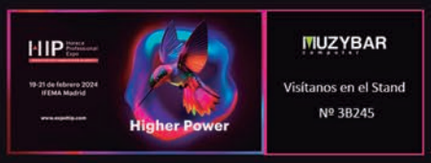
AÑO XXXI Nº343 0.01 Euros

tai price book®

Marzo 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

GRUPO MCR

Guía Partners MCR **2024**

Descubre nuestro porfolio

mcr.com.es

tai price book®

Marzo 2024

NP comunicaciones

Reportaje gaming: mercado, claves y tendencias

Entrevista a Stuart Hubbard (Zebra DevCon): «La IA libera al trabajador para tareas de más valor»

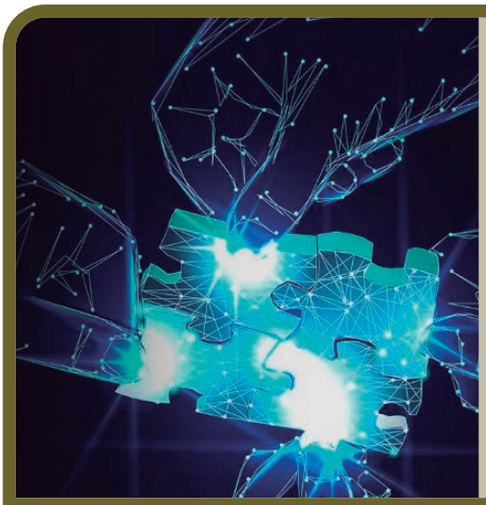
OVHcloud Summit al abordaje de la nube pública

Resiliencia guiada por IA de Commvault Cloud

La apuesta por los MSP de Bitdefender

Somos el canal del distribuidor informático

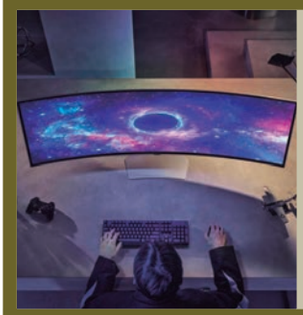
Sumario



28

Las palancas de Bitdefender

Con el objetivo de reforzar su posicionamiento en el mercado, Bitdefender nos presenta su estrategia de negocio basada en tres pilares: su propia tecnología avanzada de ciberseguridad, servicios gestionados de detección y respuesta (MDR) y el canal de distribución donde destacan los MSP.



06

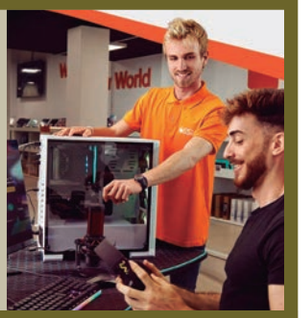
Reportaje gaming

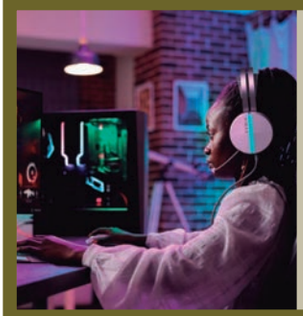
Los orígenes del videojuego se remontan a la década de 1950 cuando se intentó por primera vez implementar programas de carácter lúdico. Fue así como se dio forma a una industria que mueve 230.000 millones de euros en todo el mundo.

15

Gaming-as-a-Service

PcComponentes ha lanzado este novedoso servicio, un renting de los equipos más potentes para sacar el máximo partido a los videojuegos. Y no solo facilita hardware, sino que se refuerza también con juegos, acceso a PC Game Pass durante cuatro meses y seguro de daño accidental y robo.





18

Para cada tipo de gamer

AOC propone el complemento tecnológico ideal según sea el estilo de juego: aficionados a la competición, exploradores inmersivos, maestros estrategas, gamers casuales, aventureros, o atletas profesionales de eSports. Sube el nivel de tus partidas y haz que cada juego sea una aventura.

19

Programa para jugones de Samsung

El fabricante coreano anunciaba en el pasado CES detalles del programa "Diseñado para Samsung Gaming Hub" para garantizar experiencias de juego extraordinarias. El objetivo es trabajar con las principales empresas de accesorios y sacarle todo el partido a su plataforma de streaming de videojuegos.

22

Entrevista a Stuart Hubbard (Zebra)

Zebra Technologies traía a Madrid su conferencia mundial de desarrolladores DevCon, concentrando todo el saber y talento de su base de ingenieros y desarrolladores de UX tanto de la compañía como de sus numerosos partners y alianzas, y donde la IA tuvo un protagonismo omnipresente.

32

OVHcloud abre su primera Local Zone

El proveedor de nube OVHcloud acaba de anunciar la apertura en Madrid de su primera Local Zone. Gracias a la innovadora tecnología de grid scale, se podrán disfrutar de servicios en baja latencia y soberanía garantizada del dato. La cuenta atrás se hizo coincidir con la Summit de partners.

38

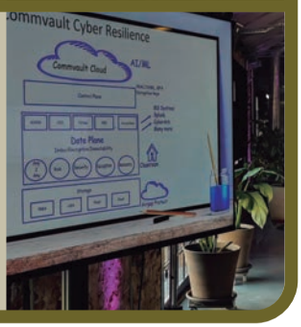
Reuniones más participativas

En todo el mundo hay más de 572 millones de personas que trabajan con ordenadores desde una oficina o a través de colaboración virtual, y cada semana se dedican millones de horas a reuniones online. Tecnologías como las de Jabra o Zoom posibilitan que la experiencia sea la óptima.

42

El shift-right de Commvault

La compañía presenta su última apuesta, la nueva plataforma Commvault Cloud, "powered by Metallica AI", todo un cambio de paradigma en las estrategias de una seguridad que va más allá de la ciberrresilencia, y que significa el mayor hito tecnológico en sus 25 años de historia.



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.

Te vendo los ojos y te tirito la herida

Igual que los almendros y saúcos están adelantando sus floraciones cada temporada un poquito más, como si no quisieran perderse la semana santa, así nosotros dejamos consignado el Especial Gaming listo para cubrir este primer semestre con la habitual revisión que hacemos todos los años. Lleno de datos de mercado y análisis de la mano de consultoras como Statista o PwC, de claves y tendencias que nos apuntan analistas como LCI Barcelona o expertos como PcComponentes, y de novedades de producto que nos aportan fabricantes como Samsung, AOC o Devolo. Y sin irnos muy lejos, también sacamos dentro del campo del trabajo colaborativo, un informe de Jabra y un apunte de Zoom.

Parece que por una cosa u otra se nos ha abonado Zebra, en esta ocasión no podíamos dejar pasar la ocasión de hablar con uno de sus expertos en su visita a Madrid para celebrar su evento para desarrolladores. Otro habitual que solemos traer tras su Summit anual donde siempre hacen un montón de presentaciones es OVHcloud, que en esta ocasión hizo una réplica especial en Madrid ante su ecosistema de partners por motivo del lanzamiento de la primera Local Zone para nube pública.

También se toca un tema que por repetido no es menos importante, el de la ciberseguridad, cada vez más una commodity que se consume as-a-service. Mostramos la propuesta de Bitdefender, que también apuesta por una plataforma MDR unificada para que los MSP puedan ampliar su gama de servicios. Otro gran player del sector, Commvault, completa un viaje emprendido hace más de dos décadas con appliances dedicados para completar el lanzamiento de una imponente plataforma que reúne todas las capas de la ciberseguridad yendo más allá de la protección del dato para crear compañías más ciberresilientes.

El reto demográfico

Pero si algo de verdad está cambiando en España es que por primera vez desde el fin de la pandemia, las ventas de cerveza en el canal horeca se han estancado, de hecho en el conjunto del año pasado han bajado un ligero 0,7%, que igual no es tan preocupante visto de una manera aislada y puntual, pero sí supone un aviso a navegantes, y más con la conmoción producida por una de las pequeñas artesanales más grandes declarada en quiebra.

Nos extinguimos. Nuestro modelo de ocio largamente explotado desde nuestros abuelos también nota la presión y competencia de las redes OTT y la televisión a la carta. Y es que en esta España que parece los más agoreros que se desmembra por el sumidero lo que también se está produciendo… es el cierre de bares. Tenemos 165.000 bares en España, hay calles de algunas ciudades que tienen más bares que en algunas capitales escandinavas. Y sin embargo faltan 1.300 bares, los mismos que pueblos de la España vaciada que no tienen un triste teleclub u hogar sindical. Y aún hay otros 2.700 pueblos que sus partidas de dominó o tute arrastrado dependen del único bar 2 leguas a la redonda.

Y sin embargo, hay pueblos que han cerrado el chiringuito de los güitos de aceitunas y cáscaras de gamba en el suelo, pero ha abierto un gastrobar que han montado una pareja huyendo de la ciudad y que vive de una carta muy digna. Pueblos cuya mitad alta está abandonada porque nadie quiere ya subirse la compra todos los días por esas cuestas y escalinatas como nuestros antepasados, y plazas mayores con los carteles de se vende en un centro que ya no funciona ni atrae.

Un despoblamiento sobrevenido y no era el cambio climático, es el cambio existencial. El de los al menos solo en España 400.000 headbangers influenciables haciendo cola en los centros comerciales con su cerebro gruyère al son de tiktokeros como en un pinball dándole a los flippers con la mononeurona hueca rebotando en los bumpers, vendiendo su iris único a cambio de 30 criptomonedas al demiurgo fáustico del mismísimo ChatGPT y ahora con el invento del World ID, el banco mundial de escaneos biométricos con los 3,6 millones de iris hashes a base de un algoritmo de función única que proporciona sus pasaportes digitales que serán la llave de un futuro lleno de cadenas de bloques y vulnerabilidades, y vuelta a hacer cola para sacar el dinero real de un cajero que se queda con las comisiones de conversión, masters del ICADE. No vende nada, pero ya vale 2.800 millones de dólares, pisando callos y levantando ampollas, aunque se le haya parado los pinreles. Ponerse la venda antes de la herida.

Los videojuegos crecen en la sociedad digital

Los orígenes del videojuego se remontan a la década de 1950 cuando se intentó por primera vez implementar programas de carácter lúdico. Fue así como se dio forma a una industria que mueve millones de euros en todo el mundo, en concreto 229.390 millones de dólares en 2022 según Statista. A fin de cuentas, los videojuegos son a día de hoy una de las principales industrias de entretenimiento, que crece con la nubificación del mercado del entretenimiento.

LOS DATOS del Statista Market Insights muestran que los videojuegos conforman una industria enormemente popular y rentable en todo el mundo, con un valor del mercado global estimado en casi 230.000 millones de dólares en 2022 y una previsión de ingresos de cerca de 400.000 millones de dólares en 2023 a nivel mundial. De los seis mayores mercados de videojuegos, tres son países asiáticos, con China a la cabeza, donde se prevé que la industria del gaming facture 110.100 millones de dólares al cierre de 2023, y casi 143.000 millones en 2026.

En Estados Unidos, el segundo mayor mercado del mundo, la economía de los videojuegos está valorada entorno a los 96.000 millones de dólares, mientras que en Japón, el tercer mercado, lo está en 75.000 millones. Brasil, en tanto, es el decimotercer mercado más grande a nivel mundial y el mayor de Iberoamérica, con unos ingresos estimados en 2.700 millones de dólares en 2023. España, a la zaga con menos de la mitad de población, los ingresos ascienden a los 2.300 millones de dólares.

De hecho, el videojuego se ha convertido en la primera opción de ocio audiovisual y cultural del país; posición que se afianzó tras la pandemia. Durante 2022, la facturación del sector español se aproximó a los 2.015 millones de euros, gracias, entre otras cosas, a la comercialización de unas 840.000 consolas, alrededor de 3,1 millones de accesorios y más de 7 millones de videojuegos. Entre estos últimos, son las tramas de acción y los juegos de rol las que más atraen a los gamers españoles. Otra capítulo aparte a sumar sería el de los eSports, que aglutinan por sí mismos 36,3 millones de euros.

La adaptación de los modelos de negocio a las nuevas tecnologías durante la última década es, sin duda, una de las claves del constante crecimiento de la industria del videojuego en España. Es más, a diferencia de otras industrias, Internet se ha convertido en uno de sus mayores aliados, haciendo que las ventas online de videojuegos y productos relacionados representan ya más de la mitad de la facturación total frente a la venta presencial.

"Eso sí, pese a la creciente popularidad de las plataformas online y de catálogos como PlayStation Now o Xbox Game Pass, todavía son mayoría aquellos jugadores que no están suscritos a ningún servicio online de este tipo", explica Abigail Orús Gallego, investigadora sénior en Statista. "Esta es probablemente una de las razones por las que el mercado nacional se encuentra tan lejos de gigantes como China y Estados Unidos. No en vano, en ambas industrias, que cuentan con dos de las bases de jugadores más amplias del mundo, las suscripciones a servicios multi-player lle-

van tiempo siendo un importante generador de ingresos".

Así, en todo el mundo, los juegos para dispositivos móviles ya generan la mayor parte de los ingresos, alrededor del 72%. Este porcentaje es aún mayor en China, con un 75%, o en algunos países latinoamericanos. España no ha sido una excepción, y con el auge de la movilidad, y especialmente de las plataformas con aplicaciones online, no sorprende el cada vez mayor uso del smartphone por parte de los jugadores españoles. "La distancia entre el smartphone y la consola de sobremesa ya no existe", añade Orús. "Y es que el teléfono inteligente ya ha alcanzado a la consola de sobremesa, convirtiéndose junto a esta en el dispositivo preferido por la mayoría de gamers, sobre todo entre adolescentes". Y todo ello a pesar del éxito que consolas portátiles como la Nintendo Switch o la PSPortal continúan teniendo en el mercado nacional.

Respecto al número de videojuegos (software) vendidos en España, las cifras de 2022 muestran un crecimiento de aproximadamente 145.000 de copias. Por su parte, la venta de accesorios y de videoconsolas disminuyó durante dicho año, una tendencia que ya se viene observando desde 2010 aunque de manera más suavizada en los últimos siete años, aunque desde el fin de la pandemia se ha acusado una ligera aceleración en las caídas en el volumen de compra, no así en valor. Así, según muestran las cifras de Statista, en el pico histórico del 2010, se vendieron 6,199 millones de accesorios y 2,115 millones de consolas, frente a 16,514 millones de videojuegos. Esas cifras en el año de la pandemia del 2020, fueron de 4,448 millones de accesorios, 1,053 millones de consolas y 8,452 millones de videojuegos. La serie se cierra con los datos de 2022, con 3,108 millones de accesorios, 0,842 millones de consolas y 7,092 millones de videojuegos, lo que significa prácticamente la mitad de las unidades vendidas doce años antes.

Abigail Orús Gallego, investigadora sénior en Statista.

El perfil del jugador español

Si bien cada vez son más las mujeres que se animan a adentrarse en el mundo del videojuego, los hombres siguen siendo mayoría. Concretamente, más de la mitad de los jugadores españoles en 2022 pertenecían al género masculino. En lo que respecta a la edad, son los niños de 11 a 14 años entre los que existe una mayor proporción de aficionados a los videojuegos, seguidos por la población menor de 10 años y aquellos con edades comprendidas entre los 15 y los 24 años. Eso sí, el porcentaje de mayores de 44 años que reconoce dedicar tiempo a esta actividad de ocio ya sea en la consola o en otro dispositivo no es para nada despreciable, e indica una cosa: el gusanillo de los videojuegos no desaparece con la edad y se alarga a lo largo de la vida, creando un nuevo grupo de consumidores.

Pero ¿cuánto tiempo dedica el español medio a jugar a videojuegos? La verdad es que la respuesta a esta pregunta ha variado de forma constante en las últimas décadas. Si bien el promedio actual es algo inferior a las ocho horas semanales, según los últimos resultados disponibles, siguen siendo mayoría los que in-

«La distancia entre el smartphone y la consola de sobremesa ya no existe. Y es que el teléfono inteligente ya ha alcanzado a la consola de sobremesa, convirtiéndose junto a esta en el dispositivo preferido por la mayoría de gamers, sobre todo entre adolescentes» (Abigail Orús, Statista)

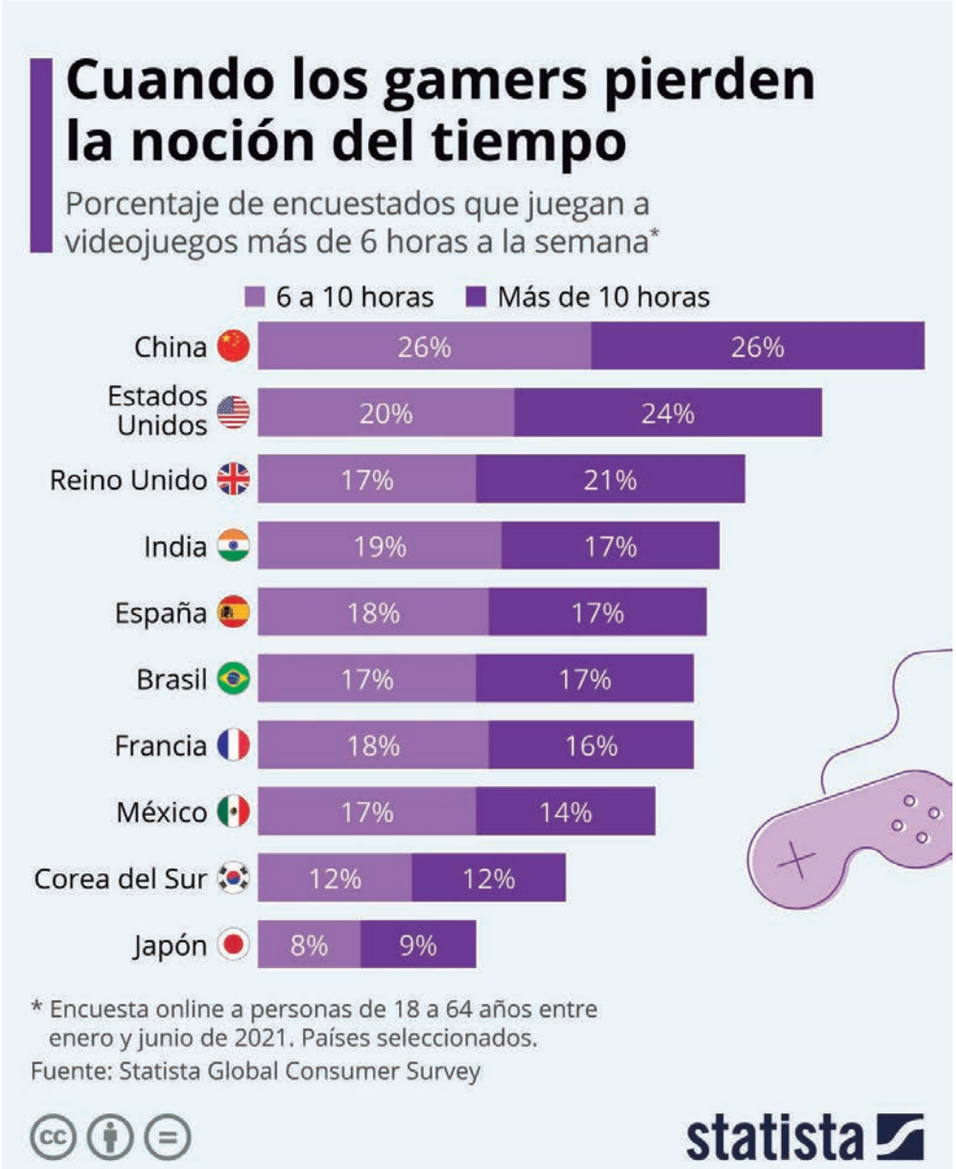
Patricia Manca, socia responsable de Entretenimiento y Medios en PwC.

vierten menos de seis horas, con solo el 35% de la población superando dicho umbral. Se sitúa así lejos todavía de naciones como China o Estados Unidos, donde es mucho más frecuente que los ciudadanos pierdan la noción del tiempo cuando están jugando y muchos se alimenten a base de los tranchettes que les pasan por debajo de la puerta.

