19%.

"La digitalización es un proceso inevitable y las cifras de España demuestran que la mayoría de las pymes ven un impacto positivo en su organización. En un escenario laboral y de mercado tan complejo, es necesario que los procesos de transformación digital sean una prioridad para nuestras empresas y les ayude a superar aquellas estructuras de trabajo poco eficientes que generan los procesos manuales y anticuados", comenta Álvaro Dexeus, director de Pleo para el Sur de Europa. "La automatización de la gestión administrativa y contable a través de soluciones tecnológicas, tal y como están adoptando un 72%, les permitirá no solo ser más eficientes y transparentes, sino que también les traerá reducción de costes y una mejor gestión del tiempo, esencial para aumentar su competitividad".

España debe crecer un 11% en IA y Big Data para alcanzar sus objetivos

Menos del 25% de las empresas españolas emplean en la actualidad la Inteligencia Artificial o el Big Data en su día a día. Ese porcentaje, clave en la economía para potenciar los ingresos y beneficios, es el mínimo que tiene marcado el Gobierno como objetivo de cara a 2025. ¿Llegaremos a tiempo? Tras un año 2023 donde la IA ha aumentado notablemente su popularidad, queda por delante todo este 2024 para alcanzar la cota señalada por las autoridades públicas. Según el análisis de la tecnológica Pandora FMS, España debe crecer un 11% en los próximos diez meses.

En base a los informes del INE, la compañía española, proveedora de una plataforma de monitorización ómnibus, confirma que España debe mejorar ese 11% durante este 2024. La media de empresas que utilizan la Inteligencia Artificial supera ligeramente el 12%. El Big Data, algo más extendido entre las compañías nacionales, se mueve en torno al 15%. En total, la media queda en un 14% que debe crecer mucho todavía para llegar al 25%. Además de tener ese reto para el 2025, cabe recordar que en 2030 el porcentaje debe ser del 75% para seguir el ritmo de la Unión Europea.

"Poco a poco se va perdiendo el miedo a la inversión, que habitualmente suele ser uno de los inconvenientes de los directivos", explica Sancho Lerena, CEO de Pandora FMS. "Hay que confiar en la digitalización y la innovación. Y apostar por el desarrollo de sistemas que permiten organizar y gestionar cualquier empresa de una manera mucho más sencilla y eficiente".

La Inteligencia Artificial mantiene un ritmo positivo de desarrollo. Entre los dos últimos informes del INE analizados por Pandora FMS el crecimiento supera el 4% en tan solo un año, pasando del 8,32% del 2021 al dato más reciente del 12,60%. Además, destaca el desarrollo de algunas CCAA como pueden ser Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana, Aragón o La Rioja. Según la compañía española, destaca el avance de las empresas del norte respecto a las del sur, aunque el crecimiento es generalizado.

La Comunidad de Madrid es la líder en Inteligencia Artificial con un porcentaje en torno al 16%. Además, con un crecimiento del 5% aproximadamente entre informe e informe. Un 6% ha crecido el dato en la Comunidad Valenciana y en Cataluña, donde se ha pasado a aproximadamente del 14% y 15% respectivamente. Aragón mantiene esa dinámica pasando de menos del 8% a superar el 14%. Pero es sin duda La Rioja quien más despunta, dejando ver un desarrollo empresarial en el uso de la IA del 4% al 12% en los últimos datos.

> *«La IA se puede introducir en el funcionamiento de cualquier empresa. Basta con tener el software necesario para poder sacar provecho a una herramienta de estas características» (Sancho Lerena, Pandora FMS)*

"La Inteligencia Artificial se puede introducir en el funcionamiento de cualquier empresa. Basta con tener el software necesario para poder sacar provecho a una herramienta de estas características", indica Lerena, cuya empresa está especializada en la seguridad y la gestión TI de empresas como Telefónica, Rakuten o administraciones como Madrid Digital.

Sancho Lerena, CEO de Pandora FMS.

Más analíticas para las empresas

Al igual que la Inteligencia Artificial, el análisis realizado por Pandora FMS destaca el crecimiento del Big Data, que ha pasado de tener una presencia del 11% a alcanzar el 15%. "La ratio de desarrollo es del 4% en ambas herramientas. Es positivo, pero para llegar a la meta del 25% el impacto debe ser mucho mayor", reconoce.

La Comunidad de Madrid, al igual que la IA, es quien lidera el ranking con un 18% de empresas que analizan Big Data. El aumento respecto a la anterior estadística es de un 7% más. La Rioja, de nuevo, sufre un exponencial crecimiento pasando del 6% al 17%. Cataluña también se mantiene en el 18% creciendo un 6%, y Comunidad Valenciana pasa del 11% al 15%, prácticamente mismo incremento que Andalucía. En este caso, Baleares también crece hasta el 15% tras anotar un 7% en el informe previo.

2025 será el primer gran paso de España en cuanto a desarrollo de Inteligencia Artificial y Big Data. 2030 es el camino final con un porcentaje del 75%. España continúa digitalizando empresas y el apoyo de las pymes será fundamental. Desde el sector TIC hacen hincapié en dos cosas: hay tecnología nacional preparada para afrontar esta nueva era económica.

Colormetrics

CAMBIE SU **PUNTO DE VISTA**

CAMBIE SU **PUNTO DE VENTA**

Colormetrics: sistemas de TPV con un toque particular.

¡Es el momento perfecto para transformar el punto de venta!

Muestre su mejor imagen en el punto de venta con los innovadores sistemas de TPV de Colormetrics. Nuestros sistemas de caja y quiosco se encuentran tecnológicamente a la vanguardia y combinan su sofisticado diseño y excelente calidad con una reflexionada facilidad de uso. Genere entusiasmo en el punto de venta entre sus empleados y clientes, con Colormetrics.

www.colormetrics.info

Serie Colormetrics P1000

Cambie su punto de vista sobre lo asequible

El Colormetrics P1000 es nuestro sistema de punto de venta «todo en uno» que le ofrece «más por menos». Lo diseñamos pensando en aquellos que, en el comercio minorista y la hostelería, valoran un diseño elegante y, por un módico precio, desean proporcionar una gran experiencia en el punto de venta.

- Gran pantalla táctil de 15" (P-CAP)
- Excelente resolución (1.024 × 768 píxeles)
- Fuente de alimentación integrada en el soporte
- Soporte VESA 100 para montaje en pared
- Sin ventilador

Colormetrics P5500

Cambie su punto de vista sobre la modularidad

Gracias a su moderno diseño en negro y plata y sin ventilador, el sistema de punto de venta «todo en uno» P5500 encaja especialmente bien en áreas de trabajo en las que se busca crear un ambiente relajado.

- Sistema de punto de venta «todo en uno» con pantalla panorámica FHD de 15,6"
- Potentes CPU: Intel Celeron 4305UE, Core i3-8145UE y Core i5-8265U
- Compatible con Windows 10 y Linux
- USB-C, PoweredUSB 24V, USB 3.0, USB 2.0, RS-232, LAN
- Soporte VESA de 75 × 75 mm
- Opcionalmente: diversos accesorios, como monitores

Colormetrics C1400

Cambie su punto de vista sobre la intensidad

El C1400 combina su diseño dinámico, elegante y compacto con una gran versatilidad. Con su impresora térmica integrada, el terminal de punto de venta «todo en uno» C1400 garantiza una excelente interacción con sus clientes en cualquier situación.

- Sistema de punto de venta «todo en uno» elegante y compacto
- Pantalla panorámica capacitativa (P-CAP) de 14" y práctico diseño de atril
- Impresora térmica directa integrada; velocidad de impresión de 200 mm/s
- USB, serie, Ethernet, conexión de cajón portamonedas; opcionalmente, RFID, WLAN y 4G
- Opcional: Incorpora visor de cliente VFD 2 × 20 de 4,3"

JARLTECH
Premium Distribution

Encargue ya los innovadores sistemas de TPV de Colormetrics.
Teléfono gratuito: 800 033 330 • E-mail: info@jarltech.es

Nunca ha sido tan fácil explorar cómo los contenedores pueden acelerar el desarrollo de la IA y la DX

Los contenedores están en el corazón de las plataformas nativas de la nube y del desarrollo de la IA, lo que los convierte en parte integral de la transformación digital, afirma Glenn Fitzgerald [director del equipo de Customer Solution Architec]. El lanzamiento de una nueva plataforma de prueba gratuita de Kubernetes por parte de Fujitsu garantiza que las empresas puedan revisar su panorama actual y futuro de contenerización.

ALGUNOS DICEN que los contenedores de software se remontan a la década de 1960, pero en realidad surgieron en 2013 con el lanzamiento de Dockers, seguido un año después por Kubernetes. Al mes de su primer lanzamiento de prueba, Docker fue explorado por 10.000 desarrolladores. En 2014, el software se había descargado 2,75 millones de veces, y esta cifra alcanzó los 100 millones menos de un año después.

Desde entonces, el crecimiento también ha sido continuo. Según un estudio de mercado publicado en febrero de 2023 por Global Market Estimates, se espera que el mercado mundial de contenedores de software genere 3.200 millones de dólares en 2023 y se prevé que crezca a una CAGR del 11,2% de 2023 a 2028.

Los contenedores apuntalan el desarrollo nativo en la nube

Los contenedores tienen muchas ventajas. Desde el punto de vista empresarial, reducen los costes, aumentan la productividad, aceleran el desarrollo, mejoran la seguridad y la continuidad. Es toda una lista de ventajas: veamos por qué.

En comparación con las máquinas virtuales (VM), los contenedores ocupan muchos menos recursos, se activan y desactivan más rápidamente y su gestión requiere menos sobrecarga. Mientras que las máquinas virtuales abstraen el software del hardware subyacente y permiten múltiples instancias de ese software en un dispositivo, los contenedores desacoplan el entorno operativo subyacente y el hardware de los servicios. Puede tener tantos "microservicios" en contenedores como desee y cambiarlos sobre la marcha. Y todo ello sin la carga de costes de licencias adicionales para Oracle, SQL Server u otras aplicaciones, como ocurriría con las máquinas virtuales.

Pero la popularidad de los contenedores va más allá. Están totalmente alineados con las nuevas tendencias en el desarrollo de software. Encajan perfectamente con DevOps y el desarrollo ágil, que requieren que los desarrolladores trabajen de forma separada de la plataforma. Los contenedores hacen que el entorno de trabajo de un desarrollador sea uniforme esté donde esté. Por ejemplo, ya no es necesario preocuparse por garantizar la coherencia mediante la asignación de hardware.

