

# tai price book

Febrero  
2024

Especial TPV's



Suplemento al número 342 de Tai-Pricebook



## Soluciones de impresión y TPV

Colaboramos estrechamente con marcas de renombre para darte la mejor solución de TPV adaptadas a las necesidades de tu negocio.

[www.globomatik.com](http://www.globomatik.com)



Honeywell



POSIFLEX



SEYPOS

GODEX

BIXOLON

EPSON

# 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



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

**Javier Renovell**  
Director de Publicaciones  
[javier.renovell@taipricebook.es](mailto:javier.renovell@taipricebook.es)

**Eduardo Navarro**  
Director de Marketing y Ventas  
[eduardo@taipricebook.es](mailto:eduardo@taipricebook.es)

**Rosa Palacios**  
Directora Financiera  
[rosa.palacios@taipricebook.es](mailto:rosa.palacios@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.**

*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](mailto:rgpd@taipricebook.es), para más información al respecto, puede consultar nuestra Política de Privacidad en [www.taipricebook.es](http://www.taipricebook.es).*



## Zebra presenta nuevas soluciones para impulsar 'The Modern Store'

Muchas fueron las empresas que aprovecharon el marco de la feria del sector retail mundial, el NRF de Nueva York, para presentar sus novedades más innovadoras. Una de ellas que no podía faltar es Zebra Technologies, proveedor de soluciones digitales que permite a las empresas conectar de forma inteligente datos, activos y personas, con su propuesta de tienda del futuro actualizada, "The Modern Store".



**SE TRATA** de un marco visionario de la tienda del futuro que el fabricante Zebra actualiza a través de su tecnología para ayudar a los minoristas a resolver los retos a los que se enfrentan en el funcionamiento de sus establecimientos para mejorar la experiencia del cliente, el compromiso de los empleados y la optimización del inventario.

El sector minorista enfrenta desafíos cada vez más significativos. Según la National Retail Federation, los minoristas perdieron 112.000 millones de dólares debido a pérdidas o robos de productos en 2022. Además, el estudio *2023 Zebra Global Shopper Study* revela que el 78% de los consumidores prefiere combinar las compras físicas en la tienda y en línea. Por esta razón, el concepto *Modern Store* sigue evolucionando para satisfacer las necesidades cambiantes de los minoristas. Esto les ayuda a planificar estratégicamente, implementar soluciones personalizadas en su rutina diaria y contar con la agilidad necesaria para adaptarse mejor al futuro.

"En el sector retail hay en juego mucho más que nunca. Los consumidores esperan realizar sus compras con una experiencia más fluida en todos los canales. Además, el número de robos y pérdidas está alcanzando niveles sin precedentes", afirma Matthew Guiste, Global Strategy Lead, Zebra Technologies. "Zebra sigue plenamente comprometida en ayudar a los retailers a cambiar su forma de trabajar gracias a la tecnología, garantizando que los empleados estén mejor capacitados, que la supervisión del inventario sea más precisa y que se reduzcan las pérdidas. Estamos aquí para ayudar a los minoristas a transformar y modernizar sus operaciones".

### Optimizar el inventario

El reciente estudio del consumidor elaborado por Zebra muestra que ocho de cada diez minoristas están de acuerdo en que necesitan mejores herramientas de gestión de inventario y creen que la IA mejorará las operaciones en el retail. Las soluciones AI para previsión de la demanda, analítica y seguimiento RFID de Zebra ofrecen a los

minoristas una visión de 360 grados de sus operaciones para disponer de la mejor visibilidad de todo su stock.

También en el evento de NRF 2024: Retail's Big Show, se mostró el funcionamiento de Zebra Workcloud, su suite de aplicaciones de software que permite a los trabajadores de primera línea optimizar sus decisiones, agilizar la comunicación entre ellos y mejorar la gestión del inventario. Además, la suite Workcloud Demand Intelligence, basada en *antuit.ai*, ayuda a los minoristas a resolver sus retos gracias a sus capacidades de previsión y analítica inteligente, detección de demanda y optimización.

Otro módulo desarrollado para esta solución es el nuevo Workcloud Modeling Studio impulsado por IA, una plataforma de aprendizaje automático de ciencia de datos (DSML). Esta solución construye y despliega previsiones precisas con una interfaz de *low code / no code*, lo que permite su implementación en cuestión de horas. Los algoritmos personalizables predefinidos

mejoran la precisión de las previsiones, minimizando así los errores de inventario o el riesgo de robo.

## Herramientas de movilidad

El NRF también fue el escenario aprovechado por Zebra para presentar una amplia oferta de dispositivos móviles de mano, tabletas y wearables, así como todas sus soluciones de software integradas, que pueden integrarse entre sí en una solución completa. Esto demuestra que los empleados del sector retail pueden estar más conectados y ser más productivos y eficientes si cuentan con la tecnología y las soluciones específicas.

Por ejemplo, el nuevo WS50 powered by Workcloud es el primer ordenador táctil Android empresarial que se puede llevar en la muñeca o sujeto con un clip. Diseñado con la tecnología Zebra Workcloud Communication y Workcloud Task Management, el WS50 también dispone de Voice AI Assistant para conectar mejor a los empleados —incluidos los que antes estaban desconectados— y que puedan centrarse en los clientes y sus tareas más estratégicas. La funcionalidad Zebra Device Tracker garantiza que pueda localizarse el dispositivo tanto si está encendido como apagado.

Según el Shopper Study ya mencionado, el 82% de los consumidores prefiere entrar y salir rápidamente de las tiendas. Además, existe una creciente afinidad por las opciones de autoservicio, pago digital o pago en cualquier lugar de la tienda. En este contexto, el escáner multiplano de última generación MP72 Series de Zebra incorpora un software basado en visión artificial y una cámara en color mejorada que reconoce rápidamente los productos a medida que se escanean. Así, evita que los consumidores tengan que adivinar de qué artículos se trata o necesiten buscar ayuda, minimizando el riesgo de fraude y la pérdida de inventario.

Al mismo tiempo, la nueva generación del PS30 Personal Shopper permite a los minoristas ofrecer una experiencia de compra en tienda más personalizada y sencilla. Gracias a esta solución, es posible enviar a los consumidores ofertas personalizadas y proporcionar a los responsables de las tiendas información detallada sobre los compradores para mejorar las ventas. El PS30 es compatible con la función “tap to pay” (“toque para pagar”), que permite a los compradores realizar la compra de forma más directa.

Por último, la compañía introdujo Zebra Pay, su primera solución de pago móvil integrada, de nivel empresarial y basada en SPoC, que transforma los ordenadores móviles

y las tabletas de Zebra en terminales de pago seguros. Zebra Pay ofrece a los consumidores una cómoda opción de pago en cualquier lugar, mejorando la experiencia del cliente.

“La propuesta The Modern Store de Zebra está respaldada por un ecosistema de más de 10.000 socios en cien países, que ayudarán a ofrecer soluciones más personalizadas e integradas para el comercio minorista”, finaliza Guiste. “De hecho, Zebra incluyó recientemente un nuevo programa en su Partner Connect para reconocer la experiencia y la inversión de sus partners en soluciones minoristas alineadas con el marco de The Modern Store”.