En el caso chino, hay que saber que desde el 1 de septiembre de 2021, los menores de edad en China vieron limitado su tiempo de disfrute a tres horas de videojuegos online semanales, no así los ciudadanos adultos, pues las autoridades estatales aún califican a los videojuegos de "opio espiritual". Pese a lo extremo de la regulación –de la que tampoco se puede decir que el resto del mundo pueda quedar exento al estar cada vez más cuestionado el uso de smartphone en menores–, es probable que el gigante asiático siga encabezando la lista de los países que más tiempo pasan jugando en consolas, ordenadores o teléfonos.

Así, un 52% de los adultos encuestados en China para el Global Consumer Survey de

«Se prevé un crecimiento moderado en todas las áreas del mercado de videojuegos en España en los próximos cinco años, excepto en los juegos de consola, donde se espera una disminución constante» (Patricia Manca, PwC)



Statista afirma pasar más de seis horas a la semana jugando a videojuegos. De estos, la mitad (un 26%) juega diez horas semanales como mínimo. Estados Unidos no se queda atrás, ya que un 44% de las personas entrevistadas manifiesta jugar seis horas o más a la semana. A pesar de ser el tercer y el cuarto mercado mundial de videojuegos, Japón y Corea del Sur son superados por otros países en cuanto a tiempo de pantalla. Entre ellos están los dos mercados de videojuegos más grandes de América Latina, Brasil y México, donde cerca de un tercio de los encuestados destinan seis horas o más por semana a esta actividad lúdica.

Papel destacado para la industria E&M

En todo caso, además de su contribución al mercado TIC, el sector de los videojuegos en su conjunto es uno de los principales pilares de la industria global de Entertainment and Media (E&M). Según cálculos de la consultora PriceWaterhouseCooper, se espera que los ingresos totales de los videojuegos aumenten de los 227.000 millones de dólares en 2023 a 312.000 millones en 2027, lo que supone un avance del 7,9%. Además, con la confianza en esta industria en aumento y las audiencias que arrastra, se proyecta que los ingresos por publicidad casi se dupliquen entre 2022 y 2027, alcanzando los 100.000 millones de dólares en 2025.

En España, los ingresos totales por videojuegos y por los eSports fueron de 2.117 millones de euros en 2022, y se espera que lleguen a los 2.751 millones en 2027 –un 5,4% más–. Los juegos sociales son el segmento más grande del mercado y representan el 62,5% de los ingresos totales. "A medida

que este sector en constante expansión sigue capturando la atención de personas de todos los grupos demográficos, pero especialmente de los jóvenes, los juegos están alcanzando su propio estatus como medio de creatividad, gasto del consumidor y publicidad", señalan desde PwC.

Sin embargo, hay que contener la euforia. El comportamiento del mercado manifiesta solo un crecimiento moderado del sector de los videojuegos lastrado por algunas rémoras, la larga inflación incluida. Además, la industria en general, y la de los videojuegos en lo que le toca, se ha visto afectada por la crisis de los semiconductores y la escasez de chips a nivel global. "Se prevé un crecimiento moderado en todas las áreas del mercado de videojuegos en España en los próximos cinco años, excepto en los juegos de consola, donde se espera una disminución constante (-3% anual) en periodo de referencia", acota Patricia Manca Díaz, socia responsable de Entretenimiento y Medios en PwC.

Pero a cambio hay un fuerte avance de otros sectores emergentes vinculados a la transformación digital. Y si bien aún tienen un peso residual en la facturación total de la industria del entretenimiento, están tratándose de hacerse un hueco, y las expectativas son grandes, solo hay que ver el revuelo de las Vision Pro, las flamantes gafas de

El futuro de los videojuegos, según LCI

Gafas, consolas portátiles y máximo realismo son el futuro de los videojuegos gracias a la IA, según la Escuela de Diseño y Artes Visuales de Barcelona, una de las doce instituciones de enseñanza superior que LCI Education tiene repartidas en los cinco continentes. Según sus últimas investigaciones, la llegada de las nuevas tecnologías permitirá jugar con la máxima calidad de imagen y procesamiento tanto en casa como fuera. La experiencia se diferenciará en que en el hogar será posible contar con accesorios como las sillas y las gafas que prácticamente introduzcan al usuario en el mundo del jugador con total realismo, mientras que las consolas portátiles mantendrán la calidad allí donde se conecte uno, pero sin esa oportunidad de AR/VR.

"El sector de los videojuegos sigue en auge en países como España, donde ya factura más de 2.000 millones de euros anuales y hay más de 23 millones de jugadores. Sin embargo, la llegada de tecnologías como la Inteligencia Artificial puede cambiarlo todo", reconocen expertos del LCI Barcelona. "Los conocedores del área destacan la relevancia de la inversión que se tendrá que realizar, pero también que su incorporación provocará un panorama completamente nuevo".

Ya se vio que la IA fue la gran protagonista del CES 2024 y el último MWC, en donde se presentaron las últimas novedades en el mundo de la tecnología. Los videojuegos han estado muy presentes y muchos de los avances tecnológicos publicados han estado vinculados con dicho sector, apalancados por dos claves principales: el uso de la IA generativa desde un diseño first-AI y el impulso de la realidad virtual para el usuario. Ambos extremos se tocan no solo para mejorar la creatividad a la hora de diseñar el videojuego, también potenciará el desarrollo de este con un mayor realismo en conversaciones, escenas y acciones que multiplicarán la experiencia hiperrealista del usuario.

Es el caso de nVidia, que presentó 'Ace for Games' para la integración nativa de IA en el desarrollo de videojuegos, logrando un salto de calidad tanto en el procesamiento de imágenes como en la

David Carretero, profesor de la escuela multiverso LCI Barcelona.

generación de vídeo. En el caso concreto, esta tecnología podrá ser aplicada de múltiples formas y en diversos proyectos, lo que influirá notablemente a la hora de crear y desarrollar un mismo producto para diversos niveles de jugadores.

"Aplicar correctamente esta herramienta ayudará a concebir escenarios de mundo abierto, más detallados y amplios para el consumidor, pudiendo generar personajes aleatorios dentro de estos y dotarlos de mayor inteligencia y, con ello, permitirá que el usuario que está jugando tenga una total libertad a la hora de moverse por los entornos, logrando una experiencia absoluta", explica David Carretero, director del área de animación y diseño de videojuegos de la escuela LCI Barcelona, que añade: "El hecho de contar con IA es una gran ventaja para el diseño de este tipo de videojuegos. Los conocidos como mapas de jugador podrán ser más amplios y nos permitirán tener una partida más realista. Además, será muy importante a la hora de la jugabilidad, ya que evitará haya parones y reduciremos los errores en el juego".

Nuevas consolas y gafas

Esta máxima realidad permitirá distribuir nuevas herramientas para revolucionar el mundo de las videoconsolas. Por una parte, las conclusiones del CES es que es probable ver las consolas portátiles mucho más distribuidas en la actualidad ganando en ubicuidad. Hay casos como el de Atari Gamestation Portable, apostando por el gusto retro pero permitiendo conectar la consola portátil a la TV en los casos requeridos. También está el de Claw, impulsada por MSI y que cuenta con un procesador de máxima potencia perteneciente a Intel Core. O el de Ayaneo Next Lite. Un sinfín de opciones con imagen de alta calidad y posible conectividad con dispositivos de imagen más grandes que aumenten las opciones de jugabilidad en casa.

Y si bien hace años tuvieron su auge las gafas de AR/VR, en lo que respecta a estos accesorios, durante el último CES han vuelto a ganar protagonismo. Según destaca Carretero, "se sigue avanzando, pero falta su popularización entre los usuarios". Las gafas VR son cada vez más comunes. Tras el CES 2024 ya se sabe que habrá gafas VR de la marca Sony, sumándose a un mercado donde las Oculus de Meta ya van por su tercera generación mejorada. A ello habrá que sumar la opción de sillas hápticas, que completarán la experiencia del usuario en lo que respecta a sensaciones físicas.

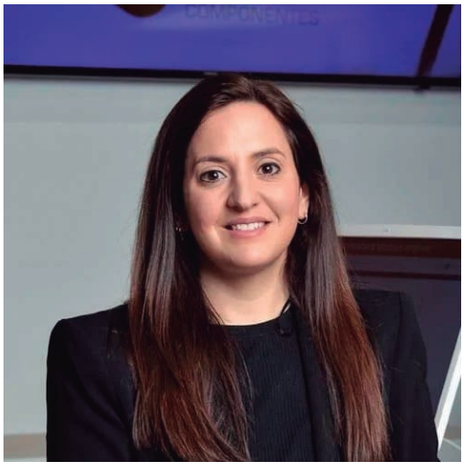
"Los precios son altos y los aficionados aún no las han popularizado, pero todo ello permitirá crear videojuegos de máximo realismo. La IA ayudará en el diseño de imagen y en el desarrollo del producto. Y esa oportunidad de jugabilidad facilitará expandir el uso de los accesorios", reconoce el profesor del LCI Barcelona.

«La IA ayudará a concebir escenarios de mundo abierto, pudiendo generar personajes aleatorios y dotarlos de mayor inteligencia, permitiendo que el jugador tenga una total libertad a la hora de moverse, logrando una experiencia absoluta» (David Carretero, LCI Barcelona)

Enséñale los dientes al ransomware.

OBTÉN LA DEFENSA MÁS FEROZ CONTRA AMENAZAS COMPLEJAS.

Barracuda®



Alicia Vicente,
Brand & Communications Manager de PcComponentes.

«Los videojuegos van más allá del propio juego e influyen en el consumo digital de más cultura. Series, películas y música, se ven influidos favorablemente por este sector que conquista a personas de todas las edades» (Alicia Vicente, PcComponentes)

Apple. Después de los récords de la Realidad Virtual en 2020 y 2021, se espera que este mercado experimente una mayor expansión en los próximos cinco años en España, impulsado por la creciente popularidad de los juegos que se sirven de esta tecnología y de las experiencias de vídeo inmersivo. Se calcula que los ingresos totales de VR se dispararán de 64 millones de euros en 2022 a 196 millones en 2027, a un ritmo del 24,9%.

En cuanto a los eSports, también seguirán creciendo con fuerza en España. Los ingresos totales en la industria de los deportes electrónicos aumentarán de 36,3 millones de euros en 2022 a 63,6 millones en 2027, lo que equivale a un aumento del 11,9% medio anual, impulsado por la venta de entradas (+18,7%), los ingresos por derechos de retransmisión (+15,9%) y los patrocinios (+10,9%), que seguirán siendo la mayor fuente de ingresos de este sector emergente. La publicidad ha ganado relevancia hasta en el gaming a través del teléfono móvil, ya que muchos usuarios prefieren los anuncios en lugar de tener que comprar en las apps. También hay que tener en cuenta que la publicidad es, con diferencia, el mayor contribuyente a los ingresos de Realidad Aumentada (RA) en España como consecuencia de la popularidad de aplicaciones sociales como TikTok o Snapchat, donde predominan los filtros faciales y los anuncios dentro de estas apps.

Si tomamos a todo el conjunto de la categoría E&M (desde los clásicos audiovisuales de cine, teatro, conciertos, televisión y radio incluidos derechos de taquilla y publicidad en plataformas OTT de streaming, hasta los más novedosos de podcasts y audiolibros, desde los videojuegos hasta los deportes electrónicos), la industria española del entretenimiento crecerá un 4,6% hasta 2027, gracias a la publicidad y con el foco puesto en la IA. En concreto, según PwC, el sector del entretenimiento y de los medios de comunicación crecerá al doble de velocidad que el conjunto de la economía nacional –2% de previsión–, hasta alcanzar una facturación superior a los 35.000 millones de euros en el año 2027. Asimismo, la industria crecerá más rápido en

PcComponentes lanza Gaming-as-a-Service

PcComponentes, el eCommerce español experto en tecnología, lanza un nuevo plan de Gaming as a Service, dirigido a ofrecer a los clientes más entusiastas el renting de los ordenadores más potentes para sacar el máximo partido a los videojuegos. Este nuevo servicio no solo facilita el mejor hardware, sino que se refuerza también con nueve juegos incluidos, acceso a PC Game Pass durante cuatro meses y seguro de daño accidental y robo. Además, este servicio exclusivo se beneficia de todas las ventajas diferenciales de PcComponentes, incluyendo envíos rápidos, configuraciones recomendadas por sus expertos, asesoramiento en todo momento, así como otros beneficios adicionales especialmente pensados para el público gamer.

Buscando brindar la máxima flexibilidad, el servicio GaaS de PcComponentes ofrece diferentes planes que se adaptan a las necesidades de cada cliente. Por 30,59 euros al mes durante tres años se puede disfrutar de los últimos modelos de ordenadores optimizados para jugar. Los periodos disponibles para este servicio son 12, 24 y 36 meses. Al finalizar los plazos, el cliente tiene la libertad de extender el tiempo de uso, reemplazar el producto por otro más actual o devolverlo.

Alberto Rodríguez Bodeguero, Service Manager de PcComponentes, comenta: "Por flexibilidad, comodidad y sostenibilidad, el renting de dispositivos se ha convertido en un servicio muy valorado por muchos usuarios de tecnología, por lo que hemos apostado por ir un paso más allá y convertirnos en el primer eCommerce en España que ofrece este servicio a los jugadores, incluyendo las últimas novedades tanto en hardware como en videojuegos, y por supuesto, con las ventajas diferenciales del servicio 5 estrellas ofrecido por nuestros expertos".

El Gaming as a Service de PcComponentes garantiza Windows 11 como sistema operativo, así como acceso gratuito durante cuatro meses a PC Game Pass, el servicio de videojuegos por suscripción de Microsoft, con un catálogo formado por cientos de títulos. Además, se incluyen nueve videojuegos recientes, valorados en su conjunto en 200 euros, que estarán disponibles de forma gratuita incluso si el cliente opta por reemplazar su equipo de renting por otro más actual.

Como parte de su servicio 5 estrellas, el nuevo plan de renting de PcComponentes incluye varios servicios específicos prestados por sus expertos en tecnología y gaming. Entre ellos, están Game Ready Setup, un apoyo especializado para la puesta en marcha del nuevo equipo; Overclocking Master, una maximización del rendimiento del hardware para asegurar el mejor funcionamiento en escenarios exigentes de uso, y Backup Master, que ofrece ayuda profesional para hacer copias de seguridad de los datos guardados en el equipo. Además, con el objetivo de que los clientes puedan utilizar los equipos con absoluta tranquilidad, ya que todos los rentings de Gaming as a Service incluyen seguro de daños y robo.

Alberto Rodríguez Bodeguero,
Service Manager de PcComponentes.

El cuidado de las comunicaciones en el sector hotelero y alojamientos

Tanto en hoteles, albergues, residencias u otro tipo de alojamientos, las comunicaciones siguen siendo claves. Actualmente la comunicación IP trasciende a la voz y abarca otros canales debido a la convergencia entre la informática y la telefonía, sin olvidar las ventajas que aporta tanto para huéspedes como para el personal del hotel.

Cualquier negocio, y el sector hotelero no es excepción, debe simplificar y mejorar las comunicaciones internas y externas, ofrecer una gran calidad de audio y voz y una mejor conectividad. Sin embargo, no todos los terminales IP son iguales ni cubren las necesidades específicas que cada establecimiento busca.

En este contexto, es necesario confiar en un proveedor que cuente con una amplia oferta, que sea a prueba de futuro y que integre todos los mecanismos de seguridad, robustez y calidad, además de satisfacer cuestiones tales como movilidad y versatilidad.

Terminales Snom: adaptados para cada necesidad

Snom ofrece una amplia gama de terminales que se adaptan a los requisitos de cada establecimiento; desde sencillos dispositivos funcionales hasta aquellos más complejos con diversas funcionalidades, tanto para recepción como para habitaciones y zonas comunes.

Aunque Snom cuenta desde hace años con teléfonos IP con un sofisticado diseño personalizado para hoteles de lujo, no todos los establecimientos de este sector requieren incluir amplias funciones, pero sí necesitan características como la facilidad de limpieza de los terminales, personalización y un diseño sencillo. Además de ello, estos establecimientos deben cumplir con la protección de datos, impidiendo, por ejemplo, que la lista de llamadas del huésped anterior pueda ser recuperada por terceros.

Innovación, comodidad y exquisito diseño

De este modo, y dada la demanda específica de terminales que mejoren las comunicaciones de cada tipo de establecimiento del sector hotelero, (desde hoteles, hostales, albergues juveniles o residencias de mayores), Snom ha desarrollado una nueva gama de dispositivos: **Las series HD y HM**, que cuentan con la alta calidad de audio de Snom y una garantía de tres años:

- ***Integrables en cualquier entorno.*** Los modelos **HD100** y **HD101**, permiten que las llamadas y los mensajes en espera también se muestren visualmente. Con alimentación a través de PoE, no es necesaria una conexión de alimentación. Señalar que el modelo HD101 es un moderno terminal DECT sobre IP con un microteléfono inalámbrico para la máxima libertad de movimiento estando la base DECT integrada, lo que ofrece un alcance de señal de hasta 50 m y admite hasta tres copias del microteléfono DECT Snom HD1.

- ***Versatilidad.*** Los modelos **HD350W** y **HD351W** son modernos teléfonos de sobremesa Wi-Fi con un panel de control y teclado de funciones sencillo de manejar y con un diseño actual. Ambos terminales ofrecen todas las funcionalidades de los modelos básicos mencionados anteriormente, incluida la opción de funcionamiento a través de PoE. El HD351W también cuenta con una estación base DECT integrada, lo que significa un teléfono inalámbrico y soporte para cinco teléfonos Snom HD3 adicionales.

- ***Movilidad.*** Los terminales **HM201** y el **HM2**, una solución completa y sencilla compuesta por una estación base DECT para hasta cuatro teléfonos de huésped (dormitorio, antesala, salón y baño, por ejemplo) con tecnología inalámbrica DECT-sobre-IP, permitiendo la máxima libertad de movimiento. Incluye personalización del logo del hotel en la propia pantalla.

Además, ambas series: HD y HM de Snom para el sector hotelero, ofrecen un diseño elegante y cuentan con superficie antibacteriana, teclas de marcación rápida (recepción, despertador, etc.), manos libres, función de silencio y posibilidad de poner llamadas en espera. En definitiva, se trata de un muy atractivo y funcional accesorio de comunicación para las habitaciones de cualquier hotel o alojamiento.

snom

www.snom.com

Un AOC para cada tipo de gamer

Este año, sea cual sea tu estilo y preferencia, date un baño de bits y nits, y explora una aventura pixelada, creada para un amplio abanico de personalidades gaming. Descubre el compañero tecnológico ideal para aficionados a la competición, exploradores inmersivos, maestros estrategas, gamers casuales, aventureros, o atletas profesionales de eSports. Sube el nivel de aventura de tus partidas y haz que estas fiestas sean inolvidables con un regalo perfecto.

- *Entusiastas de la competición*

Para los gamers que disfrutan al máximo con la intensidad de los MOBA (Multiplayer Online Battle Arenas) y los FPS (First-Person Shooters), el AOC Gaming 25G3ZM/BK es la mejor elección. Gracias a su bajo retardo de entrada y a una alta tasa de refresco de 240 Hz, este monitor garantiza una ventaja competitiva con un juego fluido y preciso, proporcionando una ventaja en cualquier batalla virtual. PVPR: 199€.