Son perfectas para el trabajo a distancia, que ahora predomina en los entornos de desarrollo. Y facilitan la continuidad del negocio y la capacidad de recuperación. Ayudan a garantizar que las aplicaciones estén aisladas unas de otras, lo que puede contribuir a reducir el riesgo de conflictos entre aplicaciones y mejorar la estabilidad general del sistema.

Los contenedores también pueden ayudar a garantizar que las aplicaciones sean portátiles y se ejecuten en cualquier infraestructura. Esto puede ayudar a reducir el riesgo de dependencia de un proveedor y facilitar el traslado de aplicaciones entre distintos entornos.

Visto así, los contenedores son la base fundamental del desarrollo nativo en la nube.

Una hegemonía del código abierto

Dado este énfasis en la portabilidad y la interoperabilidad entre plataformas, tiene sentido que los contenedores se hayan desarrollado como software de código abierto desde principios de la década de 2000. Google empezó a utilizar contenedores a escala con Cgroups en 2004 y lo fusionó con LXC en 2008: contenedores Linux basados en Cgroups.

Mientras que Docker está basado en Linux, Kubernetes no lo está. Sin embargo, también es una plataforma de orquestación de contenedores de código abierto que puede ejecutarse en cualquier sistema operativo compatible con contenedores.

Las cosas despegaron en 2017. En abril de ese año, Microsoft habilitó los contenedores Linux en Windows Server. Y empresas como Pivotal, Rancher (SUSE), AWS e incluso Docker empezaron a dar soporte a Kubernetes,

consolidando su posición como tecnología de orquestación de contenedores por defecto.

Fujitsu está totalmente de acuerdo con esta hegemonía del código abierto. Es miembro de la Linux Foundation desde hace mucho tiempo y miembro fundador de la Open Container Initiative (OCI) y la Cloud Native Computing Foundation (CNCF). Por ejemplo, ofrecemos opciones de RedHat y SUSE Rancher integradas en nuestras ofertas de nube híbrida y SAP. La disponibilidad se realiza a través de nuestro modelo uSCALE basado en el consumo, en el que, en este caso, los clientes pagan por contenedor, lo que hace que la asequibilidad sea alta y los compromisos de CAPEX bajos.

¿Y los contenedores?

El despliegue de contenedores en el panorama informático sigue acelerándose. Un área emergente de desarrollo es su uso en soluciones de protección de datos. Todos los principales proveedores tienen ahora ofertas en contenedores para abordar aspectos específicos de la protección, como Astra de NetApp y NetBackup de Veritas. Del mismo modo, Veeam está integrando la plataforma K10, adquirida cuando compró Kasten, en su plataforma de gestión de datos en la nube.

En otras palabras, hay muchas opciones para quienes buscan soluciones de protección de datos en contenedores. No vemos una única solución que responda a todas las necesidades. Cuál es la adecuada en cada circunstancia empresarial, si es que hay alguna, es una mejor manera de enmarcar las cosas. Y luego, ¿cómo orquestar todas las piezas que funcionan?

«Existe un especial interés en el uso de contenedores para el desarrollo de la IA. Pueden ayudar a garantizar que los modelos de IA estén aislados unos de otros, lo que contribuye a reducir los conflictos entre modelos y mejorar la estabilidad» (Gonzalo Romeo, Fujitsu)

Contenedores e IA

Lo mismo ocurre con la IA. En la actualidad, existe un especial interés en el uso de contenedores para el desarrollo de la IA. Pueden ayudar a garantizar que los modelos de IA estén aislados unos de otros, lo que puede ayudar a reducir los conflictos entre modelos y mejorar la estabilidad.

Por eso, la plataforma Fujitsu Kubernetes Test Drive se basa en nuestra instalación AI Test Drive ya existente. Está diseñada para demostrar que la tecnología de contenedores es relativamente sencilla de gestionar, implementar y operar. Las herramientas proporcionadas por los proveedores de contenedores refuerzan esto, y el Test Drive incluye moderación y consultoría por parte de los expertos de Fujitsu para ayudar a los clientes a empezar y resolver cualquier duda por el camino.

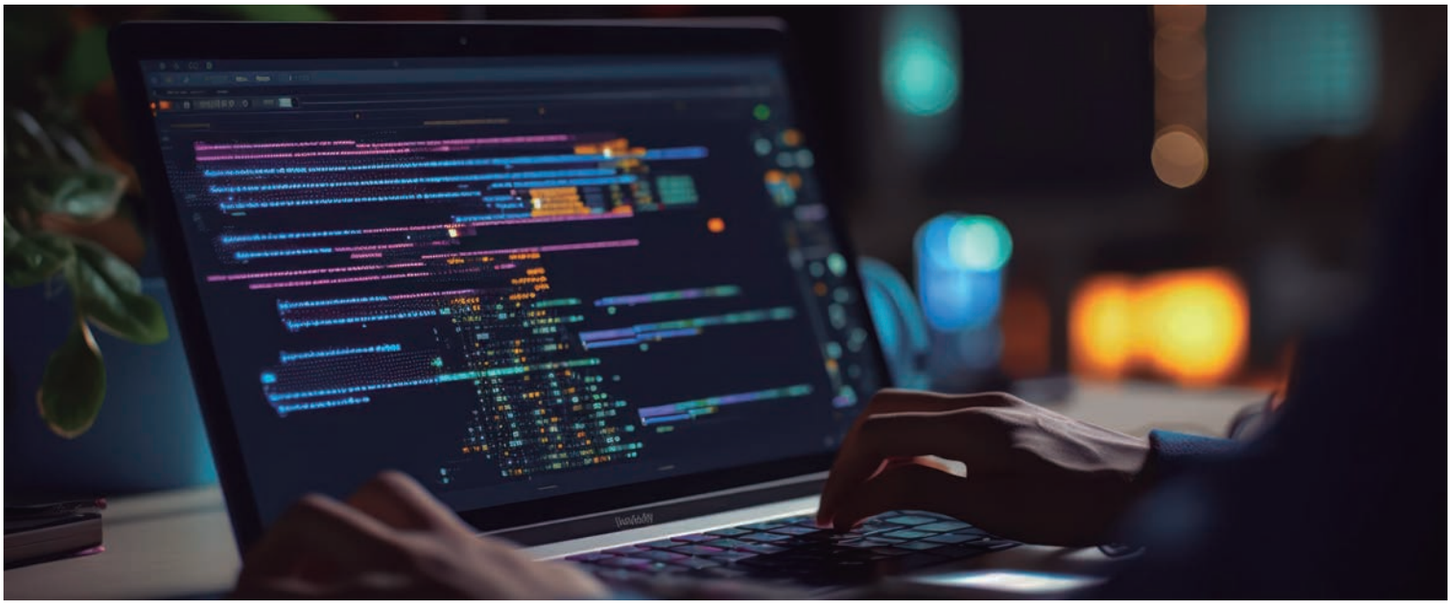
El hecho de que cualquier cliente que opte por probar el Test Drive de Kubernetes probablemente tenga un entorno único es totalmente la cuestión. Los contenedores son relativamente neutrales para todos ellos, por lo que los clientes pueden hacer lo que quieran.

Abrazar las posibilidades

A pesar de la popularidad de los contenedores que ejecutan microservicios, muchas organizaciones –quizá hasta un 30% en todo el mundo– aún no han adoptado la tecnología.

Estas organizaciones deben permanecer abiertas a explorar diversas opciones para impulsar la innovación. La plataforma Test Drive de Fujitsu ofrece una excelente oportunidad para evaluar soluciones basadas en contenedores y tomar decisiones informadas. Con su capacidad para acelerar el desarrollo de IA, fomentar la transformación digital y una flexibilidad sin precedentes, los contenedores tienen un enorme potencial para desbloquear nuevas posibilidades e impulsar su viaje hacia el éxito. Tiene sentido mantener todas las opciones abiertas y asesorarse de forma imparcial sobre qué opciones investigar. La prueba de conducción es una excelente oportunidad para hacer precisamente eso.

Gonzalo Romeo,
director de Producto de Fujitsu



Hoteles sin esperas ni horarios.
FeelFree Check-in.

Partner Tech añade a su catálogo de soluciones 360 la última tecnología en **kioscos autocheck-in de exterior e interior** para el sector hotelero. Una nueva experiencia rápida e intuitiva que revoluciona los conceptos de check-in y check-out. **Rápidos, eficientes y flexibles**.

- Rapidez y comodidad
- Sin esperas ni colas
- Libertad y flexibilidad
- Disponible 24/7
- Agiliza operaciones
- Optimiza personal
- Reduce costes
- Clientes satisfechos

Libertad para el cliente. Eficiencia hotelera.

1. Identificación de reserva
2. Escaner DNI Pasaporte
3. Reconocimiento facial
4. Firma
5. Pago con tarjeta
6. Generación de llaves (Pin, código o móvil)
7. Venta cruzada y sugerida
8. Bienvenida y factura digital

FeelFree Check-in te lo pone muy fácil

Los hoteles son para disfrutar, no para esperar.

FeelFree CHECK-IN

EXTERIOR

INTERIOR

Rápido, flexible y eficiente.

Partner Tech, soluciones 360°

Una empresa líder con el mayor catálogo de soluciones del mercado.
Nos ocupamos de todo para su negocio. Consultoría, personalización, instalación y mantenimiento.

Quieres concertar una demo?

913 120 632
comercial@partner-tech.eu
www.partner-tech.eu

PARTNER

CARE . TRUST . RESPONSIBILITY

Sophos Day cumple su novena edición reuniendo a su ecosistema de partners

La IX Sophos Day reúne en el Museo Reina Sofía de Madrid a más de 400 profesionales del sector de la ciberseguridad para conocer el panorama de ciberamenazas y las tendencias de seguridad para las empresas, que pudieron conocer de manera pormenorizada el informe Active Adversary Report for Security Practitioners.

EL ESTUDIO de Sophos Labs revela cómo los atacantes están desactivando o borrando los registros de telemetría (todos los datos y registros de los movimientos llevados a cabo dentro de la red) para ocultar su rastro, ya que estos registros de telemetría faltaban en casi el 42% de los ataques estudiados, mientras que en el 82%, los atacantes los había eliminado a propósito para silenciar su presencia y dificultar su captura.

Las brechas en la telemetría disminuyen la visibilidad tan necesaria en las redes y sistemas de las empresas, especialmente porque el tiempo de permanencia del atacante (el que transcurre desde el acceso inicial hasta la detección) continúa disminuyendo, acortando el tiempo que los responsables de seguridad tienen para responder eficazmente a un incidente.