*Según el 2023  
Zebra Global  
Shopper Study, el  
82% de los consumidores prefiere entrar y salir rápidamente de las tiendas. Además, existe una creciente afinidad por las opciones de autoservicio, pago digital o pago en cualquier lugar de la tienda*

## Conexiones más fiables y seguras

Otra novedad de impacto es la nueva gama MC9400 de ordenadores móviles ultrarresistentes. Estos nuevos terminales están equipados con conectividad 5G pública y privada (solo datos) y WiFi6E, e incorporan todas las funcionalidades necesarias, tanto de flujos de trabajo como de seguridad, que necesitan los profesionales del sector minorista, los almacenes, el transporte o la logística.

El MC9400 es una evolución de la oferta de ordenadores móviles ultrarresistentes de Zebra y es el primero de la gama MC9000 en ofrecer estas opciones de conectividad avanzada 5G y WiFi6E con las velocidades de conexión más rápidas disponibles en la actualidad. Es un dispositivo inalám-

brico perfecto para entornos industriales complejos, tanto interiores como exteriores, incluyendo el almacenamiento en frío. Además, el terminal aumenta la eficiencia de los trabajadores en operaciones como el cross-docking en almacenes, el seguimiento de artículos en plantas de fabricación y la gestión de activos en puertos y entornos complicados para recibir la señal.

“El modelo MC9400 representa un importante punto de inflexión en conectividad inalámbrica, escaneado y autenticación segura”, afirma Julie Johnson, Senior Vice President y General Manager, Enterprise Mobile Computing de Zebra Technologies. “Esta nueva solución de informática móvil ultrarresistente es un claro ejemplo de cómo ayudamos a los profesionales que están en primera línea a ser más eficientes y productivos”.

Los MC9400 también incorporan el nuevo motor de escaneado de gran alcance SE58 con tecnología IntelliFocus. Esto permite a los trabajadores escanear códigos de barras a más de 30,5 m de distancia. Además, su nuevo puntero láser de color verde ofrece mayor visibilidad, incluso bajo la luz del día, en comparación con el puntero rojo estándar. Esto facilita el escaneo de artículos en ubicaciones de difícil acceso, como las estanterías más altas de un almacén.

Otra tecnología incluida en esta serie es Identity Guardian, una solución de autenticación y reconocimiento facial biométrico que facilita a los usuarios acceder de manera rápida y segura a su dispositivo, reduciendo la posibilidad de usar contraseñas compartidas o vulnerables. Los perfiles individuales se guardan en un código QR cifrado, permitiendo que múltiples usuarios accedan a un mismo dispositivo, maximizando su retorno. También está equipado con una nueva batería BLE que, al integrarse con la solución Zebra Device Tracker, permite ubicar el dispositivo (tanto si está encendido como apagado), disminuyendo así el tiempo y el coste generado por posibles pérdidas.

## IA en la operativa de almacén

Además, Zebra también anunció en el NRF su nuevo lector RFID fijo ultrarresistente FXR90, que proporciona la máxima visibilidad incluso en entornos complejos, como un almacén o un centro de distribución. El lector FXR90 es capaz de identificar y rastrear dónde se producen las pérdidas de inventario, de modo que puedan tomarse medidas preventivas para evitarlas en el futuro. Con capacidades inalámbricas integradas, incluidas WiFi y 5G, mejora la visibilidad de los productos sin requerir costosas inversiones en nueva infraestructura.



Todas estas mejoras refuerzan el compromiso de los empleados para incrementar la productividad del negocio. Ocho de cada diez trabajadores del sector minorista afirman que ven a su empleador de forma más positiva cuando les proporciona herramientas tecnológicas para realizar su trabajo, aunque el 77% considera que los consumidores están mejor conectados que ellos.

Por su parte, otro estudio de Zebra sobre el “almacén del futuro” revela que los operadores logísticos que gestionan y mantienen operaciones de almacén o centros de distribución en fabricación, venta minorista, transporte, logística y distribución mayorista están ya apostando por las tecnologías de IA y planean realizar inversiones en visión artificial, visión por ordenador y análisis predictivo para acelerar la modernización de los almacenes. Según “Making Modern Warehousing a Reality: Supply Chain Resiliency & Agility”, los resultados están llegando tras un año marcado por presiones inflacionistas y continuos retos

laborales, además de eventos imprevistos como la sequía en el Canal de Panamá y las amenazas hufies en el Mar Rojo. Estos acontecimientos han provocado importantes retrasos en el transporte marítimo, cambios en las rutas y un aumento de los costes, lo que repercute en las cadenas de suministro de todo el mundo.

El informe encomendado a la empresa de investigación Azure Knowledge Corporation indica que, en los próximos cinco años, la mayoría de los responsables de la toma de decisiones en el sector de los almacenes tiene previsto invertir en tecnologías de aprendizaje automático (94%), análisis predictivo (92%), visión artificial (86%) y visión por ordenador (85%). Estas tecnologías avanzadas de IA proporcionarán innovadoras capacidades de automatización, análisis y toma de decisiones en toda la cadena de suministro. Los planes de inversión del sector en estas tecnologías se están acelerando para poder superar los retos de optimización de la mano de obra,

racionalización de los flujos de trabajo, la imprecisión del inventario o la migración a la nube.

“Los sistemas basados en la nube, la IA, la analítica y los gemelos digitales ofrecen a los responsables de la toma de decisiones en los almacenes la visibilidad, flexibilidad y resiliencia que necesitan en el mundo actual, donde las cadenas de suministro son globales y muy complejas”, afirma Andre Luecht, Global Strategy Lead, Warehouse, Transportation and Logistics de Zebra Technologies. “Sin embargo, estas soluciones no deben considerarse como acciones aisladas o como soluciones mágicas. Es más efectivo implementarlas cuando corresponda, dentro de un sistema visible y adaptable”.

Zebra también destaca la creciente demanda que tendrán los sensores en este sector en 2024, incluyendo las etiquetas y sensores pasivos de identificación por radiofrecuencia RFID (81%), la tecnología de localización en tiempo real de etiquetas activas (68%), los sensores móviles en carretillas elevadoras (68%) y la monitorización de la temperatura y las etiquetas inteligentes (67%). “Aunque siempre nos enfrentamos a desafíos y cambios en el entorno social y económico, es fundamental trabajar para predecir, anticipar, mitigar y actuar de forma proactiva ante estos eventos. De esta manera, podremos reducir y eliminar cualquier impacto negativo en nuestras operaciones y en la cadena de suministro”, añade Luecht. <sup>tp</sup>

*Ocho de cada diez trabajadores del sector minorista afirman que ven a su empleador de forma más positiva cuando les proporciona herramientas tecnológicas para realizar su trabajo, aunque el 77% considera que los consumidores están mejor conectados que ellos*

## Sensei integra Shift4 para definir el 'supermercado invisible'

En un paso más para el asentamiento del autoservicio definitivo, las compañías Shift4 proveedor de servicios de pagos integrados, junto a Sensei, tecnológica que opera en el mercado portugués, se han unido para redefinir la experiencia de la compra autónoma o autochecking. Juntas, ambas empresas están remodelando el retail en un proceso más inteligente, rápido y confiable, todo mientras ofrecen una experiencia unificada.