- *Explorador inmersivo*

Los cazadores de fortunas podrán embarcarse en aventuras épicas y explorar vastos RPG de mundo abierto con el Agon AG405UXC. Este monitor ofrece un festín visual con una alta resolución QHD ultrawide (3.440×1.440) en un impresionante formato de 40 pulgadas, complementado con compatibilidad HDR. Permite sumergirse en paisajes impresionantes y vivir los juegos como nunca, convirtiendo cada misión en un viaje visualmente impresionante. PVPR: 599€.

- *Maestro estratega*

Los comandantes pueden liderar sus ejércitos y conquistar reinos con el AOC Gaming CU-34G2X/BK. Perfecto para juegos RTS (Real-Time Strategy) y TBS (Turn-Based Strategy), su relación de aspecto ultrawide proporciona la visión estratégica necesaria para la dominación total. Cada movimiento puede planearse con precisión para presenciar cómo las estrategias se despliegan a la perfección a lo largo y ancho de la gran pantalla. PVPR: 389€.

- *Aventurero de historias*

Los más atrevidos pueden sumergirse en narrativas cautivadoras y aventuras visualmente impresionantes con el AOC Gaming CQ27G2S/BK. Hecho a medida para los juegos de aventuras (story-driven gaming), este monitor cuenta con una alta relación de contraste y una vibrante reproducción del color. Su diseño curvo mejora la inmersión, mientras que su compatibilidad con HDR10 realza las luces y las sombras. Cada giro argumental y momento emotivo se experimenta con calidad cinematográfica, dando vida a la narrativa del juego. PVPR: 269€.

- *Jugador casual*

Para las sesiones de gaming informales con amigos, el AOC Gaming Q27G2S/EU es el compañero ideal. Diseñado para juegos multijugador y títulos para un solo jugador, sus cómodos ángulos de visión y la precisión del color crean un entorno de juego social. Su panel IPS y sus amplios ángulos de visión garantizan que todos permanezcan en la acción sin perderse ni un momento. Con un tamaño óptimo de 27 pulgadas, resolución QHD y tasa de refresco de 165 Hz, el monitor está en el punto óptimo entre asequibilidad, rendimiento y nitidez. PVPR: 299€.

- *Atleta profesional de eSports*

Para quienes aspiran a la gloria en títulos de eSports como CS:GO y League of Legends, el Agon Pro AG276QZD es la elección perfecta. Con un tiempo de respuesta extremadamente bajo gracias a la tecnología OLED, una altísima tasa de refresco de 240 Hz, bajo retraso de entrada y compatibilidad con nVidia G-Sync, este monitor garantiza que cada movimiento se ejecute con precisión. Permite elevar el rendimiento en los eSports para competir al más alto nivel. PVPR: 999€.

España que a nivel internacional, donde el sector avanzará a un ritmo medio del 3,6% durante los próximos cinco años.

"La industria española de E&M seguirá creciendo a velocidad de crucero en los próximos años, y lo hará al doble de velocidad que el conjunto de la economía española, según la proyección de los organismos internacionales, que sitúan el crecimiento en torno al 2%", dice Manca. "La 24ª edición del informe 'Entertainment and Media Outlook 2023-2027 España''de PwC concluye que los ingresos del sector en nuestro país crecerán un 4,6% CAGR hasta 2027, hasta alcanzar los 35.011 millones de euros. Este crecimiento es un punto porcentual superior al previsto en el conjunto de la industria a nivel global, que se espera que crezca un 3,6% hasta alcanzar una facturación de 2,8 billones de dólares en ingresos dentro de cinco años, una cifra muy significativa si se tiene en cuenta que supera el PIB previsto para ese mismo año de países como Brasil o Canadá".

Las empresas están viendo obligadas a reinventarse y reorientar sus planes estratégicos, especialmente en un momento de incertidumbre para los hogares, que están sufriendo un fuerte incremento de costes como consecuencia de las últimas subidas de los tipos de interés y de las elevadas tasas de inflación. Esta es la razón por la que las empresas a nivel global están buscando su apoyo en nuevos formatos y soportes publicitarios y evaluando nuevas fórmulas de suscripción para crecer, examinando en profundidad las oportunidades que se abren gracias a la transformación digital y con la mirada puesta especialmente en la Inteligencia Artificial (IA).

En este campo no todos los segmentos se compartan igual. Uno de los sectores más afectados por la pandemia, las salas de cine, seguirá recuperándose en los próximos años hasta niveles pre-covid cuando se ingresaron 615 millones de euros en taquilla en España en 2019, una cifra que cayó hasta los 172 millones en 2020, y que no será hasta 2026 que se llegue a ingresar por encima, 647 millones. Otros sectores tradicionales tendrán crecimientos más moderados o perderán tamaño: la música avanzará un 3,7% anual; la radio y el podcast, repuntará un 1,3% al año de media, y la industria del libro apenas crecerá a un ritmo del 0,7% al año hasta 2027. Por el contrario, el quiosco de prensa deberá buscar otras vías: cae la facturación en papel de revistas (-1,5%) y periódicos

Nuevo programa de accesorios "Diseñado para Samsung Gaming Hub"

Samsung Electronics anunciaba en el pasado CES 2024 de Las Vegas los detalles del programa "Diseñado para Samsung Gaming Hub" para garantizar experiencias de juego extraordinarias. El objetivo del programa es trabajar con las principales empresas de accesorios gaming para impulsar la próxima generación de los mejores productos asociados para Samsung Gaming Hub, la plataforma de streaming de videojuegos de Samsung. Además, la empresa coreana presentaba su primera colaboración con el proveedor de accesorios gaming PDP (Performance Designed Products LLC), para presentar el primer mando con licencia oficial.

Se trata del mando inalámbrico "Replay Midnight Blue", con batería recargable integrada que permitirá jugar hasta 40 horas por carga, una conexión Bluetooth de baja latencia con un alcance de 9 metros, un botón de inicio Samsung Gaming Hub capaz de iniciarlo inmediatamente, un botón de control de volumen de TV fácil de usar, y más funciones. El mando ya está disponible en mercados limitados, en el sitio web de PDP, Amazon.com y BestBuy.com.

A lo largo de este año se irán sumando más productos con el distintivo "Diseñado para Samsung Gaming Hub", que indica que ha sido sometidos a pruebas de compatibilidad, calidad, rendimiento, seguridad y protección en dispositivos Samsung para garantizar la mejor experiencia posible de streaming de juegos en plataforma Samsung Gaming Hub, independientemente del dispositivo Samsung que tengan los jugadores (televisores, smartphones y monitores principalmente, siempre que sean compatibles con el sistema). De esta manera, se abre el ecosistema del hub de gaming del fabricante para dar más opciones a los jugadores a la hora de equiparse, ya sean ocasionales o profesionales, desde los dispositivos que utilizan para el streaming de sus juegos hasta la expansión del Samsung Gaming Hub.

Más habilidades con Gamer Training

Como parte de la campaña de marketing multicanal paneuropea 'Embrace Your Game' de Samsung en colaboración con Activision Blizzard, se inauguraba también el programa Gamer Training, que ayuda a todo tipo de jugadores a mejorar sus habilidades. Samsung Game Portal ha renovado así sus contenidos e incluirá consejos por parte de algunos de los mejores jugadores profesionales y creadores de contenido. A su vez, cuenta con atractivas sesiones de formación interactivas, talleres en vídeo y tutoriales, así como recomendaciones de productos. El programa Gamer Training también ofrece avances exclusivos de productos de Samsung y demostraciones de la última tecnología en videojuegos.

Embrace Your Game es una campaña que pretende precisamente eso, que nos sumerjamos en el universo Blizzard (World of Warcraft, Overwatch, Crash Team Rumble, Diablo Immortal, StarCraft, Hearthstone…) a través del portfolio de gaming de Samsung para mostrar todo el potencial conjunto, ya sea para jugar desde casa o en cualquier otro lugar. Un conjunto de recursos creativos totalmente inmersivos da vida a estos videojuegos y conocer todos los trucos. El programa cuenta con entrenadores y creadores de contenido, como los streamers Randolph, QueenE, AnnacakeLIVE, LittleMoTAC o Rage Darling.

Para aquellos que buscan los mejores monitores, smartphones y otros productos para maximizar la configuración de su equipo gaming, la sección de hardware de Gamer Training ofrecerá consejos para todo tipo de jugadores. Desde la simple búsqueda del mejor televisor para gaming hasta la creación de un PC personalizado desde cero, pasando por el cambio de GPU o cómo encontrar las mejores tarjetas SSD. Adaptada a todo tipo de equipos para gaming, ya sea PC o consola, la plataforma contendrá información relevante para todos. El experto en hardware para las recomendaciones es Alex Brooks, de TechFlow.

Ecosistema Samsung

Con ello la marca coreana reconoce que ya no hay un solo tipo de jugador y que está surgiendo una comunidad cada vez más heterogénea, y al igual que los distintos géneros de videojuegos, las plataformas para el gaming son cada vez más diversas y en continua evolución. Samsung ha desarrollado una gama de productos gaming que permiten a cualquier jugador personalizar su configuración para adaptarla a su gusto y estilo de juego, sabiendo que los mejores productos crean experiencias increíbles para los jugadores.

Entre los productos de la campaña "Sumérgete en tu juego" se incluyen:

- Monitor Odyssey OLED G9, el primer monitor con relación de pantalla Dual QHD OLED 32:9 del mundo. Neo Quantum Processor Pro para una calidad de imagen detallada excepcional, utilizando IA para determinar qué partes de una imagen necesitan ser mejoradas. El nuevo monitor también cuenta con Samsung Gaming Hub, la aplicación que permite jugar desde la nube sin necesidad de consolas o descargas lentas previas y a una velocidad insuperable de 240 Hz y 0,03 ms de tiempo de respuesta.
- Smartphone Galaxy S23 Ultra, que incluye el procesador Qualcomm Snapdragon 8 Gen 2 for Galaxy, de los más rápido del mercado, y con hasta 928,1 GB de almacenamiento disponible. La capacidad de batería es de hasta 25 horas para reproducción LTE y WiFi.
- •Smart TV de 65" QN90C Neo QLED 4K HDR, con tecnología Quantum Matrix y mini leds para crear una imagen increíblemente nítida. Su procesador Neural Quantum 4K utiliza IA y 20 redes neuronales para optimizar el sonido, el brillo, el color y los detalles.

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

(-1,4%), aunque la esperanza está puesta en que la publicidad en las versiones online que sí crecerá un 6,9% en revistas y un 5,3% en periódicos durante los próximos cinco años.

En concreto, la publicidad en Internet alcanzó un valor de 4.251 millones de euros en 2022 y se pronostica que los ingresos aumentarán, a una tasa compuesta anual del 5,7%, hasta los 5.634 millones de euros en 2027. Llama la atención que la publicidad en vídeo online aumentará a un ritmo del 10,6%, un crecimiento más rápido que el de otras categorías como Search (4,5%), Display (4,3%) o Clasificados (3,9%). Las perspectivas son aún mayores en las plataformas de streaming OTT. "Hasta hace poco, el mercado OTT español (que ha triplicado su tamaño desde 2019 y que engloba a plataformas como Netflix o Prime Video) renegaba de la publicidad. Sin embargo, en la actualidad está apostando por ofrecer planes de suscripción más económicos incorporando anuncios en sus contenidos", señala la consultora de PwC. "Los ingresos por publicidad en estas plataformas crecerán a un ritmo del 11,5%, frente al auge del 9,4% de los ingresos por suscripciones o el aumento de apenas un 1,1% en la compra directa de vídeos". En términos generales, el mercado OTT español se expandirá a un ritmo del 9,3% durante los próximos cinco años. España también seguirá siendo el quinto mayor mercado publicitario televisivo de Europa Occidental, aunque la irrupción de nuevos competidores hará que sus ingresos disminuyan un 0,42% al año de media hasta 2027.

"Sin duda, el gran desafío para los líderes de esta industria será ser capaces de aprovechar el potencial de la Inteligencia Artificial para crear nuevas oportunidades, potenciar la productividad de la industria y dar un mayor espacio a la creatividad", explica la consultora de PwC. "Sobre todo en un contexto como el actual marcado por la incertidumbre, en el que los presupuestos familiares se ven afectados por la subida de los tipos de interés y la inflación, y en el que existen conflictos geopolíticos latentes que pueden afectar a las expectativas futuras de la economía en su conjunto y, por ende, de este sector, las empresas se están viendo obligadas a reinventarse y reorientar su estrategia de futuro".

III Radiografía del Gaming en España

Los videojuegos son un fenómeno en constante crecimiento y evolución que han calado en la sociedad como una vía más de entretenimiento cada vez más extendida. De hecho, existe una mayor diversidad de opciones de ocio a través del gaming que va más allá del propio juego. Así lo refleja la última 'Radiografía del Gaming en España' realizada por PcComponentes de cara al Día Mundial del Videojuego que se celebra los 29 de agosto, y que confirma cómo el mundo del gaming ha evolucionado más allá de las pantallas convirtiéndose en un auténtico fenómeno cultural.

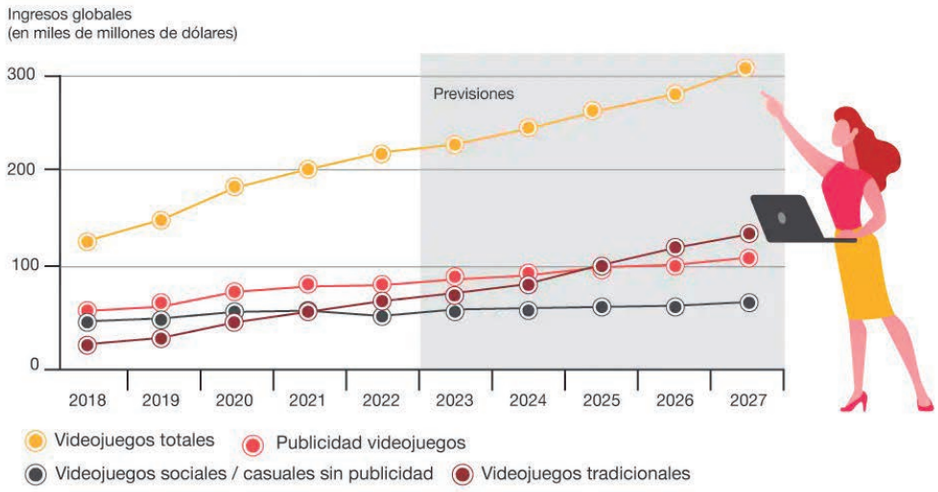
De hecho, se destacaba cómo el 91% de los gamers afirma consumir una gran variedad de formas de entretenimiento relacionadas con el universo gaming más allá de los propios videojuegos: series y películas basadas en videojuegos, BSO, así como streamings y podcasts especializados. En este sentido, cabe señalar que la mitad de los jugadores (50%) consumen series y películas basadas en videojuegos, demostrando así la influencia de las narrativas digitales en la industria del cine y la televisión. Grandes títulos como "Super Mario Bros: La película", "Sonic", la adaptación de uno de los videojuegos más conocidos de los últimos años en la serie "The Last of Us" o el reciente lanzamiento de la película "Gran Turismo" así lo corroboran.

Los videojuegos cuentan también con bandas sonoras que contribuyen a la inmersión de los gamers y que son la mejor carta de presentación para artistas y grupos de música que están dando los primeros pasos en el mundo de la música. De hecho, un 22% de los gamers españoles afirma escuchar bandas sonoras de videojuegos, una tendencia que señala cómo la música compuesta específicamente para estos juegos también encuentra su lugar en la vida cotidiana de los jugadores, convirtiéndose en parte integral de su experiencia cultural. Por otro lado, casi un tercio de los encuestados (30%) escogen los streamings y podcasts especializados como su forma de diversión preferida, subrayando la importancia que las plataformas online adquieren como espacios donde socializar forjando amistades y comunidades en diferentes lugares del mundo.

"Los resultados de esta edición de la Radiografía del Gaming que llevamos a cabo desde PcComponentes confirman como los videojuegos se han consolidado como un pilar fundamental del entretenimiento actual yendo más allá del propio videojuego e influyendo en la cultura actual. Series, películas y música, se ven influidos por este sector que conquista a personas de todas las edades" afirma Alicia Vicente Hernández, Brand & Communications Manager de PcComponentes. Sin duda, todo lo que rodea y toca al gaming se ve beneficiado por el consumo de sus aficionados, creando un mundo transversal que tira uno de otros y se retroalimentan.

Mucho negocio en los videojuegos

Los videojuegos han capturado la atención de los consumidores globales y de los anunciantes.



Nota: 2022 es la información más reciente disponible. Los valores de 2023 a 2027 son pronósticos. Las cifras pueden no sumar el total debido al redondeo.

Fuente: Perspectiva Global de Entretenimiento y Medios 2023-2027 de PwC, Omdia.

Jugar en la terraza o en la piscina

La industria del videojuego no deja de crecer. Así, este pasatiempo, antaño de nicho, se ha convertido en una enorme industria del entretenimiento intergeneracional. Y este año la industria tiene bastante que ofrecer. Esto contrasta fuertemente con los últimos años, caracterizados en gran medida por los aplazamientos en los lanzamientos. Al fin y al cabo, incluso los calendarios de los estudios de desarrollo de videojuegos se vieron alterados por la pandemia del coronavirus.

Aparte de tener mejor calidad gráfica y características de juego, los nuevos títulos también consumen cada vez más datos. Las descargas de actualizaciones o las compras digitales de juegos completos son cada vez mayores, y cada vez se puede jugar a más juegos con amigos. Esto significa que los ordenadores y videoconsolas de hoy en día necesitan una conexión a Internet rápida, potente y, sobre todo, estable.

"Las modernas soluciones para redes domésticas facilitan precisamente este tipo de conexión", señalan desde Devolo, fabricante alemán de esos prácticos adaptadores de la serie Magic que convierten cualquier toma de corriente en un puerto Ethernet, llevando Internet de alta velocidad por cable directamente al lugar donde se encuentra el hardware de juego, sin molestos líos de cables y con una auténtica comodidad plug-and-play. A su vez, los actuales repetidores WiFi6 permiten una conexión inalámbrica estable con tecnología Mesh para disfrutar de juegos móviles sin interferencias. Esto convierte 2024 en un año de juegos con el doble de diversión.

"Con Devolo, Internet rápido en todas partes: olor a barbacoa, fiestas en el jardín, buen humor… cuando suben las temperaturas y empieza a brillar el sol, nos entran ganas de pasar tiempo al aire libre, en la terraza o junto a la piscina. Pero no importa si quieres disfrutar de la velada con amigos y familiares o relajarte en tu hamaca: no podrás llevarte el entretenimiento sin traerte el mejor WiFi a tu jardín", señalan.

Los innumerables dispositivos multimedia de los que dependemos también necesitan una señal WiFi potente. La música de las fiestas se transmite desde Internet, el cine al aire libre requiere una conexión en línea estable y, sencillamente, es más divertido para los invitados conectar sus smartphones a tu red WiFi, igual que tu propia tablet en una tarde de relajo en tu tumbona.

Sin embargo, el router de casa no suele ser lo suficientemente potente como para proporcionar WiFi en todas partes dentro de la casa y fuera en el jardín ni tantos dispositivos concurrentes. Supongamos que quieres escuchar tus listas de reproducción musicales mientras trabajas en el jardín, o que quieres poder disfrutar de tu videojuego, podcast o serie favorita mientras tomas el fresco. No pasará mucho tiempo antes de que tu experiencia se vea obstaculizada por retrasos en la conexión WiFi o por el agotamiento del volumen de datos de tu contrato de smartphone.