Un año más se contó con la asistencia del especialista de la casa, John Shier, CTO Field de Sophos, que manifestó: "El tiempo es crítico cuando se responde a una amenaza activa. El tiempo entre la detección del acceso inicial y la mitigación completa de la amenaza debe ser lo más corto posible. Cuanto más avance el atacante y menos telemetría haya disponible, más dificultad y tiempo necesitarán los equipos de seguridad para mitigar el ataque. Estamos viendo que los atacantes van cada vez más rápidos, aunque no están cambiando sus técnicas porque les siguen funcionando. Esto es una buena noticia y está permitiendo que el tiempo de detección también se reduzca. La clave es aumentar la fricción siempre que sea posible: si se dificulta el trabajo de los atacantes, se puede añadir un tiempo valioso para responder".

¿Cómo están actuando los ciberatacantes?

El informe de Sophos, basado en 232 casos reales realizados por su equipo de Respuesta a Incidentes (IR) en 25 sectores con empresas de 34 países (83% de menos de mil empleados) desde el 1 de enero de 2022 hasta el 30 de junio de 2023, revela las tendencias en el comportamiento de los ciberdelincuentes, clasificando los ataques de ransomware en el informe entre "Ataques rápidos", –con un tiempo de permanencia de los atacantes en la red de la víctima inferior o igual a cinco días, que representan el 38% de los ataques estudiados– y "Ataques lentos" –con un tiempo de permanencia superior a cinco días, lo que ocurre en la mayoría (62%) de los casos analizados–.

En cuanto a las herramientas, técnicas y binarios "living-off-the-land" (LOLBins) que desplegaron los atacantes, no hay mucha variación entre ataques rápidos y lentos. Esto sugiere que no es necesario reinventar las estrategias defensivas para frenar esos ataques, aunque los ataques rápidos y la falta de telemetría puede obstaculizar enormemente los tiempos de respuesta, y, en consecuencia, conllevar más destrucción.

El tiempo de permanencia, desde el inicio de un ataque hasta que se detecta, continúa reduciéndose, situándose en ocho días en la primera mitad de 2023. En 2022, el tiempo medio de permanencia disminuyó de quince a diez días. De hecho, los atacantes tardan menos de un día, aproximadamente 16 horas, en llegar a Active Directory (AD), el activo más importante de las empresas. AD normalmente gestiona la identidad y el acceso a los recursos en toda una organización, lo que significa que los atacantes pueden utilizar el directorio para escalar fácilmente sus privilegios en un sistema y llevar a cabo una amplia gama de actividades maliciosas.

La gran mayoría (91%) de los ataques de ransomware se producen fuera del horario laboral. Casi la mitad (43%) de los ataques de ransomware se detectaron el viernes o el sábado. Así lo resumía el Field CTO Threat Intelligence de Sophos: "El tiempo de permanencia –'dwell time'- se ha reducido de 18 días en 2020 a cinco en 2023. Funcionan como un verdadero virus que va infectando y expandiéndose. Y atención, los viernes y de 6 pm a 8 am son los días y horas favoritos para atacar. Es fundamental la detección precoz, puesto que tras la penetración, la mitad de los intentos exitosos se producen en los siete primeros días".

John Shier, CTO Field Threat Intelligence de Sophos.

Ricardo Maté, vicepresidente para el Sur de Europa de Sophos.

Lo que pasa, según este experto, es que las brechas de seguridad siguen siendo una constante y que la extorsión, cuando los ciberdelincuentes entran en la red, robando los datos y exigiendo un pago por ellos sigue creciendo. "La exfiltración de datos y la extorsión son más elevadas de lo que representan las cifras publicadas y los titulares, ya que la mayoría de las organizaciones prefieren no hablar de ello. En los últimos tres años la explotación de vulnerabilidades ha cobrado especial relevancia, sobre todo en la primera mitad de 2023 con casi 70 detectadas a diario, 25.000 en la primera mitad del año, por lo que no hay tiempo material de parchearlas de manera inmediata. Por eso es necesario contar con el mayor número de herramientas combinadas para obtener una respuesta más rápida y automatizada".

Ciberseguridad como servicio

Durante la jornada, en la que se dieron cita clientes, partners, medios y expertos de ciberseguridad de todo el mundo, se fueron desgranado las piezas que conforman el actual panorama de la ciberseguridad. Ricardo Maté, vicepresidente para el Sur de Europa de Sophos, fue el encargado de abrir la sesión, y centró su presentación en la estrategia de la compañía basada en el concepto de la ciberseguridad como servicio.

La complejidad de las amenazas y el volumen y evolución constante hacen que cada vez sea más difícil para las empresas hacer frente a los ataques con herramientas útiles. Maté enumeró los principales retos y brechas a los que se tienen que enfrentar las empresas de cualquier tamaño: la cada vez mayor cantidad de dispositivos conectados dentro de las organizaciones, incluidos los que se traen los propios trabajadores, lo que dificulta la efectividad de políticas de seguridad al saltarse barreras y controles con tal de trabajar sin tantas trabas; además, conviven distintos sistemas sin la seguridad de que estén correctamente actualizados; otra dificultad añadida es que en muchas ocasiones los ataques se enmascaran a través de herramientas legítimas; o provienen de proveedores dentro de la cadena de operaciones; a ello se añade la falta de formación genérica, y peor aún, falta de talento específico disponible en el mercado laboral para contratar (a nivel mundial, 3,4 millones de ciberexpertos); y de ello se deriva la falta de alguien al volante monitorizando el tráfico y analizando los intentos de penetración "para diferenciar lo urgente de lo importante".

«La ciberseguridad se ha convertido en algo complejo de gestionar. La única solución es avanzar hacia la ciberseguridad como servicio. Ya no vale tener los mejores productos que protejan cada uno de esos entornos por separado» (Ricardo Maté, Sophos)

Ante ello, el directivo español mostró en el corazón del Sophos Day 2023 su apuesta basada en una nueva experiencia de ciberseguridad, entregada como servicio. Así, toda la estrategia de la compañía en los roadmaps de producto de los últimos años pasa por la adecuación de su completo porfolio a la ciberseguridad como servicio, empezando por sus soluciones de Managed Detection and Response (MDR), que ofrece una supervisión y capacidad de reacción 24/7, para que empresas de todos los tamaños y sectores puedan aplicar una seguridad real frente al comportamiento cada vez más industrializado de los grupos cibercriminales atacantes, "que además van a seguir hilando muy fino el próximo año".

Con respecto a cómo poder estar mejor preparados ante las amenazas, Maté comentó que "la ciberseguridad se ha convertido en algo complejo de gestionar. La única solución es avanzar hacia la ciberseguridad como servicio. Viendo el panorama de amenazas cada vez más complejo y amplio, parece que la ciberprotección autogestionada por las empresas ha llegado a su fin para la mayoría de las organizaciones. Ya no vale tener los mejores productos que protejan cada uno de esos entornos por separado. Todas están evolucionando hacia servicios de ciberseguridad gestionada y creemos que ese es el camino, pues para muchas empresas afrontar por sí solas los desafíos que supone la ciberseguridad a día de hoy es imposible. Además es imprescindible poder incorporar telemetría para garantizar que las soluciones de ciberseguridad sean extensibles y completas, ya que supone un valor diferencial a la hora de detectar, mitigar y responder".

Según Gartner cerca de un 30% de las organizaciones a nivel mundial ya están utilizando algún servicio de este tipo, algo que crecerá hasta un 60%, avanzó Maté. En este contexto, anunció cómo Sophos es capaz de proporcionar un MDR compatible con soluciones de terceros donde integrar sus propias herramientas, servicios expandidos SecOps modular según los recursos y necesidades de cada cliente, y una única consola que facilita la gestión e incorpora telemetría.

"Todo eso es seguridad as a service, especialmente preparada para partners MSSP para mejorar tanto su negocio como para seguir

aportando valor y garantizar la protección de sus clientes. Según Gatner, nuestro DMR es el que consigue mejor puntuación, es uno de los mejores en todas las áreas de trabajo: desde el endpoint, firewall, identity, enail, cloud, network y más", comenta el directivo español. "Además, está apoyado por un equipo de optimización y seis SOC cubriendo el follow the sun. Actualmente tenemos más de 55.000 clientes en la región Iberia, de los que 40.000 están en la modalidad XDR, somos el fabricante que más clientes tiene; y de esos, 18.000 son solo de DMR, cuando llegué a la compañía eran 12.000, hemos crecido un 50% en seis años. Sophos además tiene el valor diferencial de la telemetría, que hace dos años apenas si se tomaba en cuenta".

Ignacio de Pedro, country manager Iberia de Veritas Technologies.

Predicando con el ejemplo

La keynote del invitado principal este año correspondió a Ignacio de Pedro, country manager Iberia de Veritas Technologies, que puso el acento en adoptar una nueva estrategia que haga pasar de la ciberseguridad a la ciberresiliencia. "Estamos en un momento en el que el dato, es el corazón del negocio digital. Un dato que ha pasado de permanecer bajo control dentro de nuestro castillo a estar en cualquier lugar", dijo. Y lo que es peor, según una encuesta llevada a cabo por Veritas, el 71% de las compañías no eran capaz de entender dónde están todos sus datos, a la vez que para 2025 el 85% afirman que van a estar en la nube, con una media de tres proveedores de datos diferentes.

"Parte fundamental de la seguridad de ese dato es entender quién es el propietario del mismo, quién tiene que llevar a cabo la protección, en función de dónde lo tengamos y qué estamos haciendo en cada momento. Esto conlleva una serie de desafíos, si tenemos en cuenta que en 2022 hubo un ataque de ciberseguridad cada 22 segundos", señalaba De Pedro, para quien la clave está en la gobernanza y la observabilidad. "El dato siempre es nuestra responsabilidad, especialmente cuando subimos a la nube. La propiedad del dato es siempre del dueño del dato, nunca del proveedor de servicios cloud".

Durante la jornada, los participantes también pudieron conocer las novedades y tecnologías en MDR, XDR, Firewall y ZTNA que Sophos está desarrollando para impulsar su catálogo de extremo a extremo y dar respuesta real a las nuevas amenazas. Además, también tuvo lugar una mesa redonda sobre ciberseguridad, en la que Carlos Rodríguez, CISO de Adolfo Domínguez, Alberto Corredera, director TI de Room Mate Hoteles y Alejandro Donoso director TI de Prinex Real State Software, se sentaron a debatir sobre cuáles son las amenazas y necesidades en sus negocios y cómo afrontarlas en el día a día.