La solución de "supermercado invisible" de Sensei, combinada con las tecnologías y capacidades de pago de Shift4, aportan un nuevo nivel de conveniencia al retail de autovending. No hace falta descargar aplicaciones, registrarse o tener que recordar credenciales de inicio de sesión: los clientes pueden entrar a la tienda haciendo tap con su tarjeta de débito, crédito o su teléfono. Una vez dentro, la tecnología de Sensei —una fusión de cámaras, visión por ordenador, inteligencia artificial y sensores—, rastreará sus selecciones y les cobra al salir. Comprar nunca ha sido tan fácil y simple.

### Tiendas de verdadera conveniencia

Un simple tap en la entrada de la tienda verifica la existencia de la tarjeta del cliente. Una vez dentro, los consumidores pueden experimentar compras sin barreras mientras pasean por sus pasillos, curioseando y tocando los artículos de-

seados sin incurrir en cargos. Al salir, los compradores no encuentran barreras, ya que el sistema calcula sin problemas la cantidad a cargar en su tarjeta, garantizando una experiencia de comercio electrónico sin esfuerzo y eficiente.

La tecnología de Sensei también incluye un seguimiento de la cesta en tiempo real, lo que significa que al final del viaje del cliente, pueden ver su carrito con todos los productos seleccionados antes de salir de la tienda. Se cobra la cantidad de compra correcta a los clientes de manera automática, lo que resulta en una sola transacción en su estado de cuenta, y luego pueden irse libremente.

Para los retailers, esta asociación integra sin problemas varios canales en una sola plataforma, lo que permite ofrecer una experiencia de compra unificada. La gestión de inventario en tiempo real se convierte en una realidad gracias a la inteligencia artificial; y también pueden obtener una visión completa del comportamiento del cliente, abarcando múltiples países, monedas y canales.

Esta asociación innovadora se está desarrollando actualmente en Portugal, marcando el comienzo de una posible expansión a otros países. Empresas como Brisa, Galp y Continente ya están experimentando los beneficios de la visión colaborativa de Sensei y Shift4.

"En Sensei, creemos en dar forma al futuro del comercio minorista integrando sin problemas la tecnología de vanguardia con la simplicidad que los clientes desean. Nuestra asociación con Shift4 en Portugal marca el comienzo de una revolución minorista, donde la conveniencia se encuentra con la innovación. Estamos orgullosos de liderar una experiencia de compra visionaria, eliminando barreras y preparando el escenario para una nueva era en el comercio minorista autónomo", señala Vasco Portugal, CEO de Sensei. "Los clientes que ya disfrutaban de esta experiencia están a la vanguardia de esta revolución minorista, experimentando una experiencia de compra sin problemas, eficiente y centrada en la privacidad que establece el estándar para el futuro".

Por su parte, Michael Isaacman, CCO de Shift4, comenta que: "En Shift4, proporcionamos pagos unificados y simples para compras en persona y en línea. Al asociarnos con Sensei, estamos en una misión para revolucionar la tecnología de comercio minorista autónomo. No hay cargos iniciales en las tiendas, no hay descargas de aplicaciones y no hay intercambio de información personal; además, nuestra solución elimina la necesidad de que los clientes utilicen cajas automáticas tradicionales. La colaboración va más allá de la conveniencia; revoluciona el panorama minorista, convirtiendo a Sensei y Shift4 en líderes en pagos sencillos y sin complicaciones".

### Principales beneficios

- *Privacidad en primer lugar:* los clientes pueden mantener su privacidad, sin biometría ni reconocimiento facial mientras agregan o eliminan artículos de su cesta virtual.
- *Experiencia sin complicaciones:* los clientes pueden evitar las colas y ahorrarse los tiempos de espera con una experiencia de compra perfecta para tiendas de todos los tamaños.
- *Puesta en marcha rápida:* los retailers pueden incorporar nuevos productos rápidamente con un entrenamiento de red neuronal altamente optimizado, asegurando una experiencia minorista rápida y adaptable.
- *Disponibilidad las 24 horas:* las tiendas pueden estar abiertas las 24 horas, ofreciendo una configuración rápida y fiabilidad constante.



## El mercado global de tecnología y durables puede mirar 2024 con esperanza

Por su parte, el CES, considerado el principal evento tecnológico del año, marcaba el comienzo de una nueva temporada para el mercado de Tecnología y Bienes Duraderos (T&D). De acuerdo con los especialistas de GfK, es tiempo de analizar los resultados globales en este sector y las tendencias observadas durante el año para así estimar qué nos deparará 2024. Y al menos las primeras impresiones son positivas.

**SI BIEN** las diferentes crisis de 2023 impidieron cumplir con las expectativas de recuperación, se espera que el mercado global vuelva a estar de nuevo en positivo durante 2024. Así lo explicaba Inés Haaga, GfK Insights expert for Consumer Technology and Durables: “Desde el principio, preveíamos que 2023 sería un año difícil para el mercado global de T&D debido a la persistente inflación y a la saturación provocada por la pandemia. Esto se vio agravado por tensiones políticas y conflictos bélicos, así como por la continua desconfianza del consumidor en todo el mundo y su reticencia a gastar. Como resultado, se espera que el mercado global de T&D cierre 2023 con una caída del -3% en comparación con 2022”.

Aunque los ingresos interanuales para 2023 todavía parecen ligeramente negativos, siguen estando por encima de los niveles pre-pandemia de 2019. Ello se debe principalmente a los sectores de TI y de Pequeños Electrodomésticos, que obtuvieron resultados muy por encima de los ingresos de 2019, con aumentos del 16% y 21%, respectivamente. El segmento de Electrónica de Consumo, por otro lado, se mantuvo a la baja.

### Drivers de la demanda: precio y premiumización

Según el estudio global GfK Consumer Life, el precio fue un factor cada vez más importante en las decisiones de compra de los consumidores en 2023. Por ello, los retailers y los fabricantes ampliaron los periodos promocionales y ofrecieron más productos con descuentos. Esto, a su vez, dio a los consumidores la oportunidad de adquirir bienes de mayor calidad que no podrían permitirse con los precios habituales.

Junto a estos consumidores preocupados por el precio, también han sido importantes para el mercado los compradores con mayores ingresos y más resistentes a la crisis. Esto ha hecho que los productos premium hayan seguido situándose por encima de la media del mercado en el último año. La demanda fue especialmente fuerte en el caso de los electrodomésticos con funciones que facilitan la vida, como las aspiradoras en seco y



Inés Haaga, GfK Insights expert for Consumer Technology and Durables.

húmedo, que en los diez primeros meses de 2023 crecieron un +2% interanual, mientras que, en general, las ventas de aspiradoras cayeron un -2%.

Los productos que se adaptan a estilos de vida específicos también lograron mejores resultados, como las freidoras de aire caliente para un cocinado más sano, las cuales registraron más del +42% de incremento frente al 38% de las freidoras. Este mismo comportamiento se ha registrado en los teclados con Bluetooth que ayudan a tener una oficina en casa más ordenada, con más del +17% de crecimiento frente al +2% de los que llevan cable.

### Previsiones para 2024

“Tras dos años de caída, esperamos que el mercado global de T&D vuelva otra vez a estar en positivo en 2024, aunque a pequeña escala”, pronostica Haaga. Se espera que las siguientes tendencias y desarrollos impulsen el crecimiento en 2024:

- Casi cuatro años después de la pandemia, se activarán los ciclos de sustitución, especialmente para las categorías que evolucionan más rápido, como los smartphones y los ordenadores portátiles. Por tanto, se espera que el sector de telecom experimente un crecimiento en 2024 debido a las nuevas compras. También se estima que continuará la tendencia hacia los dispositivos premium.