Rápido y cómodo

Los prácticos adaptadores WiFi de Devolo llevan el WiFi Mesh a todas partes y convierten cualquier toma de corriente en un punto de acceso inalámbrico. Además, la función WiFi Mesh de estos adaptadores proporcionan una cobertura WiFi estable, ya que todos los dispositivos se conectan automáticamente al mejor punto de acceso y a la mejor banda de frecuencia.

La instalación y la configuración de una red WiFi para invitados se realiza de forma sencilla gracias a aplicaciones como Devolo Home Network. Haz clic en la opción de menú correspondiente para que los invitados sólo tengan que escanear el código QR mostrado y activar automáticamente el uso del WiFi. Este método garantiza que todo funcione a la perfección en tu próximo guateque o cumple al aire libre.

Esta facilidad es precisamente lo que convierte a Devolo WiFi en una solución tan flexible. Los adaptadores también pueden enchufarse en el exterior y utilizarse allí siempre que se desee, pero que estén en un lugar protegido del agua y de la luz solar directa. Y cuando hayas terminado de utilizarlos en el exterior, sólo tienes que volver a meterlos en casa.

Para pisos pequeños con balcón y para mejorar el rendimiento WiFi en una planta, está el devolo WiFi 6 Repeater 3000 (99,90 euros) y el devolo WiFi 6 Repeater 5400 (149,90 euros). Estos repetidores WiFi amplían el alcance de la red inalámbrica existente. Con altas velocidades de transmisión, una avanzada funcionalidad mesh y una sencilla configuración con un solo botón, no sólo hacen más agradable la noche de cine o un torneo de videojuego, sino que también mejoran sustancialmente la conectividad diurna.

Para pisos grandes y casas con jardín, la línea de productos devolo Magic WiFi es muy recomendable. Esta línea incluye cómodos adaptadores que funcionan mientras están enchufados a la toma de corriente, utilizando el cableado eléctrico existente en la vivienda para comunicarse entre sí. La ventaja de esta solución Powerline es evidente: las paredes y los techos ya no suponen una barrera porque la red funciona a través del cableado permanente, sin los gastos ni las molestias de tener que tender cables Ethernet. El kit de inicio del devolo Magic 2 WiFi 6 está disponible por 249,90 euros.

NEXT
DISTRIBUCIÓN

Tu Mayorista Cercano

iPhone

iPad

Watch

MacBook

TE LO PONEMOS FÁCIL

Asóciate con nosotros

TU ESTABLECIMIENTO DESDE CERO.

FORMA PARTE DE NUESTRA COMPAÑIA.

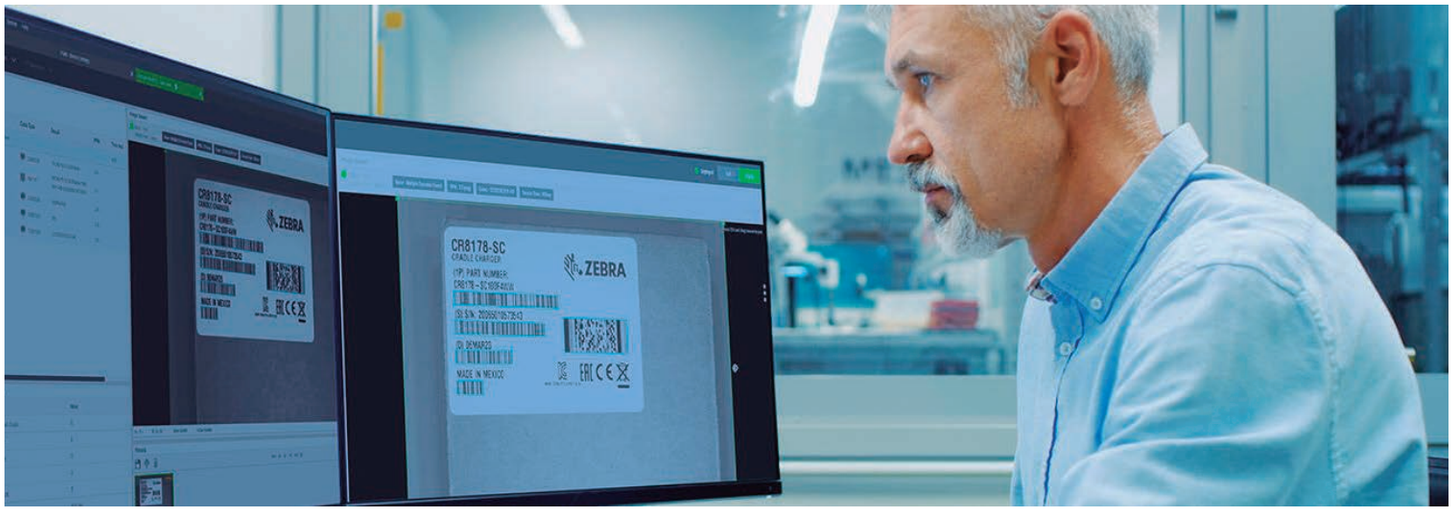
BENEFICIOS MUTUOS.

POINT NEXT

www.nextdistribucion.com | 919 302 964 | info@nextdistribucion.com |

Stuart Hubbard (Zebra): «La entrega de tareas a la IA significa que el trabajador se libera para otras actividades de más valor»

El año pasado Zebra Technologies traía a Madrid su conferencia mundial bianual de desarrolladores DevCon, concentrando todo el saber y talento de su base de investigadores, ingenieros y desarrolladores de UX tanto de la compañía como de sus numerosos partners y alianzas. De los numerosos temas tratados en relación con la conectividad, la movilidad y la gestion de datos, el uso de la GenAI copó buena parte de los titulares, con una clara visión: debe utilizarse de forma ética.



EL EVENTO Zebra DevCon Global Developer Conference estuvo muy enfocado en la conectividad, la movilidad y la experiencia del usuario, e incluyó distintos talleres sobre cómo aprovechar el Internet de las Cosas para la captura de datos y la gestión de dispositivos, el seguimiento avanzado de activos con sensores inteligentes y registradores de datos habilitados digitalmente, cómo aprender a diseñar algoritmos de procesamiento de imágenes basados en tecnología de aprendizaje profundo, los avances en los pagos móviles, una introducción al rápido despliegue de casos de uso de robótica a través de las últimas APIs, cómo crear aplicaciones informáticas espaciales de realidad aumentada y una presentación sobre la creación de una UX optimizada a través de dispositivos en Android, iOS y web.

Uno de los principales ponentes de la DevCon de Madrid fue Stuart Hubbard, director sénior para el Desarrollo Avanzado e Inteligencia Artificial de Zebra Technologies, que abogó por la IA como una aliada para convertir los datos de negocio en perspectivas para que puedan utilizarse en identificar oportunidades y riesgos hasta ahora desconocidos. "Queremos mostrar a nuestra comunidad de desarrolladores las capacidades IA de Zebra, que permitirán convertir el futuro del trabajo en una realidad", señaló en su conferencia sobre las aplicaciones de Edge AI. "Trabajar con la IA en el edge necesita el hardware adecuado, como cámaras, sensores y dispositivos móviles, que permitan desbloquear todo su potencial. Estamos haciendo que el hardware forme parte de la historia actual de la IA". Y para saber algo más, le lanzamos estas preguntas.

Zebra ha celebrado este año en España su Conferencia Global para Desarrolladores en Madrid, ¿por qué se ha elegido nuestro país? ¿Es un mercado prioritario para Zebra?

Todos los países en los que Zebra, sus partners y clientes están presentes y operan son importantes para nosotros, por supuesto también España. Tenemos muchos colegas y socios de Zebra en España en una amplia gama de equipos y especialidades, todos trabajando para apoyar a las empresas en España a medida que modernizan y digitalizan sus operaciones. Este país también cuenta con un próspero sector tecnológico, con muchas start-ups locales y empresas en expansión, entidades tecnológicas globales con oficinas aquí, un entorno pujante de desarrolladores y eventos de alto nivel como el Mobile World Congress. Otro aspecto importante es su ubicación, accesible internacionalmente por carretera, ferrocarril y avión.

¿Cuáles son las principales novedades o tendencias de las que se ha hablado en DevCon?

Líderes tecnológicos de alto nivel, desarrolladores, investigadores e ingenieros de Zebra Technologies, Google, Qualcomm, Deepsense.ai, Antuit.ai y Humans in the Loop participaron en presentaciones ma-

gistrales, mesas redondas y talleres creados en torno a los temas del poder de la inteligencia artificial (IA), la conectividad, la movilidad y la experiencia del usuario (UX) en el edge de la empresa para dar forma al futuro del trabajo. Pusimos de relieve cómo los desarrolladores pueden aprovechar la combinación de conectividad, movilidad e inteligencia digital a través de la IA para ofrecer experiencias a los usuarios finales. Además, establecimos una visión de cómo podemos trabajar con nuestra comunidad de desarrolladores y apoyarla para que se conecte, aprenda, construya y aporte valor a sus organizaciones y a nuestros clientes comunes.

Parece ser que los desarrollos en IA fueron protagonistas del evento. De hecho, desde la irrupción de ChatGPT, se habla mucho en el mercado de la IA y las empresas se preguntan sobre las bondades o las amenazas de esta tecnología. ¿Cuál es la opinión de Zebra en este sentido? ¿Hay una verdadera diferencia entre la IA generativa de ChatGPT y otros tipos de IA?

Zebra reconoce que no existe una única definición universalmente aceptada de lo que significa inteligencia artificial. Como término general, la IA puede incluir el aprendizaje automático, las redes neuronales, la visión por ordenador, el Deep Learning, el procesamiento del lenguaje natural, la inteligencia artificial generativa (GenAI), la superinteligencia artificial y otros. Cada tipo funciona con diferentes algoritmos que procesan, analizan, aprenden y ofrecen resultados de diferentes formas.

La IA Generativa es un tipo de IA que puede consultar datos existentes de clientes, como procedimientos operativos estándar (SOP) o bases de datos de productos, generando nuevos contenidos a partir de peticiones introducidas por el usuario. Se trata de peticiones o solicitudes introducidas por un usuario para indicar a la GenAI qué tipo de contenido debe devolver o crear. Este contenido varía en función del tipo de solución utilizada, pero puede incluir texto, imágenes y vídeo. Las plataformas de IA Generativa que producen texto, como ChatGPT, se basan en grandes modelos de lenguaje (LLM), que es un ejemplo de aprendizaje automático. Los LLM se entrenan utilizando técnicas de Deep Learning centradas en el procesamiento del lenguaje natural.

La IA puede asumir tareas de procesamiento y análisis de datos y ofrecer análisis prescriptivos y predictivos para la toma de decisiones. La IA es un gran apoyo para empresas, empleados y clientes. Puede proporcionar información más detallada a partir de grandes volúmenes de datos con mayor rapidez y precisión de lo que podría hacerlo una persona. Y con los enormes volúmenes de datos que se generan hoy en día en las empresas y la proliferación del IoT, la IA es necesaria para convertir estos datos en perspectivas que los negocios puedan utilizar para identificar oportunidades y riesgos hasta ahora desconocidos.

Stuart Hubbard, Senior Director of AI and Advanced Development, Zebra Technologies.

«Los retos de los clientes se convierten en los nuestros, y es nuestro trabajo, junto con los partners, desarrollar e implantar soluciones para abordar los problemas y aprovechar las oportunidades de negocio» (Stuart Hubbard, Zebra)

¿Qué sectores son los que están apostando más por este tipo de tecnologías tan innovadoras? ¿Salud, retail, finanzas…?

La IA Generativa tiene el potencial de beneficiar a Zebra y a sus clientes en sectores como Retail, Hostelería, Almacenamiento y Logística. GenAI puede utilizarse para generar contenidos de forma rápida y eficiente, mejorar productos, aumentar la productividad y ofrecer nuevos niveles de personalización. GenAI podría utilizarse en una amplia gama de escenarios de cara al empleado y al cliente, y ser accesible con tabletas y dispositivos móviles. Sin embargo, hay algunos problemas y preocupaciones en torno a los derechos de autor, la protección de datos y la propiedad intelectual, entre otros, que deben abordarse. La GenAI debe desarrollarse y utilizarse de forma ética.

En cuanto a otros tipos de IA, Zebra ofrece sus propias alternativas. Por ejemplo, disponemos de soluciones de visión artificial con Deep Learning para la fabricación de automóviles y electrónica. Nuestro paquete de software Workcloud cuenta con varias opciones, como Actionable Intelligence potenciada por IA para ventas minoristas y gestión de inventario. La plataforma de IA Demand Intelligence Suite permite a minoristas y proveedores de productos envasados predecir la demanda con antelación, así como desarrollar estrategias óptimas de fijación de precios para el ciclo de vida del inventario.

¿Y cómo ven el sector público? ¿Está apostando realmente por la IA, el machine learning o la realidad aumentada? Estoy pensando, por ejemplo, en servicios de seguridad públicos, como la policía, los servicios de rescate, bomberos… a los que posiblemente ayudaría mucho a mejorar su trabajo.

Hablando con mis colegas especialistas en seguridad pública en Europa, está claro que los servicios de emergencias se encuentran en diferentes niveles de madurez en lo que respecta a la tecnología, incluida la IA, pero no cabe duda de que tienen potencial para aprovecharla. Por ejemplo, los escáneres y cámaras en mano de los profesionales de primera línea pueden captar una amplia gama de datos. A partir de ellos, la IA puede identificar patrones como tendencias de actuación, pautas delictivas o relaciones temporales. Esta información podría ayudar a optimizar los procesos, responder a las tendencias a

tiempo y cumplir mejor su misión de seguridad. Y el avance de la IA en el sector de la seguridad pública avanzará con una mayor implantación de la nube y 5G para que los usuarios dispongan de la conectividad y la movilidad necesarias sobre el terreno.

Siguiendo con el tema de la IA: ¿Cree que mejorará los procesos de venta y marketing en el canal de distribución, de qué manera sería, y podría la IA suponer también una amenaza para los puestos de trabajo de vendedores, dependientes, operadores logísticos, etc.?

La IA es una gran ayuda para los trabajadores, ya que proporciona niveles de automatización y conocimientos analíticos predictivos y prescriptivos basados en enormes volúmenes de datos de empresas y consumidores, que no serían posibles a ese nivel y velocidad para una persona que trabaja con métodos tradicionales. La entrega de algunas tareas a la IA significa que el tiempo del trabajador se libera para otras actividades de más valor.

Como vemos en la historia de la tecnología, los nuevos avances crean nuevas industrias y nuevos puestos de trabajo, y lo estamos viendo con el auge de la IA. Y sí, creo que la IA puede desempeñar un papel en la creación y personalización de contenidos de marketing y ventas, y en el análisis de datos de ventas y marketing para descubrir perspectivas que puedan resultar útiles. Por ejemplo, GenAI puede utilizarse para responder a preguntas en tiempo real en fuentes de datos dispares que antes no estaban conectadas.

Antes de terminar, ¿cuáles son los principales retos, a corto plazo, a los que se enfrenta su compañía y, en general, su sector de actividad?

Nuestros retos son los que intentamos resolver para nuestros clientes. Sus retos se convierten en los nuestros, y es nuestro trabajo, junto con los partners, desarrollar e implantar soluciones para abordar los problemas y aprovechar las oportunidades. Esos retos pueden variar en función del sector en el que opere el cliente y de su nivel de madurez en digitalización y automatización. Tenemos multitud de casos de éxito en diferentes industrias publicados en nuestra web por si alguien quiere comprobar la viabilidad de su proyecto.

Ya me ha comentado que la innovación es un pilar clave para Zebra pero, ¿qué importancia otorga también a conceptos como la sostenibilidad ambiental o la personalización?

Como organización responsable, Zebra está comprometida con sólidas prácticas de gobierno corporativo e iniciativas medioambientales y sociales que benefician a todas las partes interesadas. Esto incluye centrarse en mejorar el impacto medioambiental de nuestras operaciones, productos y soluciones. Las prioridades de responsabilidad social corporativa de Zebra apoyan un modelo de negocio sostenible, se alinean con nuestros valores y competencias básicas y están integradas en nuestra estrategia empresarial global.

Zebra se ha comprometido a reducir las emisiones de carbono en sus instalaciones y en su cadena de suministro, y está reduciendo la energía en colaboración con el programa Better Plants del Departamento de Energía de Estados Unidos. Las iniciativas de conservación de recursos de Zebra incluyen, entre otras, la reducción de residuos, la innovación de productos de economía circular con dispositivos reacondicionados certificados, el embalaje ecológico y el diseño de productos sostenibles.

«La GenAI tiene el potencial de beneficiar sectores como Retail, Hostelería, Almacenamiento y Logística para generar contenidos de forma rápida y eficiente, mejorar productos, aumentar la productividad y ofrecer nuevos niveles de personalización» (Stuart Hubbard, Zebra)

Ocho grandes tendencias en IA que marcarán 2024

"Si los Oscar tuvieran una categoría para la inteligencia artificial, ChatGPT se habría llevado a casa sin duda un montón de premios el año pasado, pero no fue ni mucho menos lo único reseñable en el campo de la IA", explica Stuart Hubbard. "Ahí estuvieron los grandes modelos lingüísticos (LLM) con una interacción cada vez más humana, la generación de contenidos en vídeo, imágenes, audio y texto o las pruebas de IA generativa en dispositivos, eliminando la necesidad de los costosos servicios en la nube".

Para este directivo, durante los próximos meses evolucionarán algunos de los descubrimientos del año pasado, pero también nuevas investigaciones y aplicaciones "en las que ni siquiera hemos pensado todavía". Algunas de las tendencias en IA identificadas por su equipo en Zebra Technologies para el 2024 son las siguientes:

- *Agentes IA*

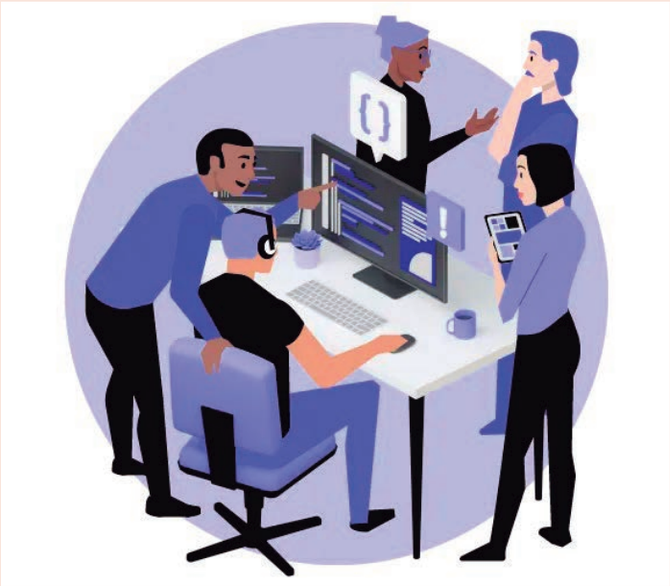
El 2024 será el año de los Agentes IA. Estos agentes son entidades artificiales capaces de percibir su entorno, procesar las percepciones y responder de manera racional, a los que cabe añadir otros con capacidades de automejora. Sin embargo, como afirma el Ian Watson, científico especializado en IA, los Agentes IA no son algo totalmente novedoso, ya que existen documentos importantes sobre ellos desde 1995.