Se habilitó un espacio de exposición también donde estuvieron los socios preferentes de canal, como Ajoomal, Also y Ingram Micro, así como otros partners como Intec, Cyse, Sia, Verne, Einzelnet, Tekpyme, VicMartin, A0Tech, Asseco, Base 10 o Evolutio. Ya se comentó el papel destacado de Veritas, cuyo director general Ignacio de Pedro expuso sus soluciones basadas en la gestión del dato y en última instancia cuando nada más tiene remedio la recuperación del mismo para garantizar la ciberresilencia de las empresas. Por su parte Eduardo Sánchez Toril, de Hack&Beers, expuso funciona en la red oculta los marketplaces del crimen y cómo se ponen en venta verdaderas armas de destrucción masiva.

El rincón de Also

Junto a Ingram Micro y Ajoomal estaba también Also como sponsor del evento Sophos Day. Precisamente con Also tuvimos una escasa semana antes oportunidad de asistir a su evento para partners. En aquella ocasión, Fernando Casares, Distributor Manager en Sophos Iberia, nos daba la visión general del momento: "Hay dos tipos de compañías: las atacadas y las que van a serlo, más otra más: las que han sido atacadas y no lo saben todavía. La ciberseguridad es cada vez un asunto más complejo que necesita de un expertise a la última, al que muy pocas empresas llegan por sí mismas. De ahí que la postura más oportuna sea contratar la ciberseguridad as-a-service".

Fernando Casares, Distributor Manager en Sophos Iberia.

Así describía Casares la propuesta actual del fabricante: "Una ciberseguridad como servicio que combina los mejores productos y herramientas sin que tengan que ser necesariamente de Sophos, puesto que es un ecosistema abierto a terceros. Nuestra propuesta será la que mejor se adapte y ofrezca dar el mejor servicio. Gestionar todo desde un centro de operaciones, con un equipo de expertos a su disposición, o que permita la gestión de tu empresa desde una única consola en la nube para que puedas trabajar en zapatillas si quieres. Herramientas para optimizar la prevención y minimizar el tiempo de respuesta".

A lo que añade el responsable del canal de Distribuidor: "En dos años, el 50% de las compañías tendrá equipos MDR de detección y respuesta. Cuando empecé en esto hace cinco meses, un día cualquiera de nuestros SOCs detectábamos 9.000 millones de eventos y hoy ya vamos por los 31.000 millones, de los cuales 350 millones son ataques, aunque gracias a nuestras herramientas de telemetría y de IA/ML solo 400 casos merecen su investigación más profunda y seguimiento por el equipo humano quedando a menudo en solo aislada una amenaza activa por día".

En cuanto a la oferta de Sophos, Casares dice: "Poseemos seis centros de operaciones de seguridad (SOCs) repartidos por todo el mundo follow the sun para que puedan estar trabajando las 24 horas del día, con dos horas de solapamiento para intercambiar información entre los equipos. Actualmente, son cuatro las horas de media en la resolución de una alarma en un SOC, mientras que nosotros lo hemos reducido a 38 minutos. Eso es porque desde que detectamos el incidente nos ponemos en marcha. No esperamos a tener una confirmación positiva, de igual manera que no esperamos a ver fuego si hemos olido humo".

Hay dos opciones para contratar el servicio de Sophos. "Nuestra oferta contiene dos sabores: Essential (co-gestionado) y Complet (llave en mano). Es lo que decía al principio, yo tengo la mala costumbre de que me gusta comer y dormir todos los días… Hoy día no nos caben todos los fabricantes del ecosistema y hay lista de espera", decía Casares, a lo que añade un detalle inédito: "Somos de los pocos fabricantes que podemos ofrecer una garantía de protección por escrito que dice que en el caso de que finalmente seáis infectados, ponemos de nuestro bolsillo hasta un millón de euros para la recuperación de los datos comprometidos. Nunca para pagar a los malos, eso es mal".

Actualmente, Sophos trabaja con 55.000 partners, 8.000 son MSP, en todos los verticales: ayuntamientos, universidades, compañías, industria… El programa Sophos para MSP está pensado para ayudar a ganar dinero "y llenar el plato, ya sabéis que tenemos la mala costumbre de comer todos los días. Que yo sepa, no existe una organización de Informáticos sin Fronteras por ahí. Se trata de licencias escalables, que permiten 0,60 ct/usuario/mes de ahorro y un 30% de descuento a través del Also Cloud Marketplace".

Por su parte, Ana Sánchez, BDM de Sophos en Also, esgrimía sus razones: "Hay un fuerte compromiso en la seguridad y desde la nube se tiende a un modelo de responsabilidad compartida, cumpliendo estándares y buenas prácticas, configuración y control de accesos y cifrado de datos, aplicación de medidas proactivas… Hay que estar al día porque las amenazas evolucionan cada vez más rápidamente y son más sofisticadas. Hoy día cualquier compañía puede ser una víctima, incluso las micropymes, que sufren siete de cada diez ataques".

Finalmente, Carlos Galdón, director de Canal de Sophos, aportaba su visión particular: "Con 10 millones de usuarios, tenemos una posición preeminente en un mercado de la seguridad lleno de centenares de empresas de todo tipo con una sopa de siglas que dificulta su comprensión. Pero aún no vemos que vaya a haber consolidación, de hecho, más que complementariedad hay una gran competencia. Lo previsible es que se reduzca el número de players, entre otras cosas porque no habrá capacidad de crecimiento para todos. Sobrevivirán las que tengan más capacidad financiera o mejor producto".

Por otro lado, la falta de talento y recursos humanos especializados en TI, y más en concreto en ciberseguridad, sigue siendo un lastre. "Pero aunque hubiera más, pocas pymes serían capaces de tener un equipo en sus nóminas. Por eso en vez de contratar personal, puede suplir este trabajo contratando la seguridad como servicio. Sabiendo que en España el 98% de las empresas son pymes, más de 3 millones", apuntaba Galdón, "suponen una gran oportunidad de negocio futuro para el canal, y más con estas tres razones que he dado tan potentes. En España llegamos tarde a los MSP porque lo entendimos como una financiación a doce meses, pero lo que tiene que hacer los partners es añadir servicios. Y Also es capaz de ayudarles con ese diferencial que portan".

La capacidad de recolectar, analizar y aplicar datos de manera efectiva es crucial para el éxito empresarial. Aquí es donde entra en juego el Business Intelligence (BI), una herramienta esencial para maximizar las ganancias de una organización.

El BI abarca tecnologías, procesos y herramientas que permiten a una empresa recopilar, almacenar y analizar datos para tomar decisiones informadas. Su objetivo es convertir datos en información útil y accesible, facilitando la toma de decisiones estratégicas.
El Business Intelligence aporta mucho a tu negocio:

Toma de decisiones informadas: El BI ofrece acceso a datos precisos y actualizados, permitiendo a los líderes empresariales tomar decisiones basadas en hechos concretos en lugar de suposiciones. Por ejemplo, en el sector minorista, permite identificar tendencias de compra, analizar el rendimiento de productos y ajustar inventarios según la demanda, evitando la sobreproducción y optimizando beneficios.

Optimización de procesos internos: El análisis de datos relacionados con la cadena de suministro, producción y logística posibilita la identificación de áreas de mejora. Al eliminar cuellos de botella y aumentar la eficiencia, se reducen costos operativos y se incrementa la productividad, impactando positivamente en las ganancias.

Segmentación de clientes: El BI se revela como una herramienta poderosa para entender a los clientes. Al analizar datos de ventas, comportamiento en línea y demográficos, se pueden identificar grupos con características similares. Esto permite personalizar estrategias de marketing, aumentar la retención de clientes y, en última instancia, generar mayores ingresos.

Predicción de tendencias: El BI va más allá de analizar datos históricos; también predice tendencias futuras. Utilizando técnicas avanzadas, como el análisis predictivo, se pueden identificar patrones emergentes. Por ejemplo, en la hotelería, anticipar la demanda de habitaciones según eventos locales y estacionales permite ajustar tarifas y estrategias para maximizar ingresos.

Reducción de costes: No solo se trata de aumentar ingresos, sino también de reducir costos. El BI ayuda a identificar áreas para reducir gastos innecesarios o ineficiencias. Al analizar a fondo datos financieros y operativos, se pueden tomar decisiones informadas para optimizar el uso de recursos y mejorar la rentabilidad.

Automatización de informes: Una ventaja clave del BI es su capacidad para automatizar la generación de informes y análisis. Esto ahorra tiempo al generar informes personalizados de manera rápida y sencilla. Decisiones más rápidas y basadas en datos actualizados pueden conducir a un aumento significativo en las ganancias.

Todo muy bonito, ¿pero de donde saco los datos?

Aquí es donde el BI entronca con el ERP. Si tienes un sistema de gestión bien montado en el que solo tienes que meter los datos una vez. A su vez debe estar bien integrado con el Business Intelligence, de modo que los datos fluyan de manera fácil y precisa.

En Datisa llevamos años trabajando con un erp con gran capacidad de análisis y tenemos un business intelligence propio que se integra de manera nativa, y podemos decir que los clientes que lo han implantado han mejorado su capacidad de toma de decisiones.

datisa
DIFERENCIA CON VALOR AÑADIDO
www.datisa.es

datisa

Especialistas en la Pyme

DATISA 64 MUCHO MÁS QUE UN ERP

Acercamos la tecnología a tu empresa para ayudarte a desarrollar un **negocio inteligente y sostenible.**

DATISA 64 en tres palabras: Análisis, Sencillez y Rentabilidad

Análisis

Gracias al poder analítico del ERP de Datisa, convertirás los datos en información y la información en decisiones inteligentes que te destacarán de la competencia.

Sencillez

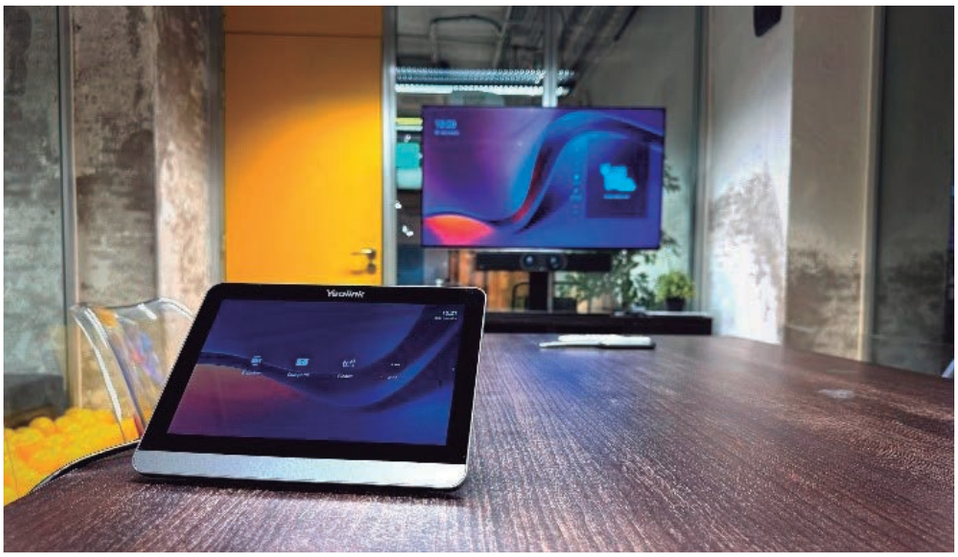
¿Cómo es posible que un departamento pueda implantar con Datisa64 en menos de dos semanas? La respuesta es sencilla, está diseñado para la facilidad del usuario.