- El análisis de las ventas a largo plazo muestra que se venden más televisores en vísperas de grandes acontecimientos deportivos. Por tanto, los Juegos Olímpicos de París y la Eurocopa de fútbol en Alemania tendrán un impacto positivo en la categoría de Electrónica de Consumo.
- Se prevé que la divergencia global aumente en 2024, ya que el PIB nacional sigue creciendo en regiones emergentes como la India, mientras que en China y EEUU se ralentiza en comparación con 2023, según previsión de IMF.
- Se espera que la inflación continúe bajando en 2024, lo que impulsará la confianza de los consumidores en todo el mundo. Sin embargo, los tipos de interés se mantendrán elevados, lo que supondrá un obstáculo a la inversión tanto para los consumidores como para las empresas.

“El precio seguirá siendo un factor de compra importante para los consumidores en 2024”, comenta la consultora experta de GfK. “Los resultados de las principales acciones promocionales de 2023 demuestran que las ofertas siguen impulsando las ventas. Sin embargo, competir solo con el precio es todo un reto. Nuestra recomendación para retailers y fabricantes es que se aseguren de que mantienen su valor de marca orientado a los consumidores y que se centren en características que ofrezcan una relación calidad-precio adecuada”. 

## Datáfonos y POS desatendidos con conectividad SIM

La seguridad y fiabilidad en los métodos de pago se han convertido en dos prioridades para cerrar el proceso de compra en tienda. En este sentido, las soluciones de conectividad inalámbrica resilientes y seguras mediante SIM son fundamentales para el avance tecnológico en el sector retail, y suponen un blindaje para los pagos con tarjeta.

**EN ESPAÑA**, los pagos con tarjeta se han convertido en la opción preferida por parte de los consumidores. Según Redsys, el 83% de las pymes adoptaron el pago sin contacto, impulsados principalmente por un cambio de tendencia en los hábitos de pago tras la pandemia. De hecho, el 80,4% de las compras en tienda física se realizan con tarjeta y con tecnología contactless.

Wireless Logic, compañía especializada en servicios de conectividad gestionada M2M/loT, está desarrollando soluciones de conectividad seguras para diversas aplicaciones, puntos de venta electrónicos o sistemas ePOS, para una experiencia en los pagos sin fricciones, incluyendo los puntos de venta desatendidos. "En Wireless Logic, comprendemos que la fiabilidad y seguridad en los pagos son fundamentales para el éxito en el sector retail. Nuestras soluciones avanzadas de conectividad no solo simplifican los procesos invisibles detrás de las transacciones, sino que también ofrecen la seguridad necesaria para proteger a comercios y consumidores", afirma Beni Álvarez, director técnico de Wireless Logic España.

Para poder garantizar una seguridad y fiabilidad en el momento de la transacción, existen plataformas de pagos online que mejoran la experiencia del usuario y proporcionan una gestión contable, efectiva y transparente. Las soluciones de Wireless Logic garantizan la seguridad en cada transacción, integrando las últimas tecnologías y medidas de seguridad de las redes móviles, y siguiendo las recomendaciones de la GSMA.

Por otro lado, a medida que emergen nuevas amenazas, es vital trabajar bajo un ecosistema de conectividad sólido y adoptar una serie de medidas que contribuyan a garantizar la seguridad y resiliencia de las comunicaciones. Los dispositivos de pago gestionan datos extremadamente sensibles, por lo que resulta crítico asegurar los canales por los que van a circular esos datos y protegerlos de extremo a extremo.

Estas prácticas de seguridad loT no solo salvaguardan la reputación y los ingresos de los comercios, sino que también refuerzan la confianza del consumidor en las soluciones de pago modernas. La estrategia de seguridad de Wireless Logic y su red móvil Conexa se centra en "Defender, Detectar y Reaccionar", proporcionando un marco robusto para evaluar y mitigar riesgos. Además, Wireless Logic diseña soluciones de conectividad específicas que cumplen con el estándar loT SAFE definido por la GSMA, integrado por una serie de recomendaciones que afectan a chip, hardware y software. Estas directrices están dirigidas a reforzar la seguridad de las comunicaciones a nivel de red, descargando a fabricantes e instaladores de los dispositivos parte de la responsabilidad en materia de seguridad.



**Beni Álvarez,**  
director técnico de Wireless Logic España.

"Mirando hacia el futuro, en Wireless Logic queremos contribuir a impulsar la innovación en el sector retail. Nuestro objetivo es no solo mantenernos a la vanguardia de la tecnología, sino también asegurarnos de que cada transacción sea tan segura como innovadora. En Wireless Logic, estamos dedicados a perfeccionar este equilibrio y por eso nos comprometemos con el desarrollo de solucio-

nes adaptadas al nuevo estándar loT SAFE", afirma Álvarez.

### loT en puntos de venta desatendidos

Además de la seguridad, hay otro factor clave en las soluciones de conectividad para pagos desatendidos: la resiliencia. Contar con sistemas resilientes y redundantes que permitan al dispositivo conectarse a la red en circunstancias adversas, ayuda a los comercios a reducir el riesgo de perder transacciones por problemas de conectividad, algo que cobra especial relevancia en los puntos de venta desatendidos.

Negocios tan diversos como máquinas de vending, estaciones de servicio o quioscos de venta de billetes de transporte, se benefician enormemente de las soluciones de conectividad inalámbricas, especialmente en términos de seguridad, eficiencia operativa y disponibilidad. Con la creciente adopción de pagos contactless y digitales, estos sistemas permiten transacciones más rápidas y seguras, mejorando la experiencia del usuario.

De hecho, según la consultora Transforma Insights, para el 2032 habrá 20 millones de dispositivos de pago desatendido conectados por loT y el volumen de la industria ascenderán a 34 millones de dólares en ingresos relacionados con los módulos de conectividad, siendo la tecnología predominante celular.

La conectividad avanzada mediante tarjetas SIM facilita la gestión segura y el mantenimiento de estas máquinas, reduciendo los costes operativos y mejorando la eficiencia del inventario, algo crucial para garantizar la disponibilidad constante de servicios en estos puntos de venta, lo que resulta en un aumento de la satisfacción del cliente y mayores ingresos para los operadores.

La plataforma SIMPro, desarrollada por Wireless Logic, proporciona un ecosistema único con el que poder conectar y gestionar los activos loT de cualquier red en todo su despliegue de manera segura. Para los clientes, esta plataforma simplifica las cadenas de suministro, acelera el time-to-market y reduce el coste total de propiedad, ofreciendo de esta forma una conectividad que, sencillamente, funciona como necesitan. Su amplia competencia sectorial abarca la industria, agricultura, sanidad, seguridad, transporte, servicios públicos y smart cities, entre otros mercados en constante innovación. 