Lo que sí es nuevo son las capacidades que tendrán gracias a la tecnología LLM. Los Agentes IA son herramientas que

poseen un nivel de autonomía superior al de los modelos de aprendizaje automático o los programas informáticos tradicionales. Pueden percibir, aprender, responder y adaptarse a nuevas situaciones y tomar decisiones sin apenas intervención humana.

- *Copilotos*

Este año podría ser también aquel en el que todo el mundo tenga un "copiloto" de IA. Junto al Copilot de GitHub para desarrolladores y el Copilot de Microsoft para aplicaciones del Office, veremos más herramientas de este tipo en el mercado, atendiendo a las necesidades de los trabajadores de primera línea en los sectores minorista, sanitario y de fabricación, por ejemplo. Además, en lo que se refiere a los LLM, veremos cómo pequeños LLM especializados en tareas específicas superan a los LLM más genéricos, como GPT, Palm y Claude.



Esto podría conducir a la aparición de un copiloto industrial que aproveche los LLM para racionalizar y optimizar los procesos industriales. Al perfeccionar los modelos de comprensión y generación de lenguaje específicos del sector industrial, estos LLM podrán funcionar como asistentes inteligentes, ofreciendo información de valor, automatizando tareas rutinarias y mejorando la eficiencia de la mano de obra. Por ejemplo, en el sector del comercio minorista, podrían mejorar el conocimiento de los productos, ayudar a generar descripciones más atractivas, mejorar las interacciones online con los clientes y ofrecer recomendaciones de compra personalizadas basadas en preferencias y tendencias individuales.

- *IA en el Edge*

Veremos el auge del procesamiento de la AI generativa tanto en los endpoints como en las instalaciones físicas (on-premise). Se tratará de modelos más reducidos que requieren menos energía, generan menos costes en la nube y ofrecen una mayor privacidad. Este menor tiempo de entrenamiento que necesitan estos modelos más pequeños permite también una iteración más rápida, lo que contribuye a la mejora de los LLM.

- *Más regulación*

En 2024 continuarán siendo importantes determinados retos legales sobre la IA generativa y la propiedad intelectual, pero también surgirán otros, así como nuevas normativas para guiar el desarrollo y el uso ético de la IA generativa. La regulación de la IA estará en el punto de mira y los debates sobre seguridad serán cada vez más habituales. Los riesgos a corto plazo de la IA generativa, como la desinformación y las falsificaciones, se harán más evidentes, sobre todo en aquellas regiones con más elecciones o conflictos. Abordar estos riesgos será prioritario.

- *IA de nicho*

Las grandes empresas se darán cuenta cada vez más de que deben acelerar su estrategia de IA para seguir siendo competitivas. Esto dará lugar a una consolidación de las start-ups de IA, más concretamente de aquellas que llevan entre tres y ocho años trabajando en los aspectos más maduros de esta tecnología.

- *Formación a empleados*

Las empresas también darán prioridad estratégica en 2024 a la democratización de la IA y el aprendizaje automático. Se dotará a los trabajadores de recursos de aprendizaje y herramientas de IA, tanto a empleados de oficina, como a asistentes comerciales, ingenieros, profesionales de las finanzas, desarrolladores o diseñadores. Con el tiempo, este enfoque se convertirá en la norma y no en un elemento diferenciador en la batalla por el talento y la cualificación de la mano de obra.

- *IA guiada por voz*

Habrá avances en IA multimodal, con contenidos cada vez más "perfectos" en audio, vídeo, imagen y texto, junto con la integración de sistemas multimodales en robots y vehículos, como se ha visto con diferentes empresas de automoción que están ya introduciendo LLM en sus coches. Los sistemas operativos basados en voz/LLM crearán nuevas y mejores formas de interactuar con manos libres y asistentes de voz inteligentes. Ya estamos viendo los primeros indicios de ello con el reciente lanzamiento de Humane AI y Rabbit R1.

- *Comunidad Open Source*

La IA de código abierto madurará, sobre todo la IA generativa. El panorama de la IA de código abierto ha evolucionado mucho en los últimos doce meses, con ejemplos tan potentes como los modelos Llama 2 de Meta y Mixtral de Mistral AI. Esto podría cambiar la dinámica del mercado, al proporcionar a entidades más pequeñas y con menos recursos acceso a sofisticados modelos y herramientas de IA que antes estaban fuera de su alcance. Además, la transparencia, la seguridad y el desarrollo ético, son otras de las ventajas fundamentales para los LLM de código abierto, gracias a los esfuerzos de colaboración de la comunidad.

16ª Convención Nacional - Madrid 12 y 13 de Abril

IA - Impulso Activo

En un mundo en constante evolución de la tecnología y la informática, mantenerse al día con las últimas tendencias y desarrollos es crucial para el éxito profesional. Es por eso que nos complace anunciar nuestra **16ª Convención Nacional** que reúne a los principales fabricantes, mayoristas y profesionales del sector. **Los días 12 y 13 de Abril, en el Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center,** y queremos que seas parte de esta experiencia.

Apertura de Lujo con Chema Alonso
Para iniciar con energía esta convención, contaremos con la presencia estelar de **Chema Alonso,** una figura icónica en el mundo de la **ciberseguridad** y un visionario en el campo de la tecnología y la **Inteligencia Artificial**.

Chema Alonso acerca la IA a nuestro día a día

Conocido por su capacidad para desentrañarlos misterios más complejos del mundo digital, Chema compartirá sus conocimientos y experiencias, ofreciéndonos una perspecpectiva única sobre el futuro de la tecnología. Este será un momento inspirador que marcará el tono para el resto del evento, brindando una oportunidad única para aprender de uno de los líderes más influyentes en el campo.

El resto de la jornada contaremos con los mejores representantes de empresas de servicios, fabricantes y mayoristas.

7 ponencias donde se explicarán nuevos negocios

Una Noche Mágica con Jorge Luengo
La Cena de Gala será una oportunidad única para disfrutar de una experiencia inolvidable, donde la magia y el entretenimiento se unirán para crear momentos memorables. Desde ilusiones sorprendentes hasta actos de mentalismo fascinantes, **Jorge Luengo** nos llevará en un viaje extraordinario que nos dejará sin aliento. El resto de la noche estaremos acompañados por la música envolvente de la orquesta **La BruixaExpress,** este será el momento perfecto para relajarse, disfrutar y conectar con otros asistentes, en un ambiente lleno de música y buena compañía.

Explora el Futuro: Exposición Tecnológica y Networking
El segundo día se dedicará por completo a la **exposición tecnológica,** donde tendrás la oportunidad de explorar una amplia gama de productos y soluciones que están moldeando el futuro de la informática.

Más de 70 expositores con lo último en tecnología y servicios

Además, los talleres interactivos ofrecerán aprendizaje práctico y desarrollo de habilidades en áreas clave de la tecnología.

¡Tú también estás invitado!
Si estas leyendo este articulo, acepta nuestra invitación el día **13 de Abril, ¡totalmente gratis, comida incluida!**
Para obtener más información y registrarte a la convención, escanea el QR.

Nos vemos en Madrid.

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

16ª CONVENCIÓN NACIONAL
MADRID, 12 y 13 de Abril

IMPULSO Activo

SoluzionDigital
LA CENTRAL DE COMPRAS MÁS TECNOLÓGICA

Te invitamos
13 de abril

Te invitamos a nuestra
16ª Convenzión Nacional
de forma totalmente **GRATUITA**

¡El Futuro te está esperando!

INSCRÍBETE

SCAN ME!

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

Las palancas de Bitdefender para crecer en España

Con el objetivo de reforzar su posicionamiento en el mercado español de la ciberseguridad, Bitdefender basa su estrategia de negocio en tres pilares: su propia tecnología avanzada de ciberseguridad, servicios gestionados de detección y respuesta (MDR) y el canal de distribución.

De izqda. a dcha: Roberto Pérez (Canal), Raúl Benito (Cuentas), Flor Uzquiano (Marketing) y Luis Fisas (Ventas) de Bitdefender.

EN ESTOS momentos, la compañía europea con sede en Bucarest desde 2001 está centrada en incrementar su cuota de mercado en el área empresarial, donde ya es un jugador destacado, en especial en su versión OEM. "Las soluciones de nuestra área de negocio Bitdefender Business Solutions Group, respaldadas por los buenos resultados obtenidos en los informes de analistas de la industria y analistas independientes, como MITRE y AV-Test, se han convertido en una opción bien valorada por las organizaciones de todos los tamaños a la hora de proteger sus ecosistemas. La altísima capacidad de detección de amenazas de nuestras soluciones es un factor diferenciador clave para el mercado", afirma Luis Fisas, director de Ventas para el sur de Europa en Bitdefender. Analistas como Forrester o Gartner vienen situándola repetidamente en los puestos de privilegio como guardián de millones de sistemas en los mercados de consumo, empresarial y administración pública.

Las soluciones de Bitdefender ya protegen de forma indirecta los sistemas de miles de organizaciones a nivel global, gracias en parte a acuerdos OEM de licenciamiento con más de 180 organizaciones, operadoras y proveedores tecnológicos. "Estas alianzas OEM avalan a Bitdefender como proveedor de soluciones de calidad y nos aportan una gran experiencia que se ve reflejada en el desarrollo de nuestros productos, pioneros en innovaciones revolucionarias de antimalware, seguridad IoT, análisis de comportamiento e inteligencia artificial", comenta Fisas.

Entornos cada vez más complejos

Las compañías privadas y los organismos públicos se enfrentan a múltiples retos relacionados con su ciberseguridad. "La creciente complejidad de los entornos multicloud y la escasez de recursos y de talento especializado no son desafíos nuevos, pero es lo que nos encontramos en nuestro día a día, por lo que tenemos que seguir insistiendo en ellos", dice Raúl Benito Álvarez, Territory Account Manager de Bitdefender para Iberia. "Aunque debemos ser conscientes de que nadie puede estar completamente protegido, no hay que dejarse llevar por el pesimismo. En Bitdefender contamos con la tecnología y el expertise en ciberseguridad necesarios para asegurar de forma apropiada a todas las organizaciones, con independencia de su tamaño y de sus necesidades específicas".

Las soluciones que propone Bitdefender para el mercado empresarial destacan por su efectividad, alta capacidad de detección de amenazas y facilidad de uso gracias a su interfaz intuitivo. "Entre la amplia propuesta de Bitdefender sobresale el servicio MDR, a través del cual ponemos a disposición de las organizaciones toda la capacidad de detección, análisis y respuesta de los analistas en múltiples centros de operación de seguridad (SOC). Esto supone una gran oportunidad para las empresas con presupuesto limitado, ya que con independencia de su tamaño pueden acceder al talento de expertos certificados capaces de impulsar sus sistemas de ciberseguridad", afirma Benito. Los Bitdefender Labs descubren cientos de nuevas amenazas cada minuto y comprueba miles de millones de consultas de amenazas cada día.

Además, Bitdefender ha reforzado sus servicios MDR con el lanzamiento de Bitdefender Offensive Services, una nueva oferta diseñada para evaluar, identificar y remediar de forma proactiva las brechas de seguridad en una organización (on-premises y en la nube híbrida) a través de pruebas de penetración y ataques simulados. Estos nuevos servicios proporcionan un medio proactivo para reforzar los entornos, reducir el riesgo y cumplir con normativas como SOC 2, HIPAA, GLBA, FISMA, PCI-DSS, NIS2 e ISO 27001.

Para compañías que ya disponen de un SOC, proveedores de servicios de seguridad gestionados (MSSP) y partners tecnológicos que buscan integrar inteligencia sobre análisis dinámico de malware en sus operaciones, el fabricante ha anunciado recientemente Bitdefender Threat Intelligence (TI), una solución que integra técnicas activas de investigación y protección, proporcionando datos por sectores específicos y analizando la realidad de cada cliente para detectar posibles amenazas.

También se ha presentado GravityZone Security for Mobile, una solución que proporciona a las organizaciones detección avanzada de amenazas móviles (MTD) y seguridad para dispositivos Android, iOS y Chromebook, incluyendo extensiones de Chrome. Esta nueva propuesta ayuda a las empresas, a los MSP y a sus clientes a obtener una profunda visibilidad de su huella móvil para prevenir, proteger, detectar y responder a los ciberataques dirigidos a dispositivos móviles, aplicaciones y sistemas operativos.

Herramientas para empujar el negocio del canal

El canal de distribución es un pilar con cada vez más peso en la estrategia de Bitdefender en el mercado español. "Bitdefender es una empresa que mantiene un firme compromiso y una relación de confianza con su canal, al que ofrece un programa sencillo, con requerimientos básicos y con beneficios muy claros", comenta Roberto Pérez, director de Canal para Iberia en Bitdefender. "En estos momentos queremos reforzar nuestro canal en España con la incorporación de partners que cuenten con la capacidad técnica necesaria para llevar a cabo proyectos de gran envergadura, pero también con otros que, siendo más modestos, dispongan de las capacidades necesarias para poder desenvolverse bien en el entorno de la ciberseguridad".

Todos los beneficios que ofrece Bitdefender a sus partners de canal se reflejan en el programa Partner Advantage Network. Entre ellos destacan las certificaciones técnicas gratuitas, el acceso a campañas de generación de oportunidades de negocio con fondos de desarrollo de marketing (MDF), herramientas de apoyo a la venta y múltiples opciones de formación y capacitación.

Entre las iniciativas de Bitdefender dirigidas a apoyar al canal destaca la puesta en marcha del Partner Marketing Portal (PMP), una plataforma dinámica y automatizada para acciones de marketing que está disponible para todos los partners de forma gratuita y que aporta recursos y acceso a los fondos para complementar sus estrategias de ventas.

"Bitdefender proporciona a sus partners las herramientas necesarias para que puedan fortalecer sus conocimientos en el ámbito de la seguridad, generar nuevo negocio y gestionar la relación con sus clientes de una forma eficaz. Contamos una red formada por más de 20.000 partners a nivel global y cada uno de ellos es una prioridad para nosotros", concluye Pérez.

Soluciones de servicios de seguridad dirigidas a MSPs

La nueva propuesta de Bitdefender se presenta en paquetes con diferentes niveles e incorpora tecnologías para la protección del endpoint y servicios gestionados de detección y respuesta para los MSPs y sus clientes corporativos. Se trata de GravityZone Cloud MSP Security Solutions, dirigida específicamente a proveedores de servicios gestionados que ofrece protección avanzada MDR para identificar y erradicar las ciberamenazas en cualquier entorno desde el momento en el que se producen.

Y es un mercado en crecimiento con expectativas de duplicarse en los próximos dos años. En un informe de 2023, el analista Gartner afirma que frente al 30% actual, está previsto que en 2025 un 60% de las organizaciones utilice capacidades remotas de interrupción y contención de amenazas proporcionadas por proveedores de MDR, con lo que los fabricantes tienen que estar rápidos en poder ofrecer a los partners herramientas para que tengan la capacidad de responder a esta demanda.

GravityZone Cloud MSP Security Solutions funciona con la plataforma unificada de seguridad y análisis de riesgos de Bitdefender, incluyendo detección y respuesta de endpoints (EDR), detección y respuesta extendidas (XDR) y seguridad cloud para entornos físicos, virtuales y multicloud. La plataforma GravityZone ofrece un contexto de seguridad profundo de detección y ofrece una ruta directa a los servicios MDR de Bitdefender para la monitorización, detección y respuesta de amenazas 24x7 y para la búsqueda proactiva de amenazas producidas por la acción humana.

Con esta ayuda, el tiempo que dedicaba el partner a investigaciones de alertas de seguridad ha pasado de entre el 20 y el 30% a menos del 10%. Esto les permite reasignar más recursos al soporte técnico de alto nivel, y proporcionar un servicio de SOC monitorizando y reaccionando ante eventos de EDR, y todo eso las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Tres sabores

Los MSP podrán acceder a diferentes niveles: Secure, Secure Plus y Secure Extra. Cada uno de ellos proporciona protección de seguridad adaptada a las distintas necesidades, requisitos (incluyendo compliance) y presupuestos específicos de los clientes finales, aunque la tecnología subyacente es la misma proporcionada por los SOC del fabricante. Así, las funcionalidades según niveles son:

- **Secure**: Ofrece prevención de amenazas (incluyendo hardening del sistema), seguridad avanzada contra amenazas (ATS) mediante aprendizaje automático ajustable y un analizador de sandbox que brinda visibilidad profunda para proteger contra malware y ransomware dirigidos sin archivos. También EDR para protección de amenazas en tiempo real, detección y respuesta a incidentes, garantizando la rápida identificación y remediación de las ciberamenazas.

- **Secure Plus**: Proporciona todas las funciones de Secure y añade una capa de protección adicional a través de los servicios MDR. Los clientes de los MSPs obtienen, de esta forma, protección preventiva y un equipo de expertos dedicado que monitoriza las amenazas 24x7 y entrega mitigación basada en contexto para detener los ataques en el momento en el que ocurren. Las empresas se benefician del ecosistema global del SOC de Bitdefender, que garantiza una seguridad continua en todas las zonas horarias.

- **Secure Extra**: Proporciona todas las funciones de Secure y Secure Plus (incluyendo los servicios MDR) y agrega XDR para organizaciones que requieren visibilidad de amenazas extendida y capacidades de detección y respuesta a través de sensores de aplicaciones de identidad y productividad, on-premises o en la nube. Bitdefender XDR es una solución nativa diseñada para proporcionar un rico contexto de seguridad, correlación de alertas dispares, analítica out-of-the-box, triaje rápido de incidentes y contención de ataques a través de acciones de respuesta automatizadas y guiadas en todo el entorno de una empresa.

SUMINISTRADORA
DE COMPONENTES
ELECTRÓNICOS, S.L.

14

SUMINISTRADORA DE COMPONENTES ELECTRÓNICOS, S.L.

~~180€~~

80€

SMARTPHONES REACONDICIONADOS

OFICIALES

Renueva tu experiencia digital

Tecnología con un impaco VERDE

C/ La Fragua, 18, 28522
Rivas Vaciamadrid - Madrid,
Tel. 913 041 211

www.sce.es

OVHcloud abre su primera Local Zone europea en Madrid

El proveedor de nube OVHcloud acaba de anunciar la apertura de su primera Local Zone de nube pública en Madrid. Gracias a la innovadora tecnología de grid scale, el grupo francés puede ofrecer sus servicios en baja latencia y soberanía garantizada en las nuevas localizaciones internacionales que se van a ir abriendo (14 durante el presente año). Los clientes pueden rediseñar y construir así sus infraestructuras y desplegar sus capacidades cloud en cuestión de semanas en vez de meses y a un coste significativamente menor.

ESTE NUEVO servicio de Local Zones, a partir de ya disponible en beta en Madrid y también en Bruselas, es fruto de la integración de la tecnología adquirida tras la última compra de la empresa alemana Gridscale GmbH, y abre la puerta a nuevas opciones de acceso al catálogo de servicios Public Cloud de OVHcloud, con la garantía de mejor latencia y residencia local de los datos, confirmando así su propósito de desarrollar modelos de despliegue ágiles. El anuncio se produjo coincidente con la OVHcloud Summit ofrecida a los partners españoles en el complejo Borda del Mentidero en la ronda de las Comunicaciones de Madrid, con la asistencia de Michel Paulin, director general del grupo galo.

La tecnología hiperconvergente grid scale definida por software proporciona una capa multi-inquilino que sirve como base para afianzar la estrategia de crecimiento del grupo en el mercado de Edge Computing y el IoT. Al requerir una infraestructura sencilla, con alojamiento efectivo en centros de colocación, las Local Zones son más ágiles y flexibles, permitiendo a OVHcloud desplegar rápidamente sus entornos de Public Cloud a la puerta de sus clientes. Las Zonas Locales también requieren menos CAPEX que los datacenters tradicionales, lo que proporciona a OVHcloud una ventaja competitiva significativa.