Rentabilidad

En Datisa sabemos lo que es importante para tu empresa. Vender más, mejorar los márgenes y gastar con más inteligencia para maximizar el beneficio. Te ayudamos.

SPC For Business inaugura un showroom en Madrid centrado en las UCC

La división para Enterprise de SPC, dedicada a soluciones de comunicaciones unificadas y de colaboración (UCC) ha inaugura el primer showroom exclusivo de dispositivos Yealink en pleno Madrid de los Austrias. Se trata del segundo en España, tras el que ya tiene en su headquarter de Vitoria y con el que quiere mostrar a sus clientes y partners un entorno real de uso experiencial.



EL LUGAR donde está ubicado es The Hub of Brands, un espacio de marketing colaborativo que recrea distintos ambientes empresariales, lo que permitirá a profesionales y empresas acercarse a las soluciones de Yealink, probarlas y asesorarse sobre las diferentes opciones que ofrece la marca. El equipo de expertos de SPC For Business podrá analizar las necesidades de cada empresa y ofrecer la mejor selección de productos y soluciones UCC (Unified Communications & Collaboration) para cubrirlas de manera completamente personalizada y adaptada a cada casuística concreta.

SPC For Business, como distribuidor Gold Partner de Yealink y uno de los principales distribuidores de la marca a nivel mundial, es el único que ofrece todas las soluciones de comunicaciones unificadas y de colaboración de Yealink en España. La marca, especializada en soluciones de videocolaboración, cuenta con el respaldo de Microsoft, Google, Intel o Qualcomm y se caracteriza por su sencillez de uso, capacidad innovadora, efectividad y adaptabilidad a cualquier necesidad y circunstancia, lo que convierte a sus productos en herramientas idóneas para las UCC de clase enterprise.

Con la inauguración de este nuevo showroom experiencial, apenas a 5 minutos de la Plaza Mayor, la compañía pretende acercar y dar a conocer a más empresas y negocios las últimas novedades en dispositivos UCC en acción dentro de un contexto de uso real, en espacios de diferente tipo y tamaño, adecuados por los expertos de SPC For Business con los productos Yealink ad hoc para los diversos formatos de sala (sala de juntas, aula de formación, reuniones de equipo, calls one to one…).

Con el objetivo de alcanzar el 30% de la cuota de mercado en audio profesional para 2025, SPC For Business echa toda la carne en el asador y redobla su apuesta por los productos profesionales de la mano de Yealink, fabricante con más de 20 años de experiencia en la innovación dentro de características esenciales tanto para la categoría de audio como de imagen. Para conseguir ese posicionamiento, SPC For Business ha diseñado una estrategia que se basa en apostar por dispositivos que ofrezcan las funcionalidades que necesitan las empresas, además de un asesoramiento personalizado a sus clientes para ayudarles a encontrar aquellas herramientas que mejor se adapten a sus necesidades reales.

"La clave del éxito de SPC For Business es que no nos limitamos a vender productos, sino que guiamos a cada cliente durante la búsqueda de la solución que necesitan para desarrollar su actividad y ser más productivos. Algo que hacemos llevándolos de la mano, entendiendo sus necesidades y ofreciéndoles los productos que las cubrirán en cada caso", subraya José San Emeterio, director general B2B en SPC.

Complemento físico al eCommerce B2B

Este segundo showroom ha recreado diversos escenarios de empresa (las salas están disponibles también para los usuarios del coworking que las pueden reservar con la aplicación de gestión) que permite a los clientes descubrir el comportamiento de los dispositivos del catálogo de Yealink. Esto es una muestra más de la apuesta de la compañía vasca por el ecosistema digital, materializado en su recientemente renovado marketplace. Una plataforma digital de venta al público que se caracteriza por su amigable usabilidad gracias a una estructura, diseño y funcionalidades innovadoras, y que está cargado de vídeos explicativos que permiten acercar el producto al usuario antes y después de la compra.

Este canal online de SPC For Business se ha convertido en un cauce de comunicación eficaz con el cliente, dado el objetivo de la compañía de convertirse en un partner que asesore a cada empresa en sus necesidades digitales, donde además de la comercialización de dispositivos, ofrece información de actualidad e interés sobre la industria y acceso a contenido exclusivo para sus miembros registrados. Todo ello para contribuir a una mayor eficiencia en los procesos empresariales de las marcas que ya confían en sus productos y en los profesionales de la compañía. Y el showroom es el complemento perfecto para demostraciones in situ para distribuidores y sus clientes.

Este nuevo eCommerce, así como los dos showrooms de SPC For Business, subrayan la calidad del servicio de una marca con más de 30

años de trayectoria en el mercado de la telefonía y los dispositivos electrónicos, lo que ha conseguido posicionarla como referente en el ecosistema empresarial y de consumo. El objetivo de SPC For Business es volcar toda esa experiencia también en eventos que permitan aglutinar en torno a temas de interés comunes a sus clientes.

"Todo ello da lugar a que este sea el momento perfecto para que los negocios que necesiten dotar a sus empleados de auriculares para mejorar su experiencia laboral, lo hagan con las soluciones que comercializa SPC For Business", señalan. "Adicionalmente, la nueva plataforma permite a los usuarios que se registren contar con ventajas adicionales e información del sector de interés para sus negocios".

Un ejemplo fue la primera edición UCC Zenith Session, un evento digital que va a tener periodicidad anual. Los profesionales asistentes pudieron conocer de primera mano la situación actual de la industria UCC, así como los últimos avances y novedades en el sector de las soluciones de comunicaciones unificadas y de colaboración de la mano de las empresas que lideran el sector y con SPC For Business como impulsor de este encuentro online inédito en España.

"Con estos tres puntos de apoyo, el eCommerce, los showrooms y la nueva serie de eventos para profesionales, SPC For Business continuará en 2024 impulsando la digitalización empresarial y el equipamiento en soluciones de comunicaciones unificadas y de colaboración para fomentar un ecosistema conectado, altamente tecnológico y más eficiente y sostenible", declara el director general B2B en SPC.

Panel de control y salas sensorizadas

En la arquitectura de estos espacios destacan dos productos de la cartera de Yealink, RoomPanel Plus y RoomSensor, que facilitan la gestión de las salas de reuniones en el entorno empresarial ágil y productivo introduciendo funciones automatizadas guiadas por IA.

RoomPanel es la plataforma de gestión de reservas además de otras múltiples funciones. Por un lado, un panel de programación de salas de reuniones multifuncional que destaca por su pantalla a color de 10,1 pulgadas y la iluminación led de su marco que señala de manera intuitiva el estado de la sala. De esta manera, cualquier persona puede ver rápidamente si está libre u ocupada. Además, incorpora aspectos de identificación de usuarios, incluyendo cámara de reconocimiento facial y lector NFC/RFID integrado. De esta manera, la sala se puede preparar en función de los perfiles detectados.

Por otro lado, RoomSensor es un sensor de techo que detecta ocupación, temperatura, humedad e iluminación gracias a tecnología infrarroja pasiva. Ambos dispositivos utilizados conjuntamente permiten automatizar los cambios en el estado de cada sala de reuniones sin ninguna otra intervención por parte del usuario. Yealink posee 2.000 ingenieros dedicados al I+D que diseñan pensando en todas las casuísticas e introduciendo continuas mejoras. RoomPanel Plus supone una revolución en las pantallas de reserva y programación y del estado de ocupación de espacios compartidos en el entorno profesional que mejora la experiencia y facilita su gestión.

"Esta pantalla multitáctil de 10,1 pulgadas incorpora iluminación de fondo led, que permite mostrar con una notificación visual si una sala está libre, ocupada o reservada. El dispositivo muestra además otro tipo de información, incluyendo detalles de cada reunión, la fecha y hora, o aspectos configurables de forma personalizada, como textos o imágenes", señala el CEO de SPC for Business. "Además, incluye sensor NFC y RFID, así como una cámara de reconocimiento facial para proporcionar la posibilidad de autenticación de identidad más rápida y segura. También incorpora un juego de micrófonos y de altavoces, sensor de luz ambiente y TOF de proximidad para apagar la pantalla y ahorrar energía, y puerto Ethernet y USB-A, entre otros".

José San Emeterio, director general B2B en SPC.

El nuevo RoomPanel Plus está pensado para su instalación en cualquier superficie, incluyendo madera o cristal, incorpora un organizador de cables y cuenta con un elegante marco blanco para no renunciar al diseño en el espacio profesional. Funciona con el sistema operativo Android 11, lo que permite un mayor grado de personalización y configuración, e incorpora conectividad WiFi de doble banda y chip bluetooth integrado para sincronizarlo con otros dispositivos, incluyendo el nuevo RoomSensor. Además es compatible con la mayoría de proveedores de UCC del entorno empresarial, incluyendo Microsoft, Appspace, SharingCloud, Gingco Systems o GoBright, entre otros, demostrando las amplias opciones de conectividad de los dispositivos Yealink que distribuye SPC For Business.

Por su parte, el sensor inteligente detecta de manera automática el nivel de ocupación de las salas y su disposición, y permite preconfigurar diversas opciones de confort ambientales. Así, el nuevo dispositivo de ocupación inalámbrico y multifuncional, que funciona con tecnología infrarroja pasiva (PIR), permite detectar presencia con gran fiabilidad. "Con una 'lente' ajustable que permite configuraciones flexibles del área de detección, RoomSensor es capaz de detectar el estado de ocupación de una sala, temperatura, grado de humedad e iluminación", apunta San Emeterio.

Salas sostenibles y confortables

En este sentido, y gracias a su conectividad Bluetooth 5.0, el equipo se puede sincronizar con otros dispositivos de Yealink para crear un espacio de trabajo inteligente y más eficiente, así como con aplicaciones de terceros para automatizar el encendido y apagado de luces o de la climatización, de manera que se activen o desactiven si el sensor detecta gente en la sala ganando en sostenibilidad.