*«Nuestro objetivo es no solo mantenernos a la vanguardia de la tecnología, sino también asegurarnos de que cada transacción sea tan segura como innovadora, por eso nos comprometemos con el desarrollo de soluciones adaptadas al nuevo estándar loT SAFE» (Beni Álvarez, Wireless Logic)*

## Así es el nuevo consumidor y así es su conversión

¿Qué nos enseña el Estudio Anual de Conversión en Negocios Digitales 2023 que realiza la consultora especializada española Flat 101? Dentro del marco del quinto CX & eCommerce Technologies Summit 2023 celebrado en Madrid hace ya un tiempo, tuvimos ocasión de asistir a la ponencia de su director Ricardo Tayar.

- *El uso predominante del móvil*

No solo es el dispositivo preferido para el uso personal, sino que cada año aumenta incluso en su uso para realizar compras. Ahora bien, las compras por desktop están asociadas a un comportamiento más meditado, por lo que continúa teniendo datos de conversión elevadas.

En cualquier caso, dado que la encuesta online realizada para el estudio de conversión se lleva realizando desde hace tres años, debemos también considerar el momento aparte que ha traído consigo la pandemia y los cambios sociales y comportamentales que esto ha acarreado en general.

Sin embargo, lo que sí está claro, es que la tónica general es estar menos tiempo en casa y, por tanto, usar el móvil en muchos más momentos. Y esta tendencia parece seguir en aumento. De hecho, las generaciones más jóvenes copan casi toda la preferencia de uso y de compra vía móvil. Veremos en próximos estudios la dirección que toma el protagonismo actual e indiscutible del smartphone.

- *Los marketplaces: un modelo de negocio que no para de crecer*

Definitivamente, el consumo online en espacios multimarca o multiproductos de varios proveedores, o sea, marketplaces, continúa creciendo año a año.

Tiene su lógica, a semejanza de lo que ha ido ocurriendo con el paso del tiempo con los centros comerciales en el consumo físico, la comodidad de tener de todo en un mismo sitio, la facilidad y seguridad en la forma de pago, su fiabilidad, etcétera, han generado la suficiente confianza en el público general para que este “relativamente nuevo” establecimiento digital se convierta en la principal forma de compra a distancia. Y si a esto le sumamos una logística optimizada y servicios de envío eficientes, tenemos como resultado un modelo de negocio imparable.

- *El mayor gasto se produce en el sector textil y viajes*

Se mantiene la tendencia al alza de dedicar mayor dinero a actividades relacionadas con la vida social: desde la adquisición de moda, pasando por actividades de ocio y tiempo libre y viajes.

En concordancia con estos datos, los sectores a los que menos gastos se dedican tienen que



ver con actividades individuales o relacionadas con el hogar: cursos de formación, equipamientos deportivos, informáticos, salud y belleza, y artículos para el hogar.

- *Los usuarios prefieren evitar la descarga de apps*

Los motivos que principalmente les llevan a descargar una app (excluyendo apps de primera necesidad como la banca online) es conseguir descuentos exclusivos (ahorro) y la alta recurrencia de compra (frecuencia) que proyectan realizar en su tienda online. También, se detecta una tendencia de descarga de apps que son obligatorias para conseguir ciertos productos o servicios, como ocurre con el canjeo de entradas de conciertos y otros eventos de ocio y culturales.

En cualquier caso, los atributos más valorados para los usuarios son la fluidez en la navegación y una experiencia de usuario óptima proporcionadas por las apps.

- *La publicidad en redes sociales funciona para los más jóvenes*

Es el principal canal de escaparate de las marcas (Instagram y TikTok sobre todo) y de descubrimiento para la generación Z, generando efectos en su compra de nuevos productos y servicios. Estar al día en redes sociales y ser de los primeros en publicar con cierto estilo parece ser la clave para impactar en la audiencia más joven.

- *La experiencia de usuario en una web de compra es vital*

Cada vez se toleran menos los fallos en la navegación y que los espacios digitales sean

tediosos, por lo que una usabilidad insatisfactoria, fallos en la carga de los contenidos o gastos de envío elevados influyen directamente en el abandono de los usuarios. Controlar y mejorar estos puntos de fuga es fundamental para aumentar los ratios de conversión.

- *La tarjeta de débito/crédito, el medio preferido de pago*

La forma de pago más popular y segura, que se va consolidando también en su variante digital mediante wallet virtual, eso sí, seguida de cerca por Paypal. Los datos de analítica digital avalan esta tendencia.

- *Menos tiempo en casa, se hacen menos pedidos a domicilio*

Cae especialmente la comida a domicilio, tras su crecimiento anormal tras la pandemia. Esto se replica en un descenso generalizado de 5 puntos en todos los sectores de los datos de esta edición. Ahora, hacemos más vida fuera de casa. Tiene sentido.

Las suscripciones premium se valoran si los envíos se producen en menos de 24h. Aunque en general, los usuarios evitan los cargos adicionales de envío llegando al pedido mínimo.

- *La gran incertidumbre: el uso de nuestros datos cuando navegamos*

Hay una tendencia generalizada sobre datos privados, donde se mantiene la contradicción entre la “preocupación frente a la privacidad de nuestros datos” y la “aceptación total” de las cookies.

Ricardo Tayar, CEO de Flat 101

## Los españoles ya hacen el 40% del total de sus compras en Internet

Otro interesante estudio que mide los cambios en los comportamientos de los consumidores lo proporciona Mirakl, reputada plataforma SaaS de marketplace B2B y B2C, en su informe 2023 sobre 'Preferencias del consumidor en la economía digital'. En él se indica cómo la inflación ha hecho que un 94% de los españoles busque mejores precios a la hora de comprar. De hecho, tres de cada cuatro (77%) se ha refrenado en los últimos doce meses de llevar a cabo alguna compra al encontrar un precio más elevado del inicialmente esperado.

Los resultados del estudio también muestran que el comercio electrónico gana peso de manera progresiva en España: los consumidores ya hacen el 40% del total de sus compras online. En línea con esta tendencia, el 79% de los consumidores espera aumentar su gasto en Internet en el próximo año para encontrar precios más competitivos, y el 64% señala esta facilidad para encontrar mejores importes como el principal beneficio de los marketplaces. Mirakl desvela también que más de uno de cada cuatro compradores en España (28%) compra semanalmente en un marketplace. En un mes, el 57% de los encuestados declaró hacer, como mínimo, una compra al mes en una de estas plataformas.

- Los compradores dan prioridad a la mejor oferta frente a la fidelidad a la marca

Una de las principales conclusiones es que, para conservar la fidelidad de sus clientes, las firmas deben esforzarse en ofrecer una mayor oferta y a menor coste. La incertidumbre económica hace que incluso los consumidores más fieles reconsideren su postura para encontrar mejores precios. Así, de acuerdo con esta encuesta, más de la mitad de los españoles (el 54%) dejaron de comprar a un minorista concreto como consecuencia de la subida de precios, porcentaje muy por encima de la media global (43%). Solo un 14% de los consumidores en España sigue comprando en las marcas en las que confía sin mirar el precio, lo que empuja a las firmas que dependen de la fidelidad de sus clientes a reconsiderar su estrategia de oferta y precios.

“Las expectativas de los consumidores van en aumento a pesar de que el panorama se complica para las empresas”, afirma Joan López Graupera, Regional VP para Iberia de Mirakl. “Los datos muestran con claridad que los compradores se fijan más en el precio y la comodidad, y solo una pequeña parte de los clientes son incondicionalmente leales a sus marcas favoritas, a pesar de que los precios se disparen.