En el contexto de un mercado cloud en crecimiento a escala global, OVHcloud ha trazado un ambicioso plan de despliegue para captar la demanda de servicios cloud tanto en las geografías existentes como en nuevas regiones. Con el objetivo de abrir hasta 150 Local Zones de aquí a 2026, el grupo desplegará las primeras 14 este año para cubrir en esta fase inicial aquellas regiones en las que su propio crecimiento es más significativo. Con su tecnología de grid scale los clientes conseguirán parámetros exclusivos de alto rendimiento para aprovechar el universo Public Cloud como si de un alojamiento local de los datos se tratara.

Las nuevas Local Zones ofrecen a los clientes las ventajas de una nube basada en Open Source que evita el lock-vendor y de altas certificaciones en ciberseguridad como el ENS (Esquema Nacional de Seguridad) para poder trabajar con las Administraciones Públicas. Además, cuentan con la certificación ISO/IEC 27001 específica para la seguridad de servicios cloud e ISO/IEC 27018 para la protección de datos personales. A estas se suman los beneficios asociados a la residencia de los datos, que estarán ubicados lo más cerca posible de donde se generan o necesitan y que serán accesibles a través del cloud. "Al alojar estos datos dentro de los límites geográficos definidos por las normativas locales o las políticas de seguridad correspondientes a cada geografía, los clientes disfrutarán de esa confianza tan necesaria en sectores como la consultoría, los servicios financieros y la sanidad", declara John Gazal, VP para el sur de Europa de OVHcloud.

Las Local Zones también ofrecen una latencia mejorada. Esto significa que las cargas de trabajo para servicios sensibles a la velocidad de entrega, como la analítica en tiempo real, los sitios web de eCommerce, las redes de distribución de contenido (CDN, por sus siglas en inglés), la reproducción y el streaming de vídeos, y el cloud gaming se beneficiarán de tiempos de respuesta más rápidos, proporcionando así una mejor experiencia de usuario. "Para la mayoría de los clientes, las Local Zones de OVHcloud ofrecen latencias de un solo dígito de milisegundo, permitiendo casos de uso como el cloud gaming de alto rendimiento con una latencia muy baja", aclara Gazal.

Disponibilidad

La Local Zone ubicada en España, concretamente en Madrid en co-location en un datacenter de Interxion (ahora Digital Realty), ya está disponible en beta ofreciendo a los clientes la posibilidad de desplegar servicios Public Cloud directamente desde la interfaz de cliente de OVHcloud. La Local Zone de Bélgica, ubicada en Bruselas, se encuentra igualmente disponible en beta para los servicios Public Cloud.

"La elección de Madrid como primera ubicación de las nuevas Local Zones de OVHcloud es una clara muestra del compromiso del grupo con España, coincidiendo con los veinte años de presencia en el país. Estamos muy contentos de poder ofrecer a nuestros clientes y partners españoles este innovador servicio en primicia, y que puedan beneficiarse de nuestras soluciones de nube pública ahora también alojadas en territorio nacional. La nueva Local Zone permitirá dar respuesta a nuevos casos de uso y disfrutar de una excelente relación rendimiento-precio, con la mínima latencia posible, para agilizar cualquier proyecto con el respaldo de un cloud seguro y de confianza", comenta el directivo de OVHcloud.

John Gazal (OVHcloud): «Tenemos una fe inmensa en este ecosistema»

John Gazal, VP Southern Europe & Brazil de OVHcloud.

Qué tal fue 2023

Nos han pasado muchas cosas este último año que queremos contar, se ha producido una aceleración del negocio con una fuerte contribución de nuestro PaaS. Mantenemos una continuada innovación, es la única forma de diferenciarnos y hacernos fuertes frente a los hiperescalares y competir frontalmente. Somos el único cloud europeo en el top-ten mundial, pero queremos destacar nuestras diferencias: proporcionamos total garantía de confianza, en la soberanía del dato que reside aquí en Europa, en la sostenibilidad integrada en toda la cadena porque somos los fabricantes de nuestros servidores y centros de datos, en el mejor ratio price/performance pero más importante aún, con precios predecibles, y en la amplia gama de productos y servicios. Por eso tenemos una fe inmensa en este ecosistema.

La gran baza de la nube pública

Estos sólidos resultados nos permiten seguir la expansión de nuestra red de datacenters para llegar a los 45 durante este 2024, cinco más de los 40 actuales. Igualmente, nos permite seguir ampliando nuestra oferta de productos, que combina la consolidación de las gamas históricas en Private Cloud y Web Cloud con la apuesta por el que más está creciendo, el Public Cloud y PaaS.

Dentro de este cloud privado ofrecemos desde hosted web a baremetal. Para alojamiento y nombres de dominio, somos el número 1 en Europa y top 5 mundial a la altura de IBM, aún hoy supone más de la mitad de nuestra facturación y continúa creciendo, aunque en cuanto web cloud hemos crecido un 6% en 2023 mientras el mercado lo hacía en un 5%, España también en esa línea. Nuestros ingresos por private cloud aumentaron sin embrago un 15% frente al mercado que subió un 10%, España se comportó en línea con estos resultados, aquí somos el número 2 en Europa pero número 1 en Francia y España, aunque solo suponga el 20% de la facturación todavía. Se trata de mercados con un valor global de 20.000 millones de euros el de private cloud y 5.000 millones el de web cloud, en comparación de los 120.000 millones de euros del public cloud más otros 120.000 millones en PaaS. Estos dos son los que más crecen en el mundo, un 20%, mientras que nosotros lo hemos hecho un 21%, y en España en consonancia. De ahí nuestro interés de seguir atacando este segmento.

La aceleración de nuestros resultados viene de lanzar productos continuamente a este mercado de mayor crecimiento, pero dominado por el oligopolio. Apostamos por ganar tamaño y crecimiento de este mercado del public cloud porque somos diferentes y soberanos, ofrecemos precios muy competitivos y predecibles con lo que todo el mundo sabe la factura que le va a venir, y donde ya tenemos una gama de más de 40 productos en public cloud y PaaS.

Ecosistema que funciona

Un segundo pilar muy importante es nuestro ecosistema, donde contamos con 900 partners tecnológicos internacionales. Estamos convencidos que juntos somos más grandes, y además funcionan los valores, creemos en la misma nube soberana y en el Open Source donde el cliente no queda atrapado.

En España el ecosistema también está configurado por scaleups y startups, software vendors y partners. Tenemos programas a medida de cada modelo. De las startups destacaría que encajan en el concepto del PaaS y el baremetal, suelen ser makers, constructores, quieren soluciones listas para empezar a usar, no tiene tiempo más que para buscar recursos para su negocio. Apoyamos a las startups con créditos cloud desde 10 euros a 100.000 euros para consumir en un año, y donde el PasS funciona muy bien. Apoyamos así a más de 3.700 startups en todo el mundo, en España tenemos un histórico de 120 startups, 50 nuevas incorporadas solo en el último año.

En cuanto a los ISV o software vendors en SaaS que prefieren construir su nube pública, hemos creado el sello de Open Trust Cloud que diferencia nuestra nube de confianza, y su número también ha crecido en España con quince nuevos miembros y 135 OTC ya en el resto del mundo. Y hacemos foco también en el programa de partners integradores y managed cloud providers para dar servicio especialmente a administración pública y sectores como el energético o logístico.

Laboratorios para aprender

Un tercer pilar se refiere al tema de la cercanía, que es fundamental. Estamos acostumbrados a que nos comenten: “es que tu equipo es genial… es que tu gente está siempre ahí… es que cuando llamamos venís…”. En España somos ya unas 60 personas en plantilla y el ambiente es increíble, nos acabamos de mudar a la calle Luchana porque en Alcalá 21 estábamos de inquilinos y los dueños lo quieren ahora para hacer un hotel.

Hemos lanzado este 2023 los Tech Labs, formación gratuita en castellano y preferentemente práctica sobre los temas de interés: IA, baremetal, kubernetes y todos hands-on. Ya hemos hecho 40 por toda España: Barcelona, Madrid, Valencia, Málaga… a los que se han apuntado más de 700 personas. Y también hemos hecho se-

siones de Tech Labs privados en las oficinas de Capgemini, Accenture o CS Consulting.

Porfolio innovador

La innovación está en el ADN de OVH. Desde el principio hemos necesitado diferenciarnos de la competencia y así seguimos. En todo este tiempo hemos aumentado la gama en amplitud y en profundidad, siendo capaces de dar cada día mejores productos y servicios en performance, en precios y en huella medioambiental.

La seguridad es otro must. Contamos con las certificaciones más elevadas en Europa, como el ENS en el nivel 3 en España, y se la ofrecemos de manera gratuita a los partners para que sean ellos mismos los que se certifiquen en el esquema para poder trabajar con la Administración Pública.

Llevamos 30 millones de euros invertidos en seguridad de nuestros data centers. Hemos estrenado en París el primer clúster 3-AZ de triple réplica, situados en tres centros distintos separados por 30 km de distancia para garantizar de forma redundante la disponibilidad de los datos.

La sostenibilidad es otro punto importante para nosotros. Mantenemos el modelo industrial que nos permite fabricar nuestros propios servidores, por diseño somos sostenibles desde el primer momento y controlar la huella de carbono con sistemas pioneros de watercooling. Tenemos dos compromisos que cumplir, en 2025 tener el 100% de la energía empleada procedentes de fuentes de bajas emisiones, y en 2030 ser net zero para scope 1, 2 y 3, puesto que el 60-80% de impacto de toda la cadena es debido a procesos de producción y transporte. También hemos lanzado el calculador de carbono que se puede aplicar al consumo en baremetal y public cloud.

«Queremos seguir ampliando nuestra oferta de productos y servicios, que combina la consolidación de las gamas históricas en Private Cloud y Web Cloud con la apuesta por el que más está creciendo, el Public Cloud y PaaS, mercados que suman 265.000 millones de euros de oportunidad de negocio» (John Gazal, OVHcloud)

Además ya van llegando y se notan las regulaciones. Gaia-X lleva tres años definiendo políticas y técnicas, se han establecido tres niveles y el más elevado tiene todo esto en cuenta, dónde está el control, y que sea en Europa no solo la sede, también los stakeholders, demostrará quiénes son cloud providers europeos o no, no vale con tener solo los datos en Europa también el control de decisión y el marco de la jurisdicción a aplicar.

Estreno mundial

Y de postre lo más relevante del año: hace cinco meses compramos Gridescale, para acelerar la expansión internacional de la nube pública que nos va a permitir en tres años llegar a las 150 local zones que te permiten tener los datos en modo local con máxima latencia. El primer bloque ha sido inaugurado en Madrid, en nuestro punto de presencia tras una fase alfa de prueba con el partner CS Consulting.

Adrián González (OVHcloud): «Queremos democratizar el uso de la IA»

SLAs de milisegundos

Esta apuesta refuerza nuestra cercanía y poder llegar a clientes de forma más eficiente en costes y sostenibilidad, a la vez que se acorta el time-to-market y que tiene su punto de entrada para empresas que requieren de sus datos donde su localización es fundamental para una baja latencia. Nosotros la ofrecemos de un único dígito, ideal para proyectos de gaming, streaming de contenidos, IoT, analítica en tiempo real… Las local zones además acortan el time-to-market, se ha reducido de meses a semanas, y por solo unos pocas decenas de miles de euros de inversión entras en casos de uso de IA cercanos a los que costaban cientos de miles.

En febrero se abría la fase beta y las expectativas son altas, facilitar PaaS a través de nube pública, más instancias de cómputo. Seguirán almacenamiento y en un segundo año entregar ya todo el catálogo de OVH. El plan contempla abrir 14 más en Europa en el 2024 en Francia, Holanda, Chequia o Suiza y en EEUU de costa a costa, para coger velocidad en 2025 y 2026 y llegar a los 150 despliegues, se trata de una clara apuesta de la compañía ante nuestros clientes, que ya pueden beneficiarse de las funciones Public Cloud de las Local Zones incluidas instancias de cálculo, almacenamiento en bloques y redes con una IP pública local.

Esta apuesta de OVHcloud demuestra que España sigue siendo prioridad, y la apertura de la local zone significa disponer de una forma más ágil de llegar, prácticamente es como si tuvieras el centro de datos aquí. Es la primera pata, todavía no tenemos ese datacenter físico, pero seguro que llegará, todo dependerá de la respuesta del mercado. Aunque con el tiempo es más posible que haya antes alguna segunda zona local en España, pero esto sin confirmar.

Masters del universo

El core tecnológico del negocio de OVHcloud está dividido por universos. Seguimos apostando por el IaaS, es la base del resto de soluciones. Estamos incorporando más gamas en baremetal, y ampliamos la relación con los partners, contando con los microprocesadores de Intel, AMD y nVidia. La IA requiere réplicas de baja latencia, y este interés creciente que está despertando ha suscitado un incremento espectacular por la demanda de GPUs, pero la disponibilidad del hardware no es tanta, y además se manifiesta a unos costes muy elevados. Las GPU

H-100 vuelan porque hay muy pocas en el mundo. Queremos democratizar el uso de la IA, pero los proyectos requieren de herramientas muy complejas como modelos entrenados y motores generativos, así como un elevado expertise que solo pueden dar partners expertos que son los que puedan ver su viabilidad sobre el terreno. Según nuestros datos, un 60% encontraron qué puede hacer la IA por sus clientes. Precisamente la mitad de los Tech Labs de 2023 han sido sobre IA para poder entender qué ofrecer.

En private cloud seguimos fortaleciendo la apuesta con Veeam y Nutanix, para esos clientes que quieren salir del on-prem al híbrido y mantener un mismo look and feel. Se trata de tecnologías estándar donde la curva de aprendizaje no sea una barrera. Por otro lado, tras la compra de VMware por Broadcom ha habido un cambio de estrategia, estamos en conversaciones para poder mantener la colaboración en Europa.

En PaaS ya contamos con 40 soluciones cloud-ready, desde metal instances que combinan los dos mundos del PaaS y el baremetal en un entorno de cloud nativo con recursos reservados. Así rompemos el ciclo de licenciamientos y facturación, acotada al software puesto en esos recursos. A lo que hay que sumar las ventajas de estar basadas en Open Source que evita el lock-vendor.
En cuanto al almacenamiento, tenemos muchos proyectos en el roadmap. Tenemos el servicio de entrega en cintas magnéticas

Adrián González, Sales Manager de OVHcloud.

de toda la vida de IBM y Atempo para larga duración por imperativos legales sin comprometer la seguridad y resiliencia del dato, y a precios más asequibles que el Flash. Y sacamos una solución de gran rendimiento de almacenamiento por objetos con alta capacidad de escritura y lectura, oferta elástica y flexible por IA, es un mensaje muy potente que nos posiciona como alternativa a los hiperescalares americanos. Esta IA proporciona modelos entrenados, herramientas visuales y mejorar el time-to-market. Y próximamente tendremos nuevos servicios como Managed Rancher para la gestión de Kubernetes en entornos multicloud o MongoDB como database-as-a-service en bases de datos NoSQL.

Cristina Ortiz (OVHcloud): «Consideramos que las certificaciones son un derecho de los partners y se las ofrecemos de manera gratuita»

Demandas de los partners

Para nosotros es importante el feedback de nuestro ecosistema de partners. Con los programas pretendemos estar más cerca de ellos y darles lo que necesitan. Durante 2023 hemos crecido casi por dos el número de partners, 36 nuevas incorporaciones en España. En estos días acabamos de firmar el número 100 que se suman a los más de 1.350 partners que tenemos a nivel global.

Queremos seguir creciendo en número, buscando la especialización del partner y dándoles herramientas. La demanda se especializa, puesto que el mayor peso estaba en la nube privada y ahora el crecimiento se ha decantado por el PaaS, que además permite dar alrededor más servicios de valor y con un sello de soberanía europea.

Los cuatro pilares

Nuestra estrategia de canal se fundamenta en cuatro pilares: formación, marketing, beneficios financieros e impulso económico. La formación es fundamental, está demostrado que

Cristina Ortiz Bermúdez, Partner Program Manager en OVHcloud.

cuanto mayor conocimiento tiene un partner sobre el producto, más acuerdos cierra, puede incluso triplicar su cuenta de clientes. Por eso consideramos que las certificaciones de los partners es un derecho y se las ofrecemos de manera gratuita.

Para ello contamos con los laboratorios de capacitación técnica con vales para tocar tecnología y saber con qué herramientas se cuenta, y desde enero también sesiones de capacitación comercial que ayuda al equipo de ventas, a manejar casos de uso, desarrollar un argumentario y crear PoC vouchers. Aquí podemos enlazar con el apoyo del departamento de marketing dando visibilidad, con fondos para campañas conjuntas, haciendo casos de éxito de sus clientes y facilitando su presencia en eventos.

En cuanto a los beneficios económicos, mantenemos rebates y descuentos, y cualquier otra cosa que impulse el negocio: ventas privadas y promociones exclusivas, visión preferente de nuestro roadmap para que adelanten sus lanzamientos con acceso a betas e incluso alfas, identificación de oportunidades de forma proactiva y acceso a nuevas cuentas…

Dos anuncios

Tenemos dos anuncios globales importantes. Un nuevo nivel Élite entre el Advance y el Entry que sirve de paraguas del programa para partners entre el genérico para MSP y los integradores dirigido al perfil de advisor. Y en este sentido, tenemos calentito recién salido del horno la web para estos advisors.

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

HOSTELCO
18-21 de Marzo 2024
Barcelona

MUZYBAR
Visítanos en el Stand
Nº 7D151

TPV

PREMIER
We are a team

Serie KT: J6412 | 4GB | 8GB | 128GB | 256GB | Win 10 IoT
RK3568 | 2GB+16GB

KIOSKO Y PC PANEL

PCP 215 W/A | KIOSK 27 W/A

MONITOR TÁCTIL Y NO TÁCTIL

Serie TM y M: 10" | 15" | 17" | 21,5"

KT-KIOSK

J6412 | 4GB | 128 GB | RK3568 | 4+32GBHH
Android 11 Impresora térmica | Lector 2D
Opcional: 8GB | 256GB | Win 10 IoT

IMPRESORAS TÉRMICAS TICKETS Y ETIQUETAS

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

LECTORES DE CÓDIGO

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

TABLET | PDA

MAXI 108 W | MAXI 20 | MAXI 21 | MAXI 50P

MUZYBAR computer

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

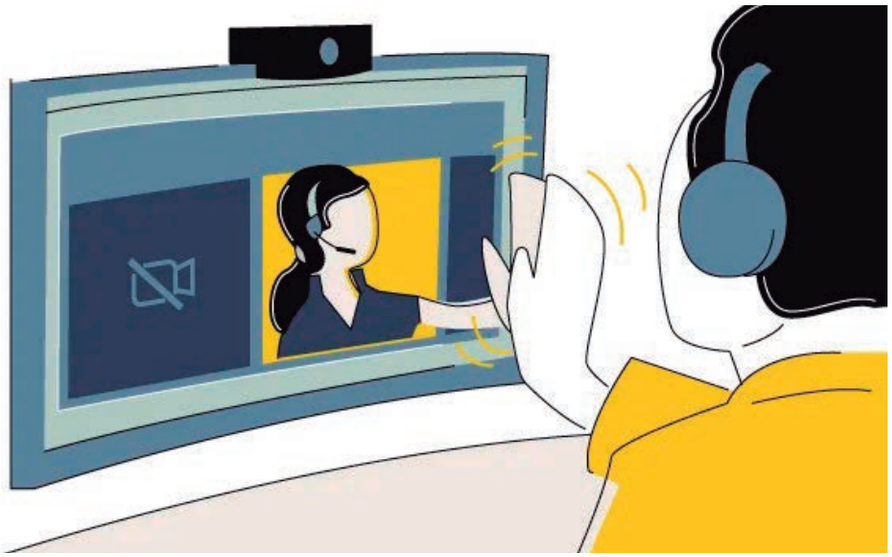
HOSTELCO
18-21 de Marzo 2024
Barcelona

MUZYBAR
Visítanos en el Stand
Nº 7D151

La tecnología es fundamental para impulsar la colaboración en las reuniones

En todo el mundo hay más de 572 millones de personas que trabajan con ordenadores desde una oficina o a través de colaboración virtual, y cada semana se dedican millones de horas a reuniones online. Sin embargo, muchas de estas reuniones se celebran en entornos que no favorecen en absoluto la colaboración ni la productividad.