"Los usuarios podrán impulsar un mejor uso de sus espacios compartidos al sincronizar ambos dispositivos ya que el uso conjunto de RoomPa-

nel Plus y RoomSensor permite detectar la ocupación de la sala, autorizar entradas, ajustar el estado de la habitación y actualizar automáticamente el estado de uso de una sala, lo que permite ahorrar tiempo y ganar eficiencia en el uso de espacios compartidos".

Está pensado para su instalación en salas de reuniones de cualquier tamaño. De esta forma, creando una malla de varias unidades de sensores, se pueden cubrir las salas de mayor tamaño. Esta solución escalable es, además, muy cómoda y sencilla de instalar ya que incorpora un soporte magnético para adherirlo a cualquier superficie metálica sin necesidad de cables. Está equipado con batería de litio de bajo consumo fácilmente recargable y sustituible, de manera que el dispositivo presenta una elevada durabilidad.

"Esta área de negocio de SPC ha logrado posicionarse como un aliado estratégico de confianza en el sector empresarial por su enfoque de asesoría, personalización y acompañamiento al trabajar con cada cliente. Su objetivo es entender las necesidades en materia de soluciones de videocolaboración y comunicaciones unificadas de cada empresa y ofrecerle un itinerario exclusivo que responda a sus objetivos estratégicos", afirma San Emeterio. "El equipo de SPC For Business estudia cada casuística hasta el mínimo detalle, como por ejemplo medir el ancho craneal y el tamaño de las orejas en la población a escala planetaria, y proporciona a cada cliente la solución completa que mejor se adapte a lo que necesita gracias a sus soluciones escalables y compatibles con plataformas de comunicación digitales".

Personalización y acompañamiento

SPC For Business es un distribuidor clave de soluciones enfocadas al sector UCC, por lo que busca tanto con este show-room como los tutoriales de su marketplace como sus sesiones monográficas online trasladar a la industria su expertise y las tendencias que observa desde su posición privilegiada en el mercado. Con una trayectoria de tres décadas, SPC ha construido unos estándares de calidad únicos dentro de la industria a la hora de distribuir dispositivos profesionales de fabricantes como Yealink, NEC y Zycoo. Su enfoque inquebrantable en la excelencia en el servicio y la especialización en tecnologías de vanguardia les ha permitido anticiparse a las necesidades del mercado y adaptarse a las últimas tendencias tecnológicas.

Las empresas y profesionales que quieran conocer de primera mano estos dos nuevos productos pueden hacerlo el nuevo showroom experiencial que permite a revendedores e integradores acercarse a las soluciones UCC de Yealink mediante casos de uso reales y probarlas in situ. SPC For Business pone también a sus equipos de preventas para analizar las necesidades de cada empresa en materia de comunicaciones unificadas y trabajo colaborativo y proponer la mejor selección de productos y soluciones para cubrirlas con un proyecto totalmente personalizado y ad hoc para cada caso.

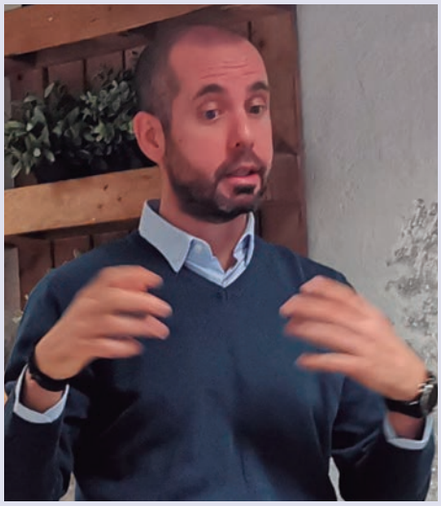
Celebrada la primera UCC Zenith Session

El pasado 28 de noviembre tuvo lugar en modalidad online la primera sesión de la UCC Zemith organizada por el área de negocio dedicada a soluciones de comunicaciones unificadas y de colaboración corporativas donde SPC aportó su visión experta del sector.

La intención es compartir casos de uso y fomentar un mayor conocimiento de los avances en la industria de las UCC con sus actores principales. Dicho sector es cada vez más esencial para la digitalización de las empresas y la creación de entornos de trabajo híbrido y colaborativo, mejorando la creación de sinergias y ofreciendo diversas opciones de comunicación entre los miembros del equipo y sus clientes. En esta y en futuras UCC Zenith Session tanto revendedores como instaladores y otros profesionales podrán conocer de primera mano las novedades y tendencias en un sector que está evolucionando rápidamente desde la pandemia.

"SPC For Business aportará su visión experta, basada en su dilatada experiencia en el diseño de soluciones de comunicaciones unificadas personalizadas e individualizadas para cubrir las necesidades de cada empresa con herramientas de la industria UCC, en un encuentro abierto a todos los profesionales y empresas interesados en estas soluciones", explica Javier Buitrago Castañar, responsable de ventas y marketing en SPC. "Nuestro objetivo es crear un nuevo punto de encuentro sobre el sector en España, con una cita de carácter anual que sirva como referente para la industria.

El evento recibe este nombre, UCC Zenith Session, para evocar el objetivo de SPC For Business de ofrecer una visión experta y profesional del mercado UCC. En la primera sesión en streaming se partió de la experiencia de la compañía acompañando y asesorando a sus clientes en este campo y de ahí se llegó, como conclusión, a las cinco claves eficaces para generar más oportunidades de venta, aumentar los ingresos empresariales y llegar a lo más alto en un 2024 que promete grandes oportunidades, tanto en lo relativo al Work Personal Space como a los espacios colaborativos en el entorno empresarial.



Javier Buitrago Castañar, responsable de ventas y marketing en SPC.

El sector de las comunicaciones unificadas y colaborativas combina hardware y software para crear un nuevo modelo de comunicación en las empresas, donde se aprovechan las comunicaciones en tiempo real con las asíncronas propias del mundo digital. Gracias a ello, se crea un ecosistema de comunicaciones más eficiente, lo que impacta de forma positiva en las empresas y ahorra tiempo a los trabajadores. "Además, cada vez son más esenciales en los nuevos espacios de trabajo colaborativo, como un pilar de la digitalización de las empresas y en entornos híbridos de teletrabajo, videoconferencia, telefonía IP y centralitas virtuales, al mejorar la creación de sinergias y ofrecer mejores opciones de comunicación entre los miembros del equipo", apunta Buitrago.

Álvaro Ausín (Maxhub): «La videocolaboración es el futuro que le espera a la mayoría de los diferentes ámbitos empresariales»

Maxhub es un proveedor de nueva generación en la industria en pantallas inteligentes y tecnología audiovisual, centrada en la comunicación y la colaboración (UCC). Como organización dirigida por el diseño y la innovación, desarrollan una gama de soluciones basadas en el I+D que ayudan a mantener a las personas perfectamente conectadas y a hacer que el trabajo en equipo sea más eficiente y eficaz.

HACE UN año se incorporaba Álvaro Ausín como Country Sales Manager de Iberia. En este rol, se está encargando de todo el canal de ventas en España y Portugal, impulsando el compromiso con nuevos mayoristas, incluyendo submayoristas, operadores, integradores y resellers para garantizar un ecosistema diverso y de alto rendimiento tanto en mercados consolidados como emergentes.

"Estoy muy contento de unirme a Maxhub en un momento tan interesante para el negocio. Ya hemos visto todos con la pandemia que debemos buscar alternativas a las reuniones in situ y ahora podemos decir que el futuro es la videocolaboración. Por eso creo que el mercado de las herramientas que lo facilitan tiene un gran potencial en el mundo de los entornos de trabajo híbridos. Aunque Maxhub aún tiene mucho recorrido por hacer en España, estoy seguro que junto con el equipo desarrollaremos una estrategia de ventas y relaciones estables en todo el ecosistema para beneficiar a los clientes y llevar a la compañía al éxito", manifestaba Ausín en noviembre de 2022 recién llegado.

Toca hacer una revision de cómo ha funcionado el año y los planes para este 2024 en un mercado como el AV Pro y el UCC que está viviendo un momento muy dulce, aunque muy competitivo, y que permite al canal adjuntar servicios de gran valor innovador.

Con una dilatada trayectoria por varias y reconocidas empresas punteras del sector, ¿qué te hizo tomar la decisión de unirte a Maxhub, como quien dice, una recién llegada a España?

La idea de unirme al equipo de Maxhub me encantó desde el principio. En TP-Link tuve una situación muy estable después de trabajar allí trece años, pero a mí siempre me ha gustado mucho la parte de construir los cimientos de una empresa. Por eso decidí asumir el reto y aprovechar la oportunidad de hacerlo con Maxhub y contribuir a su crecimiento desde sus inicios en España.

¿Lo tienen hoy día más fácil empresas como Maxhub, que llevan el sello de made in China, que otras de origen europeo o americano?

No creo que se tenga ni más fácil, ni difícil. La idea de producto chino barato cada día está más en desuso. Además, pienso que tenerlo más fácil o difícil va a depender de la oferta de valor que cada empresa esté ofreciendo. En este sentido, estoy convencido de que nuestra propuesta a nivel tecnológico es de altísimo nivel y eso es lo que hace más sencillo el desarrollo del mercado europeo.

Sin duda ofrecer alta tecnología y diseño a precio asequible es un buen reclamo. ¿Cómo se está posicionando la compañía en el mercado español?

La empresa llegó a España en 2022 con el objetivo de "democratizar" el uso de la tecnología para colaboración virtual entre las pequeñas y medianas empresas. Desde su llegada, hace tan solo un año, la compañía ha conseguido consolidarse como líder en el desarrollo de soluciones de colaboración. Esto se debe a que desde Maxhub, proporcionamos productos de alta calidad y fáciles de usar que se adaptan a diferentes entornos de trabajo, maximizando la eficiencia en las empresas.

¿Cuál es vuestro offering? Y dentro de vuestro catálogo, ¿qué productos destacarías para el mercado español? ¿Cuál es vuestro best-seller?