Joan López Graupera,  
Regional VP para Iberia de Mirakl.

En este contexto, los consumidores confían más que nunca en que los marketplaces les ofrezcan la experiencia que esperan en cuanto a una oferta más amplia y precios más asequibles, pasando por mejores opciones de envío, lo que intensifica la presión para que todos los retailers desarrollen una estrategia de marketplace clara”.

- Los consumidores recurren al comercio electrónico en busca de valor, fiabilidad y comodidad

Mientras que los consumidores siguen comprando en las tiendas físicas, también aumentan su gasto en comercio electrónico, gracias a los precios más bajos y a una mejor experiencia del cliente. Cuatro de cada cinco (79%) de los encuestados españoles esperan aumentar su gasto en eCommerce en los próximos doce meses, esperando encontrar mejores precios, lo que empuja a las empresas multicanal a incrementar sus inversiones en comercio electrónico para cuadrar cuentas.

Los españoles también consideran que los canales de compra online son más fiables en cuanto a la disponibilidad de los productos. Más de la mitad (52%) de los encuestados coincidieron en que los productos que necesitan se han agotado con más

frecuencia en las tiendas físicas en los últimos seis meses. Esta falta de stock a corto plazo es otro factor que contribuye a los cambios de comportamiento a largo plazo a favor del comercio electrónico: si un producto normalmente adquirido en persona se agota, más de la mitad (58%) de los compradores españoles intenta encontrarlo en Internet; si encuentran lo que buscan, casi tres cuartas partes (72%) afirma que ya lo comprará online la próxima vez que lo necesite.

### Más conclusiones del informe de Mirakl

- Las compras online ya son un hábito definitorio del consumidor actual: es probable o muy probable que aproximadamente la mitad (52%) de los encuestados en España realicen la mayor parte de sus compras online en 2023; un punto por encima de la media global (51%).
- El gasto en marketplaces online sigue aumentando: los consumidores españoles realizaron la mitad (49%) de sus compras online a través de marketplaces, lo que supone un aumento interanual del 10% respecto a 2021.
- Los compradores online consideran que los marketplace son más cómodos que la competencia: cuatro de cada cinco (81%) de los consumidores españoles creen que los marketplaces son la forma más cómoda para comprar online, 23% más que hace un año, por encima de la media global (77%). Dos tercios (66%) desearían que más de sus retailers favoritos tuvieran marketplaces.
- Los consumidores buscan nuevas funciones en los “marketplaces del futuro”: los encuestados de España citaron los programas de fidelización y afiliación (46%), los pop-ups donde poder ver en persona los objetos online (28%) y las recomendaciones online por inteligencia artificial (25%) como las características que más les gustaría ver. 

## El auge del BNPL en España: oportunidades y riesgos

Desde hace unos años ya, los créditos instantáneos autorizados en el momento de la compra se han convertido en los protagonistas tanto en plataformas de comercio electrónico como en establecimientos físicos.



**SEGÚN LOS** datos de Statista, el conocido como BNPL, Buy Now Pay Later o “Compra Ahora y Paga Después”, representó el año pasado el 3% de las compras en España, lejos aún de las cifras que observamos en los países nórdicos, donde superan el 20% de la cesta, pero con una de las tasas de crecimiento año tras año más altas del mundo, junto con Italia, Francia y Canadá.

Todo esto anticipa un importante desarrollo del BNPL en nuestro país en los próximos meses (en 2022 supuso, según el informe *BNPL Market Country Reports, 2021* de Research and Markets, un mercado de 3.000 millones de euros y se espera que se multiplique por cuatro en 2028). Por un lado, especialmente, por campañas como las que tenemos a finales de año, desde Black Friday hasta las rebajas de enero pasando por todas las compras navideñas; por otro, por el aumento de los precios y el consiguiente encarecimiento del coste de la vida.

### Quién es el usuario de BNPL en España

Según el último informe ‘Pulso al Consumidor’ de TransUnion, en el que se explora cómo se han modificado las finanzas personales de los consumidores y qué cambios se esperan para el futuro, midiendo sus actitudes y comportamientos respecto a los ingresos, la deuda y el robo de identidades, uno de cada cinco (19%) españoles que tenía planificado solicitar un nuevo crédito o refinanciar uno existente admitió que utilizaría BNPL. Es representativo observar que esta fue la respuesta mayoritaria en la Generación Z (nacidos entre 1995 y 2005), mientras que los individuos identificados como Millennials (nacidos entre 1980 y 1994) o Generación X (nacidos entre 1965 y 1979) siguen prefiriendo los préstamos personales.

Es evidente que las alternativas de pago a plazos han ganado popularidad como una fuente de crédito adicional. Esto se debe, en gran medida, a la experiencia de usuario y a la capacidad de distribuir los pagos a lo largo del tiempo, lo que facilita la adquisición de productos de mayor coste. Además, como resalta el estudio, esta tendencia es especialmente notable entre la generación más joven, que muestra un interés creciente en explorar este sistema de pago. Y no olvidemos que no se trata tan sólo de una opción para pagos online: el 23% de los usuarios de BNPL en España ha pagado así sus compras en tiendas físicas, según los datos del estudio *Consumer Pulse* que TransUnion realizó en el segundo trimestre de 2023.

Muchos consumidores admiten elegir esta forma de pago precisamente por la conveniencia y pagos en cuotas, pero entre las dudas que genera este tipo de servicio en las entidades financieras destaca el hecho de creer que BNPL puede canibalizar los saldos de otros productos como los de las tarjetas de crédito.

Sin embargo, la experiencia que hemos tenido en TransUnion a la hora de analizar los datos, revela que los usuarios de BNPL muestran un sorprendente dinamismo en sus actividades crediticias, destacando su inclinación a mantener una amplia variedad de productos de crédito, una tendencia que supera a la de los consumidores que no utilizan BNPL. Además, en muchas ocasiones, se ha demostrado que BNPL es, precisamente, una puerta de entrada a la solicitud de otros productos de crédito en el futuro.

### No todo es oro en los pagos a plazo

El dinamismo que se espera en el mercado del BNPL hace pensar que se deban anticipar ciertos riesgos que tienen que ser mitigados, especialmente los relacionados con el fraude. En este sentido, hay que tener en cuenta también a la hora de desplegar este tipo de soluciones que el uso mayoritario de esta tecnología se realiza por parte de la Generación Z, que es también la que concentra el mayor número de transacciones fraudulentas, tal y como señalan los últimos estudios publicados por TransUnion.

Tal y como se resaltó en el encuentro “Embracing the future” que celebró TransUnion

en Madrid, es necesario ajustar las estrategias de protección y prevención de fraudes dado que la definición de la identidad del consumidor está en constante evolución, sobre todo en su complejidad. La forma en que las entidades identifican ya no se limita a los atributos “tradicionales” de una persona, como el DNI, nombre, dirección, número de cuenta, entre otros.

Desafortunadamente, en los perfiles de fraude estos son los atributos más fáciles de manipular por los esquemas de reingeniería social prevalentes en el país. De hecho, según el informe de fraude omnicanal de TransUnion, el fraude por identidad ha crecido un 132% en los últimos tres años y los saldos adquiridos desde identidades sintéticas (aquellas que mezclan atributos reales con otros ilegítimos pero verosímiles) han crecido un 57% desde 2020.