EN EL informe *Hybrid Ways of Working 2023 Global Report* de Jabra, se revela que sólo el 15% de las oficinas están totalmente equipadas con tecnología específica para salas de reuniones, y alrededor del 60% de los trabajadores siguen dependiendo de las cámaras y micrófonos integrados en los portátiles. Esto nos lleva a preguntarse a los técnicos de la compañía danesa hasta qué punto la tecnología que utilizamos influye en nuestro comportamiento en las reuniones y en nuestra capacidad de colaborar eficazmente.



Responder a esta cuestión ha llevado más de un año de trabajo de Jabra utilizando las instalaciones de última generación para estudiar el comportamiento humano en un entorno controlado en el Behavioural Lab de la London School of Economics (LSE). El estudio, bautizado como *Meeting Great Expectations: Behaviour, Emotion and Trust* (en español ´Reuniendo grandes expectativas: comportamiento, emoción y confianza´), pretende comprender las repercusiones biopsicológicas de la tecnología que utilizamos en nuestro trabajo diario y cómo influye en nuestras percepciones, comportamiento y productividad en las reuniones virtuales.

- **Tecnología para reuniones como habilitador de la igualdad**

Las experiencias en las reuniones de trabajo son holísticas y deben tener en cuenta a todos los participantes. Cuando todo el mundo empezó a teletrabajar durante la pandemia, la mayoría de las organizaciones proporcionaron a los empleados auriculares y cámaras web para las reuniones online. Sin embargo, la calidad de esta tecnología variaba y a menudo era inadecuada. De hecho, solo el 19% de los trabajadores utiliza una webcam personal y profesional según el *U&A Collaboration Study* (2022) de Jabra.

Al analizar cómo afecta la tecnología a la calidad que cada persona experimenta en una reunión, y en qué medida la igualdad de condiciones en los dispositivos influye en las percepciones generales de colaboración de todos, el estudio observa mejoras significativas cuando todos los participantes en una reunión utilizan el mismo equipo profesional estándar, en comparación con el audio y el vídeo integrados en el portátil o con equipos de menor calidad. Concretamente, se experimenta un 27% más de claridad, un 16% más de confianza, un 35% más de expresividad y un 47% de mejora percibida en la calidad de las aportaciones.

Asimismo, los que trabajan a distancia son los que con más frecuencia se enfrentan a los mayores retos tecnológicos en las reuniones híbridas. El estudio ha revelado que, cuando se utilizan auriculares y cámaras profesionales, la claridad general de las llamadas mejora en un 18% entre los trabajadores remotos, mientras que los participantes en las salas de reuniones también valoran a los usuarios remotos un 32% más en términos de expresividad.

Estos últimos mostraron casi el doble (84%) de nivel de participación percibida, al comparar a los trabajadores híbridos que utilizaban equipos profesionales con los que utilizaban portátiles con hardware integrado. Además, los participantes remotos también confían un 22% más en otros cuando se unen a distancia utilizando tecnología profesional. Estos resultados ponen en relieve el aumento de los niveles en que los trabajadores remotos pueden presentarse y contribuir a las reuniones híbridas, así como las ventajas que puede proporcionarles la tecnología adecuada.

- **Salas de reuniones equipadas mejoran la experiencia**

Hoy en día, casi todos hemos vivido una situación en la que nos unimos a una reunión desde casa mientras todos los demás participantes están en la oficina. Puede ser frustrante: es posible que nos cueste escuchar lo que se dice, que no podamos ver a todos los presentes en la sala y que a veces nos sintamos ignorados. Pero ¿y si disponer de las herramientas adecuadas nos hiciera sentir más presentes e incluidos?

El estudio ha demostrado que, cuando las personas utilizan tecnología profesional tanto en la sala de reuniones como a distancia, los que se incorporan a distancia informan de una mejora del 56% en la calidad de las intervenciones. Aunque nada puede sustituir a la interacción cara a cara, las segundas puntuaciones más altas en cuanto a colaboración, justo después de las reuniones en persona, las obtuvieron los

participantes a distancia que calificaron a los usuarios de salas de conferencias provistas con equipos de vídeo profesionales. Las pruebas se realizaron con la barra de vídeo Jabra PanaCast 50 y la cámara personal PanaCast 20.

Estos resultados ponen de manifiesto que la tecnología puede salvar las distancias entre participantes en reuniones separados por la distancia física. En resumen, está claro que la tecnología de alta calidad en las salas mejora significativamente la experiencia de los participantes remotos. Toda empresa que aspire a celebrar reuniones inclusivas debe dar prioridad a la actualización de sus espacios de reunión para favorecer una colaboración equitativa.

El doctor Simon Noyce, psicólogo colegiado británico e investigador principal de LSE, ha declarado que "en el mundo actual de las reuniones híbridas, recortar la distancia entre la colaboración en persona y en remoto nunca había sido tan importante. Nuestro objetivo es animar a las empresas a aprovechar esta tecnología para posibilitar interacciones significativas que se acerquen lo más posible a la riqueza y el compromiso del cara a cara".

Por su parte, Holger Reisinger, vicepresidente sénior de Soluciones para Grandes Empresas en Jabra, afirma: "La tecnología de alta calidad tiene un profundo impacto en la eficacia de la colaboración a distancia. Nuestra investigación demuestra que cuando las empresas invierten en equipos profesionales, tanto para los participantes en sala como para los remotos, pueden conseguir mejoras notables. Estos resultados subrayan el papel fundamental de la tecnología a la hora de optimizar la experiencia de las reuniones y fomentar una colaboración híbrida satisfactoria".

- **Diseño y tecnología de la investigación**

Para garantizar la imparcialidad y la solidez ética de los resultados, este estudio se diseñó con el apoyo de del Behavioural Lab de LSE y fue aprobado por el comité de ética científica de la London School of Economics. Todos los participantes desconocían lo que se estaba probando o que la investigación se centraba en diferentes tipos de tecnología y Jabra permaneció en el más absoluto anonimato.

El grupo estaba formado por 88 participantes de quince nacionalidades. En el estudio se utilizó una amplia gama de enfoques y medidas psicológicas, desde calificaciones de autoevaluación para captar las opiniones y sentimientos de los participantes, hasta un seguimiento ocular muy objetivo y sofisticado, análisis de la expresión facial e índices biológicos de excitación y carga cognitiva que se evaluaron mediante la conductancia de la piel y el parpadeo endógeno. Los datos fueron recopilados y analizados utilizando el software iMotions.

Con el apoyo de Sean Rooney, director científico y jefe de Innovación de Laboratorio del LSE Behavioral Lab, Jabra creó tareas de reuniones del mundo real y los participantes de la investigación se unieron desde salas de conferencias o ubicaciones remotas utilizando diferentes configuraciones tecnológicas, recopilando casi 500 puntos de datos por segundo, por participante de la investigación.

Zoom revela el impacto de la GenAI en la productividad laboral

En un mundo más conectado digitalmente que nunca, la colaboración aún requiere un esfuerzo considerable. La encuesta global de Morning Consult, encargada por Zoom, revela que mantener informados a los miembros de equipos distribuidos y estar al tanto de los proyectos sigue consumiendo un tiempo valioso para los trabajadores. Este fenómeno se traduce en una disminución de la productividad y en la dificultad de realizar trabajos más significativos.

La encuesta, realizada a más de 11.000 directivos y empleados en todo el mundo, destaca las tensiones existentes en el entorno laboral actual y la necesidad de soluciones innovadoras. Así, entre las principales conclusiones destaca la paradoja de la colaboración en la que más del 67% de los directivos trabajan más de ocho horas al día, pero la mayoría desearía disponer de más tiempo para centrarse en tareas más significativas, como el desarrollo de procesos y flujos de trabajo eficientes.

La IA Generativa (GenAI) está teniendo un impacto importante facultando un ahorro significativo de tiempo en aquellos que utilizan este tipo de herramientas. El 74% de los directivos afirma que les ahorra una o más horas al día, mientras que el 46% de los empleados experimenta beneficios similares.

Existe una brecha entre la percepción positiva de los directivos hacia la IA (82%) y la cautela entre los empleados (57%). Esto se traduce en una adopción más lenta entre los empleados (32%) en comparación con los directivos (73%).

La falta de implementación de la IA en las empresas se atribuye a preocupaciones como la pérdida de empleo, la seguridad de los datos y la precisión. Se destaca la necesidad de educar a los empleados sobre los beneficios de la IA y proporcionar la formación adecuada.

Si nos centramos en los datos obtenidos en la Región de EMEA (Europa, Oriente Medio y África), las tendencias concretas revelan una mayor carga de trabajo administrativo en comparación con otras regiones. Más del 70% de los directivos afirman dedicar varias horas a la semana a tareas como actualizaciones de estado y compartir notas, impactando negativamente en su productividad.

En cuanto a los empleados, el sentimiento general hacia la IA en EMEA muestra un optimismo del 50%, en comparación con el 69% en Asia y el Pacífico y el 47% en Estados Unidos. La favorabilidad hacia la IA en EMEA crece hasta 57%, aunque seguimos siendo más conservadores que en Asia y el Pacífico donde es del 73%, pero más receptivos que en EEUU donde se queda en el 47%.

One Ecosystem.
All possibilities.

Partner Tech incorpora en su catálogo todo un mundo de soluciones 360º para el Self Checkout, toda la innovación y tecnología adaptada a cada negocio.

Bora Bora
SCO del futuro, moderno, disruptivo, con holografía táctil.

Alfred
Compacto y modular, configurable según las necesidades.

Ace 2
Innovación, eficiencia y diseño personalizable.

"La mejor solución de SCO es la que utilizan todos los clientes"

Self Checkout Inteligente

RFID Lectura simultánea

Scan & Go Bring Your Own Device

Gestión de listas de selección

Verificación de edad

Crime predictor

Dashboard SeeYourSCO

Un software.
Una API.
Todas las funciones.

Sin restricciones.
Sin terceros.
Garantía de Partner Tech.

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

Commvault aúna esfuerzos y se abre al ecosistema

Commvault ha apostado por convertirse en el referente nº 1 en ciberresiliencia. La compañía ha echado toda la carne en el asador para la presentación mundial de su nueva plataforma Commvault Cloud, "powered by Metallica AI", que significa el mayor hito tecnológico en sus 25 años de historia. Qué lejos quedan los tiempos en lo que solo vendían hierro, "SHIFT: Leave the Chaos Behind" supone un cambio de paradigma en las estrategias de ciberseguridad.

SER RESILIENTES significa ser capaces de resistir los embates de un ataque cibernético y saber recuperarse sin daños. Significa ir un paso más allá de la ciberseguridad, esta intenta proteger, prevenir, mantener a los malos fuera, avisar, parar, sospechar de todo y de todos… Ser resilientes es todo eso y la capacidad de remediación, de volver sin traumas a un punto seguro sin tener que parar.

Commvault nos cuenta ahora que dispone de una plataforma propia impulsada por IA capaz de permitir a los clientes descubrir, actuar y recuperarse rápidamente de los ciberataques, manteniendo los datos seguros en cualquier carga de trabajo o nube con el menor coste total de propiedad, creando empresas resilientes. Esta plataforma, aseguran, cambiará la forma en que la industria concibe la seguridad de los datos, la protección de los datos y la resiliencia cibernética en la era de la IA y del ransomware. Shift-right, un giro a la parte derecha (o "correcta", según se mire), para dejar el caos atrás y poder interactuar a través de nuevas alianzas con todo el ecosistema para potenciar los resultados ofreciendo la baza de la recuperación de manera integrada.

"Commvault une fuerzas con compañías líderes en IA y seguridad para ayudar a los clientes a ir por delante de los ciberdelincuentes y de las amenazas", señala Maite Ramos, Country Manager de Commvault Iberia, en su encuentro con medios especializados. "Se trata de integraciones clave entre Commvault Cloud y alianzas de IA que permitirán a los clientes avanzar en el conocimiento de los datos, así como en la detección, protección, mitigación y recuperación de amenazas de manera instantánea, y es que hemos hecho el salto cuántico con la nueva plataforma Commvault Cloud basada en Metallic AI".

El fabricante de Triton Falls (Nueva Jersey, EEUU) ha unido las modernas tecnologías de resiliencia cibernética con la seguridad avanzada y la inteligencia de datos de organizaciones pioneras en ciberseguridad, inteligencia artificial y la nube. Ya hay decenas de compañías que se están integrando con la plataforma Commvault Cloud anunciada en noviembre pasado para proporcionar a sus clientes conjuntos mejores y más efectivas formas de detectar, proteger y responder rápidamente a posibles amenazas y ataques, al tiempo que mejoran la visibilidad y el gobierno de los datos.

Maite Ramos (Country Manager de Commvault Iberia) y César Cid de Rivera (VP International Sales Engineering de Commvault).

La compañía mantiene un gran conocimiento de cómo han ido evolucionando y cómo se comportan actualmente los intentos de ciberataque. "El mundo ha cambiado: los ataques ransomware van también dirigidos al backup, y hay un caos de soluciones difíciles de gestionar. Nosotros proporcionamos una capa que cubre end-to-end toda la organización, y cada vez que sale un nuevo challenger lo adoptamos con sus APIs o conectores, y eso lo nota el cliente en costes que se ahorra. Cubrimos más de 3,8 Exabytes de más de 100.000 clientes en todo el mundo, incluidos organismos muy críticos", dice Maite Ramos. "Hacemos énfasis en nuestro crecimiento orgánico con base a código propio, a lo que cabe añadir las más de 1.400 patentes que llevamos registradas. Tenemos más patentes que todos nuestros competidores juntos, a razón de 130 nuevas por año".

Commvault está trabajando con socios de clase mundial en toda la cadena de herramientas de seguridad, incluyendo: información de seguridad y gestión de eventos (SIEM), orquestación de seguridad, automatización y respuesta (SOAR), detección y respuesta de red, detección y evaluación de vulnerabilidades y amenazas, gestión de incidentes y gobierno y privacidad de datos, todo ello desde un único punto de control.

"Hasta ahora los CISOs se dedicaban a la ciberseguridad y los CIOs a las infraestructuras TI, trabajaban por separado, pero ahora hay que acabar con los silos y funcionar en conjunto, para ello es imprescindible la unificación de las soluciones para ofrecer una postura conjunta ante el ramsomware", comenta la directora general. "Somos capaces de cubrir todas las cargas existentes y desde cualquier sitio. Ello nos permite hablar de ciberresilencia, no solo de ciberseguridad o recovery por separado, para preparar y ayudar mejor a las empresas en caso de ataque de ramsonware. Hemos logrado cerrar los silos y todo desde una herramienta unificada. No es un Frankenstein de solución hecha con retales, sino con código fuente".

En este sentido, los productos de Commvault tienen el reconocimiento del mercado desde

hace mucho tiempo. "Los analistas nos han posicionado como los número 1 en ciberresilencia, concepto más amplio que el de la ciberseguridad. En el cuadrante mágico de Gartner estamos de líderes -junto a Rubrik o Veritas-. Pero somos el único fabricante que ha logrado el estándar FedRAMP High Level, sacando en seis de siete capacidades críticas el primer puesto y en la otra el segundo: ransomware, on-premise, hybrid/multicloud, disaster recovery… Y por si falla todo lo demás, tener el mejor sistema de recuperación", afirma Maite Ramos. "Como me gusta decir, 'doveryay, no proveryay' (confía, pero verifica), que le dijo Reagan a Gorbachov en la firma de los tratados de control de cabezas nucleares".

Y es que estas integraciones de seguridad e IA llegan en un momento en que las empresas se enfrentan a volúmenes sin precedentes de ciberamenazas, estando muy preocupadas sobre lo que los malos pueden hacer en términos de interrupción del negocio y reputación de marca. Según un reciente estudio de IDC, el 61% de los encuestados cree que la pérdida de datos en los próximos doce meses debido a un acceso cada vez más sofisticado es "probable" o "muy probable".

El ecosistema de partners

Ante la creciente complejidad y magnitud de los ataques, la colaboración entre los diferentes actores de la industria de la ciberseguridad es clave. A principios de 2023, Commvault ya anunció integraciones con Servicenow, Microsoft Sentinel, CyberArk y Palo Alto Networks. A inicios del presente, el staff responsable de la región Iberia nos anunciaba más en detalle el significado y alcance de este movimiento shift-right.

"Aún tenemos formato appliance, pero ya no vendemos solo hierro. Para ser eficaces en ciberresiliencia, los productos de seguridad de datos deben integrarse con los productos del ecosistema de ciberrecuperación", afirma David Benito, Partner Business Manager Iberia. "Nuestra reciente investigación sobre el estado de preparación ante el ransomware muestra que las empresas quieren que sus proveedores de protección de datos trabajen directamente con las principales herramientas de seguridad y proveedores de servicios. Estas integraciones entre los partners del ecosistema de seguridad e IA y Commvault Cloud pueden desempeñar un papel clave para ayudar a todos a avanzar en su postura de seguridad y, al mismo tiempo, elevar la gobernanza de los datos".

David Benito, Partner Business Manager Iberia.

Algunos de los primeros partners de seguridad e IA de Commvault que adoptan este giro y ya están integrando sus soluciones conjuntamente con Commvault Cloud incluye nombres como Avira (parte de Gen), Darktrace (IA/ML), Databricks (datawarehouse y datalakes), Entrust (criptografía post-cuántica y cifrado), Netskope (SASE) o Trellix (sandbox). Cada uno aporta su visión de la ciberseguridad y añaden su granito de arena para construir una completa solución robusta e interoperativa gracias a las APIS y conectores desarrollados por Commvault.

"Al integrarnos con un amplio ecosistema de nuevos partners de seguridad e IA a través de nuestra plataforma Commvault Cloud, no solo estamos satisfaciendo las necesidades de los clientes en este momento crítico, sino que podemos aportar de forma colectiva y conjunta perspectivas de seguridad de mayor alcance más rápidas, inteligentes y conectadas", subraya el responsable de partners de negocio. "Hay muchos partners de canal encargados del outsourcing completo de la ciberseguridad de diversas compañías, y llevaban tiempo pidiendo este nivel de integración, entre todos estar conectados al mismo SIEM. Permite elevar la postura de seguridad del cliente con novedosas funcionalidades basadas en IA, como la recién adquirida TrapX que manda señuelos en forma de 'canarios de la mina virtuales' para avisar de fugas y determinar si estamos bajo un ataque, o para medir el estado de salud de la plataforma en cada momento para asegurar una protección del dato y niveles de servicio adecuados. De esta manera, podemos ofrecer un TCO cinco veces mejor que cualquier competidor".