Ofrecemos productos de conferencias para diversos entornos comerciales y tamaños de salas de reuniones. Nos especializamos en pantallas interactivas, fomentando el mundo de la colaboración inteligente. Creo que conviene destacar la V6 ViewPro Series que recibió el premio Best of Show en la última edición de ISE (Integrated Systems Europe). Este dispositivo cuenta con una cámara dual 48 Mpx + 8 Mpx para ofrecer una calidad de imagen nítida y de alta resolución. También lleva un HROV de 92º, un alcance de captación de voz de 12 metros y altavoces laterales. Los IFP (paneles planos interactivos) combinan la tecnología de última generación para ofrecer un rendimiento de imagen perfecto, una salida de sonido nítida y gran facilidad para compartir pantalla. Además, recientemente, hemos ampliado nuestra oferta con la serie XT para salas de Microsoft Teams que está diseñada para elevar la comodidad y eficiencia de los usuarios.

Con el modelo de trabajo híbrido, la parte de comunicaciones unificadas y videocolaboración se están imponiendo en todo tipo de empresas… Eso es bueno para vosotros ¿no? ¿Hay algún perfil de empresa o sector que sea especialmente más "goloso"?

Como consecuencia de la pandemia, muchas empresas se han dado cuenta de que

Álvaro Ausín, Country Sales Manager de Iberia de Maxhub.

La apuesta por el sector turístico en España

El pasado 19 de diciembre se firmaba un acuerdo con la Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH) con el fin de impulsar la adopción de tecnologías innovadoras en el ámbito hotelero. A través de esta alianza, Maxhub fortalecerá su presencia en el sector turístico en España y proporcionará soluciones innovadoras que mejorarán la eficiencia operativa y la experiencia del cliente en la industria hotelera.

Entre los productos destacados de Maxhub para este sector se encuentran las pantallas de señalización y comerciales, leds de gran formato ideales para halls y auditorios, así como paneles planos interactivos y dispositivos especializados para optimizar las comunicaciones en entornos de videoconferencia. De esta forma, los hoteles, que cada vez más se están convirtiendo en segundas oficinas y espacios de colaboración híbrida, pueden adaptar sus instalaciones a las nuevas necesidades de sus clientes.

"Esta colaboración con la AEDH nos va a permitir incorporar nuestras soluciones en un mercado que demanda esta tipología de producto debido al auge del uso de salas de reuniones para sesiones de trabajo o presentaciones hibridas y por supuesto el uso de displays comerciales para cargar diferentes contenidos. Además, esta sinergía va a contribuir al desarrollo y modernización del sector turístico en España", aseguraba el director regional de Ventas de Maxhub. "La apuesta de Maxhub por el sector turístico que comenzó a principios de 2023 y ha culminado con el acuerdo con la AEDH, se prolongará durante el 2024 ubicando la industria hotelera como una de las piezas clave del crecimiento de la compañía en España".

a menudo las reuniones presenciales no son realmente necesarias y que gracias a las videoconferencias pueden ahorrar tiempo de los empleados y aumentar así la eficiencia de la empresa. Hemos notado un incremento significativo en la demanda de este tipo de soluciones inteligentes en los últimos años.

Hoy en día, la videocolaboración está presente en muchos sectores diferentes. Los productos de Maxhub se adaptan a las necesidades de las distintas compañías, tanto del sector privado como de la administración pública, por lo que no podría destacar un perfil concreto que tenga más probabilidades de beneficiarse de este tipo de soluciones. Lo cierto es que la videocolaboración es el futuro que le espera a la mayoría de los diferentes ámbitos empresariales.

De cara a la comercialización, ¿cómo tenéis definida vuestra estructura de canal? ¿Trabajáis con mayoristas (cuáles)? ¿Tenéis algún programa fijo de apoyo al distribuidor (desarrolle sus puntos fuertes)?

En Maxhub, tenemos el placer de poder colaborar con distribuidores que nos complementan perfectamente y que respaldan nuestro desarrollo en el mercado español. Todos los distribuidores con los que trabajamos son grandes profesionales con los que compartimos los mismos valores, incluida la pasión por nuestro trabajo. Recientemente hemos firmado un acuerdo con Globomatik, mayorista tecnológico especializado en informática y electrónica de consumo. A principios de año, nos asociamos también con DMI, Aryan e Inforpor, tres grandes distribuidores del país. Y ahora hemos lanzado un nuevo programa de partners con el objetivo de establecer un plan estratégico de trabajo entre todos los socios de esta iniciativa. Como llevamos meses preparando terreno, ya estamos trabajando con catorce integradores que forman parte del programa y nuestro objetivo para este año es conseguir acabar con 20 nuevos partners y crear un ecosistema de 40 figuras de primer nivel en los próximos años.

> *«La idea de producto chino barato cada día está más en desuso. Tenerlo más fácil o difícil va a depender de la oferta de valor que cada empresa esté ofreciendo, y estoy convencido de que nuestra propuesta a nivel tecnológico es de altísimo nivel» (Álvaro Ausín, Maxhub)*

En relación a este punto, ¿qué ventajas ofrece frente a otros fabricantes de la competencia?

Este nuevo programa brinda numerosos beneficios para nuestros partners, que se estrena con un Try and Buy exclusivo para los socios. El programa estará liderado por ellos lo que supone que las oportunidades que lleguen por parte del cliente final se trasladarán a nuestros partners. Además, en función del nivel y la tipología de producto vendido, los partners tendrán la posibilidad de acceder a descuentos de hasta el 3%. Finalmente cabe destacar que los Authorized Partners dispondrán de protección de proyectos, materiales de marketing y ventas, incentivos por casos de éxito, equipo dedicado, formación y descuentos del 50% en productos demo, incluidas las soluciones certificadas por Microsoft Teams Room.

¿Cuáles consideras que son los principales retos que tiene Maxhub en el mercado español? ¿Qué objetivos te has marcado para el presente ejercicio? ¿Y de cara a 2024?

El objetivo de Maxhub es cerrar este año con unos ingresos de 2 millones de euros y en los próximos tres años tenemos previs-

to alcanzar una facturación de 15 millones de euros. Nuestra estrategia para seguir la ruta marcada de crecimiento y consolidación en el mercado español se basa en crear un ecosistema de partners de calidad y como ya he comentado anteriormente, precisamente por eso hemos lanzado el nuevo programa de partners para España.

De cara al futuro, ¿cómo crees que va a evolucionar el mercado de la videocolaboración en España? ¿Qué crees que puede aportar Maxhub?

España es un país importante para nuestro plan de expansión en Europa y, por eso, estamos invirtiendo mucho esfuerzo en nuestro posicionamiento aquí. Los sistemas de videocolaboración se han vuelto cruciales para el buen funcionamiento de las empresas. Sin embargo, para que las reuniones a distancia funcionen bien y sean eficaces, se necesitan buenas herramientas, y aquí es donde entra Maxhub. Nuestra misión es revolucionar la manera en que las compañías colaboran y estamos convencidos que nuestras soluciones beneficiarán a las organizaciones y empresas del país ya que, gracias a su carácter innovador y su sencillez, permitirán realizar el trabajo de manera más eficiente y eficaz y contribuir a la creación de un mundo más conectado y colaborativo.

Si se puede desvelar, ¿en qué categorías de productos estáis trabajando y qué tecnologías nuevas estáis implementando? ¿Se podrán ver en el próximo ISE de Barcelona?

Actualmente, nuestro foco está en los displays interactivos en entorno 100% Windows. De hecho, justo acabamos de lanzar nuestras soluciones Microsoft Teams Rooms certificadas. Respecto a la próxima edición de ISE, es una feria que cada año crece en popularidad y asistencia y se ha posicionado como la mayor feria mundial de tecnologías audiovisuals, así que sin duda Maxhub estará allí por tercer año consecutivo, reforzando así su apuesta por el mercado español y su compromiso con la red de socios europeos en esta industria.

Nueva sala de demostraciones en la sede europea en Holanda

Hace un par de meses se anunciaba la apertura de su primer showroom europeo, emplazado en Ámsterdam. La inversion sigue a la anterior inauguración de su centro logístico en Róterdam en abril de 2023 para facilitar la disponibilidad de stock y acortar los tiemppos de servicio. Este movimiento refleja un paso estratégico para fortalecer su posicionamiento en el viejo continente y busca facilitar una experiencia inmersiva de los productos y soluciones entre sus grandes clientes y partners de canal de los distintos países en los que trabaja. El centro transportará a los visitantes a entornos de trabajo innovadores y reales para permitirles vivir una experiencia única e inmersiva de las soluciones de la marca expuestas y conectadas.

La nueva sala de exposiciones está equipada con modernos muebles de conferencia del fabricante danés HAY, que traslada a los visitantes a innovadores entornos de trabajo. Además, brinda la oportunidad de experimentar de primera mano el diseño, la calidad y la facilidad de uso de las soluciones del fabricante chino. Por ejemplo, se muestra en acción la pantalla Ultra-Wide 5K de 105 pulgadas lanzada recientemente. Con su relación de aspecto única de 21:9, la amplia zona de visualización facilita la disposición visual de vanguardia que ofrece Microsoft Front Row en las Signature Teams Rooms, en las que todos los participantes de la videoconferencia están perfectamente escenificados. O el Maxhub Transcend Series IFPD de 86 pulgadas, que es perfecto para entornos de trabajo híbridos gracias a sus cámaras duales UHD plegables integradas, su micrófono de 12 metros con tecnología AI y su sistema operativo inteligente totalmente basado en Windows.

Los clientes potenciales para los que incluso estos formatos se quedan pequeños pueden deleitarse con una pared led Maxhub Raptor de 138 pulgadas. Además de la mejor calidad de imagen en resolución 4K y un potente sistema de sonido con dos altavoces de 30 vatios, impresiona con la aplicación Maxhub Share preinstalada, que permite la transmisión inalámbrica intuitiva de contenidos. "El nuevo centro en Ámsterdam simboliza la aplicación gradual de nuestra estrategia de expansión europea. Nuestros productos ya gozan de una excelente reputación en Europa y estamos seguros de que este paso nos permitirá convencer a aún más clientes de nuestras soluciones", afirmaba Alvaro Ausin.

Maxhub es una marca del Grupo CVTE, conocida por sus tecnologías de visualización de vanguardia, especialmente en el campo de los paneles planos interactivos (IFP) con una cuota de mercado de más del 25% en 2022 a nivel mundial. Con presencia en 18 países y con cobertura en más de 80 mercados. Cuenta con un equipo de más de 6.000 empleados en todo el mundo, el 60% de los cuales son ingenieros dedicados a I+D, lo que demuestra el fuerte compromiso de la empresa con la innovación. Su cartera de productos incluye soluciones que ofrecen todo lo necesario para un entorno de conferencia moderno, desde pantallas táctiles hasta productos de comunicación unificada, paredes led todo en uno y pantallas comerciales, así como el sistema de gestión de dispositivos basado en la nube Pivot. Además, en 2023, Maxhub fue aceptada como socia oficial de hardware en el ecosistema de salas Microsoft Teams.