Una de las estrategias más efectivas para prevenir estos tipos de fraude es, sin duda, la posibilidad de compartir información entre entidades (en España, con el fichero Confirma) combinada con análisis de datos y aprendizaje automático para detectar patrones inusuales o comportamientos sospechosos en tiempo real e identificar posibles fraudes. Contar con atributos unificados y amplios de identidad que son difíciles de manipular, tanto en el mundo físico como en el digital, así como el hecho de disponer de información histórica, al menos de los tres últimos años, disponible para su cotejo es un eje crítico en la lucha contra el fraude.

Es fundamental lograr con éxito el objetivo de discernir entre clientes legítimos —a los que hay que garantizar una experiencia de usuario extraordinaria— y defraudadores que pretenden acceder a los sistemas corporativos o robar información sensible. De la misma manera, es importante educar y generar conciencia a las empresas y consumidores sobre las amenazas de fraude y las mejores prácticas de protección.

Si bien la tecnología brinda múltiples opciones para mitigar el fraude, son los algoritmos avanzados que disponen de una amplia información, los que suelen distinguir a las soluciones más eficaces en esta lucha.

**Lisette González,**  
directora general de TransUnion España

## Siete tendencias que están marcando el sector del eCommerce en España

Las nuevas preferencias de los consumidores y los cambios producidos por la pandemia han reafirmado el papel de las compras online. La tecnología cumple un rol clave, de ahí la importante apuesta que están realizando las empresas por sus estrategias digitales. En este contexto, la consultora especializada en soluciones de software Capterra ha analizado las siete tendencias que más afectan al sector del comercio electrónico en España en base a los estudios que ha realizado recientemente.



### 1. Compras en redes sociales

Según un estudio sobre el comportamiento de los consumidores online en las redes sociales a escala global, España está por encima de Francia y Gran Bretaña en compras en estos canales, aunque por debajo del promedio internacional. Esto sugiere que, aunque la tendencia de compras en redes sociales está creciendo en el mercado español, aún hay margen de crecimiento.

Vender a través de redes sociales puede mejorar la venta multicanal, ya que estas plataformas pueden maximizar el alcance del eCommerce. Así, el uso de TikTok como espacio de ventas puede ser una estrategia interesante para aumentar el engagement y las conversiones a través de prácticas como el live shopping y los anuncios interactivos.

### 2. Sostenibilidad y economía circular

La sostenibilidad también está marcando el sector del eCommerce. De acuerdo con una encuesta de 2021 sobre sostenibilidad en España, el 71% de los encuestados indicó que las medidas sostenibles de las empresas influyen mucho o de forma moderada al adquirir productos o en su elección de proveedores. En este sentido, la economía circular es muy valorada: un 86% de consumidores prefiere comprar en una empresa que aplique prácticas de economía circular, según otra encuesta realizada el año pasado.

### 3. Flexibilidad en los pagos

A los compradores online les preocupan los pagos por internet. Así lo indica el resultado de un estudio ejecutado en 2022 sobre seguridad, hábitos, tendencias y nuevas tecnologías en compras online en España. Un 67% de los encuestados mos-

tró preocupación por las transacciones online, lo que sugiere que las empresas deben tener en cuenta la seguridad en los pagos digitales y ser transparentes en sus términos y condiciones.

Asimismo, la flexibilidad en los pagos es una tendencia al alza. El mismo estudio revela que el 66% de los consumidores españoles está interesado en usar el método 'Compra Ahora, Paga Después' (BNPL). Es decir, se valora positivamente que los métodos de pago encajen con las necesidades individuales, como puede ser pagar a plazos o mediante financiación.

### 4. Opiniones online

Las reseñas de otros compradores son muy valiosas para la toma de decisiones del consumidor. Casi cuatro de cada diez españoles que están algo o muy abiertos a probar marcas nuevas lo hacen por

buenas opiniones de usuarios, según un estudio sobre tendencias de fidelización. En la misma encuesta, el 50% aseguró que, si le gusta una marca, expresaría su fidelidad hacia la misma escribiéndole una reseña positiva.

## 5. Programas de fidelización

La inflación ha causado un incremento en el interés de los consumidores por los programas de fidelización. Así lo revela un estudio sobre tendencias de fidelización de los consumidores en España llevado a cabo el año pasado, en el que se descubrió que el 66% de los usuarios de este tipo de programas estaban más interesados en ellos a causa de la inflación. La conclusión al respecto es que cuando se le ofrece al cliente algún valor añadido a cambio de su lealtad, es más probable aumentar la retención.

## 6. Experiencias personalizadas

Un 79% de españoles estaría dispuesto a compartir datos personales a cambio de experiencias personalizadas. La mayoría (80%) sería capaz de proporcionar su correo electrónico, seguido por un 72% que daría información relacionada con su identidad de sexo o género, y un 71% que revelaría su día de cumpleaños y edad.

Además, a ocho de cada diez encuestados les gustaría recibir comunicaciones como newsletters o emails de sus marcas favoritas. De este segmento, a un 76% le

***La inflación ha causado un incremento en el interés de los consumidores (66%) por los programas de fidelización. Cuando se le ofrece al cliente algún valor añadido a cambio de su lealtad, es más probable aumentar la retención***

gustaría recibir ofertas personalizadas en estas comunicaciones. Por tanto, la personalización es clave para conseguir la fidelización de los clientes en tiempos de sobrecarga informativa.