Commvault ya ha anunciado también amplias integraciones con otros socios relevantes como Dell, Fujitsu, Hitachi Vantara, HPE, Netapp, Oracle, Pure Storage o Vast Data que pueden ayudar a los clientes a mejorar su postura de seguridad y obtener más valor de su infraestructura existente. Igualmente, se destaca la sintonía con algunos de sus integradores en España como Arrow, Evolutio, Logicalis e IaaS365.

Commvault Cloud se hace Platinum

Como parte del anuncio de su plataforma cloud, Commvault también presentaba Platinum Resilience, un servicio totalmente gestionado que proporciona una protección, compromiso y capacidad de respuesta extraordinarios. Este servicio ya disponible, que primero fue probado en clientes beta como parte de un programa de acceso anticipado en entornos de producción reales, ofrece lo siguiente:

- *Todo incluido de la A a la Z*: backup y recuperación de nivel enterprise, automatización avanzada impulsada por IA, engaño cibernético, pruebas de recuperación y comprobaciones de preparación, informes avanzados, auditorías de seguridad, telemetría personalizada y mucho más.
- *Un plano de control dedicado, seguro y aislado*: para una protección y resiliencia de datos híbrida potente y completa, con la operativa de uso de la nube.
- *Un equipo de preparación y respuesta ante ransomware disponible 24x7*: para optimizar todo, desde la configuración hasta las pruebas y la validación continuas y la recuperación tras un ciberataque.

«Hay muchos partners de canal encargados del outsourcing completo de la ciberseguridad, y llevaban tiempo pidiendo este nivel de integración. De esta manera, podemos ofrecer un TCO cinco veces mejor que cualquier competidor» (David Benito, Commvault)

"Hemos procedido a una reducción de paquetes para que sea más fácil hacer negocios con Commvault, ahora son tres más el nuevo Platinum Resilience que presenta toda la oferta para proveedores de servicios gestionados", señala Benito. "Hoy la media en Enterprise es de catorce herramientas de distintos fabricantes, con sus riesgos de tener al día los parcheados y si se te va el que sabe de una, a tener que formar o contratar a otro. La capacidad de integración con soluciones de terceros referentes es uno de sus puntos fuertes para crear sinergias, no vamos a poder remediar si no estamos integrados y conectados, ya nadie puede ir por libre por ahí".

Commvault está tan seguro de que Platinum Resilience ofrece lo mejor en ciberresiliencia de extremo a extremo, que viene con la Garantía de Protección de Commvault "para dar a todos, desde los directores de TI a los miembros de la junta directiva, la tranquilidad de que la recuperación de un ataque está garantizada", concluye el responsable de canal.

Bajo las bóvedas de la recuperación cibernética

Commvault Cloud, con la tecnología de Metallic AI, es la solución para la empresa híbrida que aúna protección de datos, seguridad, inteligencia y recuperación en una sola plataforma en la nube. Ofrece capacidades de IA para hacer frente a las ciberamenazas apoyadas en su integración con Microsoft Azure OpenAI Service, que entre sus novedades permite disponer de un novedoso servicio de recuperación en Clean Room que garantiza la ciberresilencia.

Con Commvault Cloud se unifican todas las ofertas previas de SaaS y software de la compañía en una sola plataforma, donde la visibilidad y el control se pueden gestionar de forma holística a través de un único panel. "Lo importante de este anuncio es el apellido: powered by Metallic AI. Para decirlo de manera sencilla, es el software de Commvault en sabor SaaS, todo en una única plataforma que permite la gestión unificada, es AI-driven nativo e incorpora novedosas salas limpias de recuperación como última línea de defensa segura", especifica César Cid de Rivera, VP International Sales Engineering de Commvault.

Pero Commvault Cloud va mucho más allá. Esta nueva plataforma está especialmente diseñada para la resiliencia cibernética, con el fin de permitir a los usuarios predecir las amenazas con mayor rapidez, realizar recuperaciones limpias y acelerar los tiempos de respuesta, todo ello con el menor coste total de propiedad posible. Y, con la arquitectura única de Commvault Cloud, los clientes pueden asegurar y recuperar sus datos a través de cualquier carga de trabajo, cualquier infraestructura y desde cualquier lugar a cualquier lugar.

"Adoptamos en concepto shift-right, avanzamos en la pizarra de izquierda a derecha integrando funciones para ayudar a nuestros clientes a ser más inteligentes, y además incorporamos Machine Learning para mitigar riesgos", añade César Cid. "Pasamos de una protección de ciberseguridad más tradicional a una plataforma más avanzada de ciberrresilencia moderna". Y llega justo en un momento en el que la necesidad de una resiliencia nunca ha sido mayor ante la escalada sin fin de ciberataques.

Si, por ejemplo, una organización es incapaz de recuperarse de un ataque en cuestión de horas, eso puede afectar directamente a la reputación de la marca y a la lealtad de los clientes. Sin embargo, según un estudio de IDC con más de 500 encuestados de ITOps y SecOps, el 59% espera que una recuperación cibernética lleve días o semanas, lo cual es inaceptable cuando se trata de mantener las empresas en funcionamiento. "21 días es el tiempo medio de inactividad que sufre una compañía atacada por ransomware. Si hoy fuese 14 de noviembre, sería como si no hubiéramos facturado nada desde el 26 de octubre", relata César Cid.

Y añade: "Pero es que encima el tiempo medio de permanencia dentro de nuestros sistemas es de 204 días, como si estuvieran andando por tu casa tan tranquilos desde el 24 de abril, teniendo todo este tiempo fuera de radar para hacer lo que quieran, con movimientos laterales y poder comprometer todo tu entorno y el de tu cadena de valor. El 60% de los ataques se hacen ya en producción y en los repositorios de backups y hay que ser conscientes lo más rápidamente posible de que se nos han colado, porque borrar o encriptar toda tu información se puede hacer en nada de tiempo. Además, se empieza a pedir responsabilidad no solo a nivel 1 sino a nivel 2 y 3, clientes y clientes de tus clientes".

Lograr la ciberresiliencia empresarial es algo más que construir muros más altos o fosos más profundos. Requiere un nuevo enfoque que contemple de forma holística todo el panorama, desde la mejor protección y seguridad de datos de su clase hasta la inteligencia de datos impulsada por IA y la recuperación ultrarrápida a través de una plataforma única y consolidada. Con estas capacidades avanzadas y un rico y creciente ecosistema de partners, Commvault Cloud pretende ser el nuevo estándar en ciberresiliencia.

"Ya no solo hacemos backups instantáneos partiendo de los snapshots, sino que proporcionamos una integración con todas las herramientas del mercado. Se trata de una plataforma en tres planos: control (políticas de cifrado, autenticación…), datos (metadatos e indexación para encriptar desde la fuente, saber cada cosa del dato, cumplimiento…), y almacenamiento (todo gira alrededor del dato para que sea portable, no dependiente de la infraestructura)", explica el vicepresidente internacional. "En el supply funnel de seguridad (MITRE ATT&CK, DORA…) ofrecemos una capa end-to-end con análisis de riesgo, preparación, recuperación… cumplimiento-as-a-service y todo desde un único punto de gestión".

Anuncios más relevantes dentro de Commvault Cloud

- **El bot Arlie**

Con Commvault Cloud los usuarios tendrán acceso a Arlie (compuesto de "Autonomous Resilience"), el nuevo copiloto de IA que está a su disposición 24x7, y que puede responder a las preguntas en un lenguaje claro y sencillo. Pero entre bastidores se está haciendo mucho más. Arlie interactuará con modelos generativos de inteligencia artificial que no sólo consolidarán la información y los informes, sino que proporcionarán a los usuarios respuestas personalizadas y procesables. Por ejemplo, los usuarios podrán utilizar Arlie para verificar o validar un punto limpio de recuperación para sistemas críticos, o generar el código solicitado en cuestión de segundos. "A diferencia de otros que utilizan la IA para simplemente generar contenido, Commvault está utilizando la IA de una manera que puede ayudar a los clientes a tomar medidas. Arlie funciona en lenguaje plano para que te cuente lo que preguntes, como Copilot", señala Cid.

Arlie se integrará en el backend con Azure OpenAI Service. Las nuevas capacidades habilitadas para IA que soportan este tipo de interacción personal/humana dentro de Commvault Cloud incluirán:

- *Información activa*: ofrece a los usuarios análisis de amenazas en tiempo real y resúmenes de informes que muestran la información más reciente sobre la salud de su ciberresiliencia, eliminando la necesidad de cribar filtros e informes para priorizar lo más apremiante.
- *Asistencia mediante código*: ofrece una forma "sin código" de crear una integración o codificar una acción. Los usuarios sólo tienen que escribir una descripción de lo que quieren hacer, y el asistente generará el código en el acto.
- *Recorridos personalizados*: proporciona recorridos guiados por el producto, sensibles al contexto, que facilitan a los usuarios la configuración, personalización y ajuste de Commvault Cloud según sus especificaciones. Sólo tienen que hacer preguntas sobre "cómo hacerlo" y reciben documentación paso a paso con capturas de pantalla anotadas.
- *Corrección de la causa raíz*: supervisa el rendimiento de Commvault Cloud utilizando IA generativa para encontrar problemas y ofrecer recomendaciones en tiempo real sobre cómo optimizar la resiliencia cibernética.

- **Predicción avanzada de amenazas**

Commvault también anuncia avances en IA y seguridad que se codifican directamente en Commvault Cloud y "aparecen" como conocimientos inteligentes integrados en los flujos de trabajo diarios. Por ejemplo, predicción avanzada de amenazas, que utiliza el análisis predictivo en tiempo real para encontrar ransomware, incluida la detección de malware de IA que cambia de forma, antes de que afecten a las copias de seguridad y a su capacidad de recuperación limpia.

- **Cloudburst Recovery**

Mejora la continuidad del negocio utilizando la infraestructura-como-código y el escalado a la nube para automatizar la recuperación rápida y sin fricciones de los datos a cualquier ubicación. Los usuarios se benefician de una portabilidad excepcional, así como de un bajo coste total de propiedad.

- **Cleanroom Recovery**

Se trata de un avanzando sistema en las recuperaciones limpias con Commvault Cloud y Microsoft Azure. Después de un ciberataque, tener un backup limpio es crítico, y también lo es tener una ubicación limpia para la recuperación. Con esta funcionalidad, los clientes pueden utilizar una sala limpia en la nube de Azure siempre preparada, lo que ayudará a garantizar recuperaciones, sin fricciones y fiables. Esta oferta es ideal también para clientes que desean realizar pruebas de respuesta a incidentes de forma rutinaria.

"Juntos, llevamos la ciberresiliencia con el poder de Microsoft Cloud como servicio a miles de empresas. Después, añadimos el poder del almacenamiento air-gapped, inmutable e indeleble. Ahora lo estamos ampliando con Cleanroom Recovery, diseñado para permitir a los clientes recuperarse con confianza a Azure, proporcionando una ubicación limpia y un entorno de recuperación, lo cual es crítico frente a un ataque", dijo Álvaro Celis, VP Solution Areas ISVs, Microsoft.

- **Marketplaces**

También se ha anunciado que los clientes ya pueden acceder a la potencia de Commvault Cloud a través de Oracle Cloud Marketplace. Previamente ya está disponible en Microsoft Azure Marketplace, Google Cloud Marketplace y Salesforce AppExchange.

Las organizaciones dependen en gran medida de sus datos digitales para mantener la eficiencia de sus operaciones y el funcionamiento de sus servicios al cliente. "Esta es la razón por la que el ransomware es tan perturbador. Ya sea en on-premise, en la nube o híbrida, con nuestra inteligencia vamos a ser capaces de detectar ataques silenciosos sobre los backups. Saber cuándo el malote ha pasado siete capas de seguridad para cuando recuperes no traer el virus también porque la copia está comprometida y vuelta a la casilla de salida. Y con Cloudburst Recovery le aportamos a los sistemas caídos infraestructura as-code a escala y para chequeos de prueba en clean rooms garantizadas en Azure, o si han atacado el firmware y la bios del appliance poder hacer una restauración limpia", relata César Cid.

SHIFT llegó a Madrid

Más de 150 CIOs y CISOs de grandes organizaciones asistieron a SHIFT, el evento de ciberresiliencia de Commvault, que se celebró el pasado día 20 de febrero en Madrid en el Green Patio, constatando que la protección y la seguridad del dato están más unidas que nunca. Un evento que ha evolucionado desde el concepto de protección del dato al de ciberresiliencia, al igual que su nombre, que indica el cambio ("shift-right") de la compañía hacia una solución holística capaz de asegurar, defender y recuperar.

La jornada comenzó con una introducción de Mauro Palmigiani, AVP South-Western Europe de Commvault, quien destacó precisamente que ha llegado el momento de este cambio de la ciberseguridad hacia un enfoque de ciberresiliencia. "El 99% de los ataques ya no van dirigidos al dato, sino a las infraestructuras de seguridad y de recuperación. La verdadera resiliencia comienza antes de que empiece el ataque, y no termina nunca. Es hora de combatir a los atacantes, de adoptar un nuevo enfoque para abordar las ciberamenazas según evolucionan".

Tras esta intervención, tomó la palabra Juan Delfín Peláez, responsable del Sector Estratégico Financiero y TIC en INCIBE-CERT. Peláez repasó las tendencias de ciberseguridad en las empresas españolas y explicó que, durante el pasado año, el organismo gestionó más de 118.000 incidentes de ciberseguridad. "El 70% de las grandes empresas en España tiene un nivel aceptable de ciberresiliencia. Pero hablamos de las más punteras". El experto también explicó que los sectores que mejor preparación tienen antes los incidentes cibernéticos son el financiero y el de la industria energética. "Otros sectores, como el del transporte, el sanitario o la alimentación, tienen un nivel de madurez menor".

La siguiente sesión la protagonizó César Cid de Rivera, VP International Sales Engineering de Commvault, que presentó Commvault Cloud Powered by Metallic IA, "plataforma unificada de ciberresiliencia construida para satisfacer las necesidades de los entornos híbridos con el menor coste total de propiedad. Con Commvault Cloud permitimos a las empresas proteger los datos, anticiparse a los riesgos, minimizarlos y recuperarse rápidamente de cualquier amenaza. Y eso lo hacemos en cualquier entorno y con cualquier carga de trabajo, desde legacy a kubernetes". El directivo también habló de las capacidades de seguridad de la plataforma, que utiliza IA para detectar y combatir amenazas. "Los ataques en la actualidad ya no son ataques de un humano contra nuestros sistemas. Ahora los ataques son polimórficos, realizados mediante IA. Y la IA solo puede ser combatida con IA".

Para mostrar esa nueva forma de proteger los datos, Kelvin González y Alfonso Díez, Sales Engineers de Commvault, realizaron una demo práctica de Commvault Cloud, donde resaltaron las capacidades de la plataforma a la hora de detectar amenazas, defender el dato y recuperarlo. "Commvault Cloud aúna protección de datos, seguridad, inteligencia y recuperación en una sola plataforma, con capacidades de IA para hacer frente a las ciberamenazas y con el primer servicio de recuperación en Clean Room del sector", señalaban.

«Se trata de avanzar en el conocimiento de los datos, así como en la detección, protección, mitigación y recuperación de amenazas de manera instantánea, y es que hemos hecho el salto cuántico con la nueva plataforma Commvault Cloud basada en Metallic AI» (Maite Ramos, Commvault)

La jornada contó con varias mesas redondas con experiencias reales de clientes dedicadas a responsables CIOs y a CISOs, así como al ecosistema de alianzas y partners. Primero fue el turno de Microsoft y HPE, patrocinadores Platinum del evento, que compartieron por separado su visión con los asistentes, y de seguido Hitachi Vantara, Pure Storage y NetApp protagonizaron la última mesa redonda del día, en la que la IA volvió a ser protagonista.

Maite Ramos, directora general de Commvault para Iberia, fue la encargada de cerrar el turno de presentaciones. "Hemos querido enseñar que hay una forma mejor de proteger los datos. Hoy en día, Commvault protege más de 100.000 organizaciones en todo el mundo. En los últimos cinco años, hemos creado más de 650 patentes y hemos invertido más de 500 millones de dólares en I+D. Todo enfocado a elevar la ciberresiliencia de nuestros clientes. Nos dedicamos a proteger los datos en un mundo cada vez más difícil".

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 ...

PODRÁS ENCONTRARNOS EN LAS SIGUIENTES FERIAS:

HOSTELCO
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW
18 -21 MARZO 2024
BARCELONA - RECINTO GRAN VIA

Visítanos en el stand
P7 C-101
Pabellón 7

HIP Horeca Professional Expo
19-21 febrero 2024
IFEMA Madrid
Higher Power

Visítanos en el stand:
3B249

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.

PODÉIS ENCONTRARNOS EN LAS SIGUIENTES FERIAS:

HOSTELCO
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW
18 -21 MARZO 2024
BARCELONA - RECINTO GRAN VIA

Visítanos en el stand
P7 C-101
Pabellón 7

HIP Horeca Professional Expo
19-21 febrero 2024
IFEMA Madrid
Higher Power

Visítanos en el stand:
3B249

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.

PODRÁS ENCONTRARNOS EN LAS SIGUIENTES FERIAS:

HOSTELCO
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW
18 -21 MARZO 2024
BARCELONA - RECINTO GRAN VIA

Visítanos en el stand
P7 C-101
Pabellón 7

HIP Horeca Professional Expo
19-21 febrero 2024
IFEMA Madrid
Higher Power

Visítanos en el stand:
3B249

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.

PUEDES ENCONTRARNOS EN LAS SIGUIENTES FERIAS:

HOSTELCO
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW
18 -21 MARZO 2024
BARCELONA - RECINTO GRAN VIA

Visítanos en el stand
P7 C-101
Pabellón 7

HIP Horeca Professional Expo
19-21 febrero 2024
IFEMA Madrid
Higher Power

Visítanos en el stand:
3B249

SOFTWARE PARA TPV ANDROID

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

FactoryPOS

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

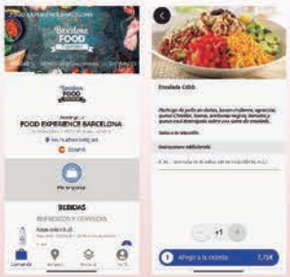
> COMANDEROS
- Gestión de mesas.
- Gestión de pedidos.
- Envíos a cocina.
- Gestión del cobro.
- Impresión del ticket.

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

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

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

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



PODRÁS ENCONTRARNOS EN LAS SIGUIENTES FERIAS:

HOSTELCO
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW
18 -21 MARZO 2024
BARCELONA - RECINTO GRAN VIA

Visítanos en el stand
P7 C-101
Pabellón 7

HIP Horeca Professional Expo
19-21 febrero 2024
IFEMA Madrid
Higher Power

Visítanos en el stand:
3B249

EXCLUSIVE NETWORKS

Somos Exclusive Networks.

Especialista global en ciberseguridad de confianza.

Somos líderes en tecnologías innovadoras de ciberseguridad y proporcionamos servicios para acelerar la venta de tecnologías disruptivas de ciberseguridad e infraestructura digital a escala global. Desde Exclusive Networks ayudamos a los proveedores de ciberseguridad a expandir sus negocios a nivel mundial, y ofrecemos a nuestros socios de canal experiencia, tecnologías disruptivas y servicios para satisfacer las necesidades de sus clientes.

ARISTA
BITSIGHT
Cubbit
Cymulate
druva
exabeam
Extreme networks
FORTINET
Gigamon
HashiCorp
imperva
infoblox
LogRhythm
netskope
NOZOMI NETWORKS
ONE IDENTITY
paloalto NETWORKS
proofpoint
RPOST
rubrik
SentinelOne
TANIUM
tenable
THALES
ThriveDX
tufin
wasabi
ZIMPERIUM

www.exclusive-networks.com/es