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

PUDU

CC1

Ya están aquí

Estación de carga
Automatizar la carga de agua y batería.

Aspira
A diferente potencia, en función del suelo y la necesidad.

Friega
Drenaje y adición de agua automática. Friegue preciso y sin restos.

Mopea
Pulido húmedo de los diferentes tipos de suelo para una limpieza más profunda.

Barre
Barrido intenso mediante rodillos simultáneos a la aspiración, para recolectar hasta el último sólido.

Digital cleaning

CLEAN, CLEAN, HURRAH!

MUZYBAR
computer

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

Un metaverso de espeluzne

Estas Navidades no han sido todo plácidas pistas de patinaje en las plazas de Madrid. En el Espacio Ibercaja Delicias se ha estado programando una peculiar "pasaje del terror" de mucho susto, y eso que no tiene ni paredes ni pasillos ni figurantes sobrecargados de maquillaje. Pero una vez te pones las gafas de Realidad Virtual (RV) no hay vuelta atrás. Como si de un establecimiento de venta de muebles por montar se tratase, la única manera de salir de allí es la huida hacia adelante.

Se trata de Hotel Drácula, una novedosa experiencia inmersiva multiusuarios diseñada y desarrollada por Letsgo y que además de sobresaltos, tiene mucho de nuevas tecnologías. Sobre una pista "vacía" de 1.000 m2 con el suelo marcado por extrañas líneas y diagramas, que la ha hecho la más grande de Europa, los usuarios se convierten en huéspedes por media hora de tétrico hotelucho repleto de escenas icónicas del género del terror. Hasta 90 personas a partir de los doce años simultáneamente que pueden organizarse como quieran o como el pánico les permita.

Se trata de un modelo de Free Roam, que permite la libre circulación... aunque con un cierto orden: todos los participantes son visionados con un avatar (un esqueleto) y un número que permite identificar a la gente de tu grupo o al menos no chocar con ellos. Los desarrolladores del programa han pensado en todo, y simplemente hay que dejarse llevar y seguir las instrucciones que se van dictando según se avanza "por la nada".

El misterio que hay detrás

La instalación de Hotel Drácula funciona gracias a una plataforma diseñada por Univrse Experience Manager. Como su nombre indica, se trata de un gestor para diseñar recorridos virtualizados interactivos que desarrollan todos los aspectos relacionados con una experiencia de VR multi-usuarios: personajes, story y fondos, red inalámbrica y control de los participantes, control de los dispositivos, etc. El mayor reto es lograr la perfecta sincronía de todos los usuarios que participan en simultáneo

Gracias a sus características, Univrse Experience Manager permite gestionar a docenas de usuarios al mismo tiempo en espacios de hasta 1.000 m2. Esa particularidad para atender flujos de público de miles de personas por día encaja perfectamente con el lugar elegido, una de las carpas del Espacio Ibercaja Delicias, reconocido por haber acogedo grandes producciones como la exposición inmersiva Tim Burton, El Laberinto, Museum of Dreamers o Disney, el poder de la amistad.

Univrse Experience Manager ha sido desarrollado por la empresa española Univrse, especializada en el desarrollo de tecnología de VR multi-usuarios y la creación de experiencias como Hotel Drácula. Sin ir más lejos, Univrse ha creado y/o co-producido renombradas experiencias de VR multi-usuarios, entre las que destacan como casos de éxito: Salvador Dalí, Joaquín Sorolla, Tutankhamon, Pompeya o incluso el Fútbol Club Barcelona y Tomorrowland. Superando ya los más de 800.000 visitantes.

Otro elemento importante de la experiencia son las gafas de RV usadas en esta propuesta, se trata de unas Vive Focus 3 de la marca HTC, fabricante que se ha especializado con este modelo en dispositivos destinados a la VR Location Based (en espacios físicos de uso profesional) y que posee incorporado un visor standalone.

Dicho visor cuenta con un frontal que incorpora cuatro cámaras de rastreo para el seguimiento de cabeza (G-sensor, giroscopio y proximidad) y los controladores para el tracking de manos. Cada mando consta de dos botones, un joystick, botón de menú, grab y trigger en cada mando. En su halo tiene leds infrarrojos que son detectados por estas cuatro cámaras frontales. Se trata de una pantalla de 2,88" LCD con resolución de 2.448 x 2.448 px, que se multiplica por dos gracias a las dos lentes combinadas llegando a las 5k (4.896 × 2.448), y proporcionan un campo de visión de 120 º de FoV (Field of View) gran angular que evita el "efecto prismático" con un IPD ajustable de forma mecánica y una tasa de refresco de 90 Hz.

Además cuenta con dos altavoces integrados Hi-Res de alta calidad, uno a cada lado, y una batería que no está integrada, sino que es exterior y es intercambiable para que esté siempre con carga optimizada de uso. Y todo ello sin cables, como es obvio. Las HTC Vive Focus 3 llevan un procesador Snapdragon XR2, diseñado específicamente para la Realidad Virtual portátil con un ventilador frontal (además de una tubería de cobre) para evitar el sobrecalentamiento. Su precio ronda los 1.400 euros.

Sabiendo ya todo esto... ¿no tienes ganas de ir corriendo a probar? La instalación estuvo hasta el 7 de enero y la entrada costaba desde 9 euros. No vas a creer lo que hay sobre un suelo desnudo lleno de gráficos de cara a que el software funcione correctamente en cada sitio y en que tus gafas te sitúen correctamente en el guion de "la" otra spanish movie que no olvidarás.

RECICLADORES DE EFECTIVO

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

VNE
We change

> 4Pay

- > Pantalla 7".
- > Reciclador de billetes JCM ipro 4 denominaciones (30 de cada una). Almacena 400 billetes.
- > Hopper CREOM CREM-8, con 8 hoppers independientes de hasta 280 monedas cada uno.

> Virtuo4 2.0

- > Pantalla 7" táctil.
- > Reciclador de billetes JCM ipro 4 denominaciones (30 de cada una). Almacena 400 billetes.
- > Hopper multimonedas ITL, capacidad de hasta 2000 monedas. Almacén adicional de monedas.

DISPONIBLES EN MODALIDAD DE COMPRA O DE RENTING

EL CONTRATO DE MANTENIMIENTO CON EL CLIENTE FINAL, PUEDE OFRECERLO EL DISTRIBUIDOR DIRECTAMENTE O MEDIANTE LA EMPRESA DE SERVICIOS DIUSFRAMI. ENLAZADO DIRECTAMENTE A APLICACIONES COMO FACTORYPOS O MEDIANTE IMACASH.

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 WINDOWS

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

poslab

> POS-9590 J6412

- > Monitor 15". 400 nits.
- > Pantalla PCAP multipunto.
- > CPU Intel Celeron J6412, Quad-core 11ª generación.
- > 4Gb RAM DDR4.
- > 128Gb SSD.
- > 4xCOM, 3xUSB 3.0, 1xUSB 2.0, 1xGigabit LAN, 1xCajón, 1xHDMI.
- > Opción de visor o pantalla.

> POS-9590 i5-G7

- > Monitor 15". 400 nits.
- > Pantalla PCAP multipunto.
- > CPU Intel core-i5 1135 G7, Tiger Lake 11ª generación.
- > 8Gb RAM DDR4.
- > 128Gb SSD.
- > 4xCOM, 3xUSB 3.0, 1xUSB 2.0, 1xGigabit LAN, 1xCajón, 1xHDMI.
- > Opción de visor o pantalla.

FABRICADOS EN TAIWÁN CON ALTOS ESTÁNDARES DE CALIDAD

DISPONIBLES OPCIONES COMO VISOR TRASERO DE 2 LÍNEAS, LECTOR DE TARJETAS, PANTALLA TRASERA DE 10.1", ADAPTADOR VESA PARA INSTALAR EN PARED ...

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.

TERMINALES PUNTO DE VENTA WINDOWS

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

UNICOPOS

> W64NP

- > Pantalla 15.6". 1920x1080.
- > CPU J6412, 4+128GB.
- > Visor o LCD opcional.
- > Base de aluminio.

> W51035NP

- > Pantalla 15.6". 1920x1080.
- > CPU i5-1035G1, 8+128GB.
- > Visor o LCD opcional.
- > Base de aluminio.

> WP64NP

- > Pantalla 15.6". 1920x1080.
- > CPU J6412, 4+128GB.
- > Impresora integrada.
- > Visor o LCD opcional.

> WP51035NP

- > Pantalla 15.6". 1920x1080.
- > CPU i5-1035G1, 8+128GB.
- > Impresora integrada.
- > Visor o LCD opcional.

> UNICO-W2164N

- > Pantalla 21.5". 1920x1080.
- > CPU J6412, 4+128GB.
- > Panel PC o Monitor Cocina
- > Para colgar en la pared.

> UNICO PT15/PT17

- > Pantallas táctiles, VGA+USB.
- > PT15C: 15", 1024x768.
- > PT17C: 17", 1280x1024.
- > Pueden ir en pared.

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.

TPV ANDROID DE TERCERA GENERACIÓN

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

SUNMI
Android POS Leader

> D3mini-58
- Pantalla 10.1". A-13.
- Impresora 58mm.
- Visor 1 línea.
- 3+32Gb. Batería.

> D3mini-80
- Pantalla 10.1". A-13.
- Impresora 80mm.
- Visor LCD 4".
- 3+32Gb. NFC.

> T3 PRO
- Pantalla 15.6". A-13.
- Opción Visor 10"/15,6".
- 6+128Gb. Lector huella.
- Cámara 8MP.

> T3 PRO MAX
- Pantalla 15.6". A-13.
- Opción Visor 10"/15.6".
- Impresora 80mm.
- 6+128Gb. Lector huella.

LA TERCERA GENERACIÓN DE TERMINALES SUNMI, MAXIMIZA EL RENDIMIENTO Y USABILIDAD, CON EL MEJOR DISEÑO.

> V3 MIX
- Pantalla 10.1". A-13.
- Impresora 80mm. NFC.
- Cámara, Scanner.
- Batería.
- Cuna de carga opcional.

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.

One partner. All possibilities.

El futuro del universo **Self-Service** ha llegado

Partner Tech, soluciones 360°

Una empresa líder con el mayor catálogo de soluciones del mercado.
Nos ocupamos de todo para su negocio. Consultoría, personalización, instalación y mantenimiento.

Quieres saber más sobre nuestro Ecosistema sco-E?

913 120 632
comercial@partner-tech.eu
www.partner-tech.eu

PARTNER

CARE . TRUST . RESPONSIBILITY