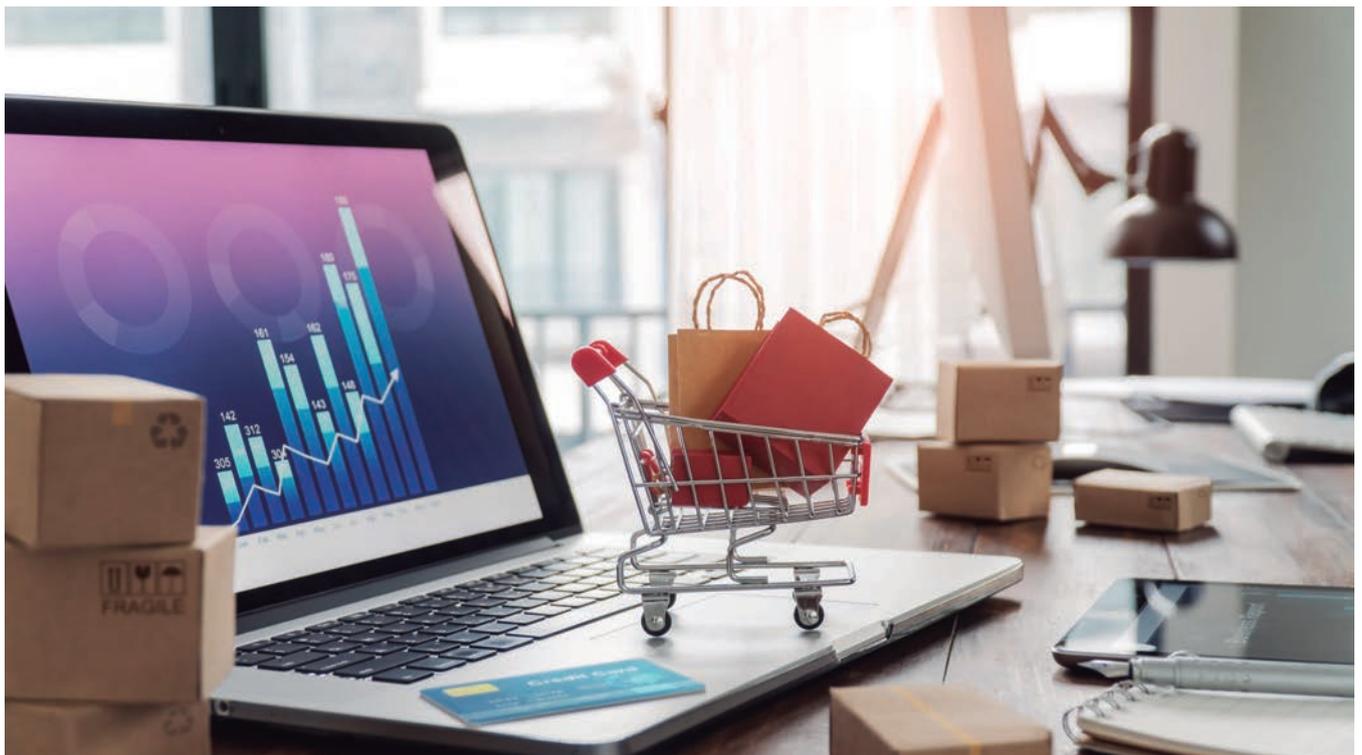
## 7. Inteligencia Artificial

Una de las joyas de la corona en cuanto a tendencias se refiere. Fue seleccionada como la expresión del año 2022 para Fundéu. Las empresas enfocadas al eCommerce podrán aprovecharse de los programas nutridos con IA para ofrecer un mejor servicio y ahorrar tiempo. Y es que una de las hipótesis de planificación estratégica de Gartner es que para 2025, la mitad de las empresas habrán ideado plataformas de orquestación de IA para hacerla operativa.

¿Cómo pueden adaptarse las pymes a las nuevas tendencias en ventas online?

Tener en cuenta estas tendencias es fundamental para las pequeñas y medianas empresas que desean lograr un crecimiento en su comercio electrónico. A medida que cambian las expectativas del consumidor, es necesario que las tiendas que venden online se preparen para adoptar cambios rápidos. En este aspecto, el uso de las aplicaciones adecuadas puede ser muy útil a la hora de implementar nuevas estrategias.

No en balde, Capterra se dedica a proporcionar este servicio para que las organizaciones encuentren el software adecuado. Su plataforma abarca más de 17.500 soluciones entre 900 diferentes tipos de software y ofrece acceso a más de 1,7 millones de opiniones verificadas, lo que ayuda a las organizaciones a ahorrar tiempo, aumentar la productividad y acelerar su crecimiento. 



## El 30% de los españoles que visita tiendas físicas compara después los precios online

El comportamiento del consumidor español está en constante cambio, debido a los diferentes escenarios de inestabilidad socioeconómica de los últimos tres años, que provocan que estos tengan que controlar sus gastos para llegar a fin de mes. En este sentido, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Índice de Precios de Consumo (IPC) en abril se situó en un 4,1%, lo que representa una subida de casi un punto con respecto al mes anterior.

Pese a que la inflación parece encontrar un respiro, los ciudadanos siguen buscando formas de ahorrar, y según un análisis realizado por idealo.es, el comparador de precios online, el 30% de los españoles que visita tiendas físicas compara después los precios a través de internet.

En esta misma línea, el 43% de los encuestados afirma que utiliza tiendas en línea como referencia para encontrar el mejor precio, mientras que un 20% de los participantes mencionó que recurre a los comparadores de precio online con el propósito de optimizar sus ahorros. Como repaso general de la investigación, el 77% indica que compara precios online, para limitar el gasto mensual.

Estos comparadores de precio online permiten la activación de alertas de producto, una herramienta que permite notificar al usuario cuando baja o cambia el precio de un determinado artículo seleccionado. Según el estudio de idealo.es, gracias a estas alertas, se pueden lograr ahorrar hasta 184 euros en compras online.

A nivel de edades, el 85% de los encuestados de la generación Millennial explica que espera maximizar el ahorro en sus compras, al comparar en línea. Esto indica que dicha generación está muy familiarizada con el mundo digital y utiliza las herramientas online para tomar decisiones de compra. En contraste, el 33% de los encuestados de la generación Baby Boomer (personas entre 55 y 69 años) afirmaron que rara vez o nunca comparan precios en internet al comprar.

### Los más comparados

Entre las categorías que los consumidores revisan más antes de comprar se en-

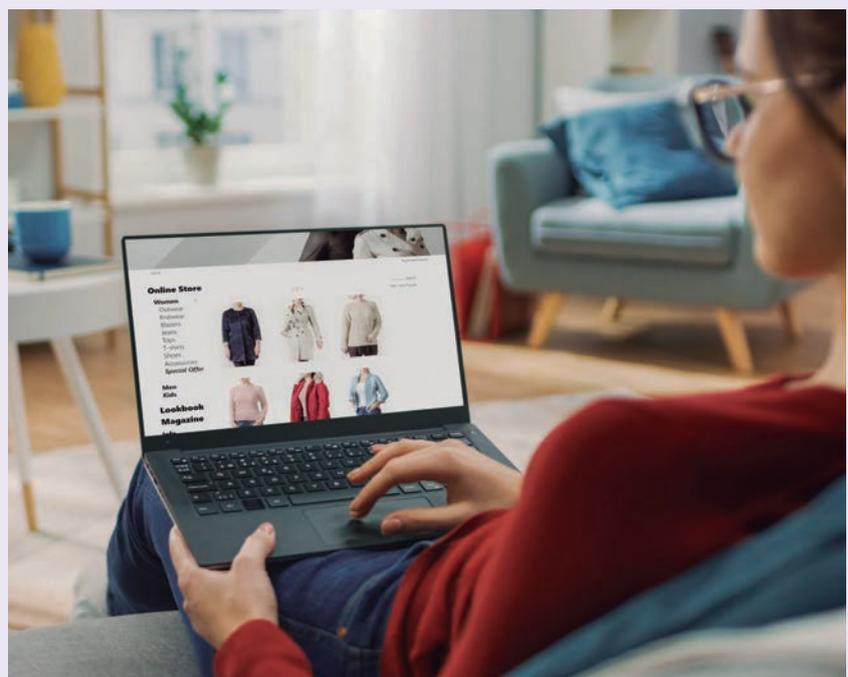


**Kike Aganzo,**  
responsable de comunicación de idealo.es.  
cuentran los viajes (92%), los productos de consumo (con el mismo porcentaje) y los seguros (78%). En cuanto a la comparación de precios en productos específicos, se observa una mayor inclinación hacia las zapatillas, televisores y frigoríficos.

Si bien productos y viajes es lo que más comparan los españoles, en el contexto actual de la economía, el 51% de los encuestados manifiesta que también compara los precios de servicios esenciales como el suministro de agua, electricidad e internet, con el fin de optimizar los gastos del hogar.

En este sentido, Kike Aganzo, responsable de comunicación de idealo.es, señaló que "con un 77% de los encuestados afirmando que comparan precios en línea para ahorrar, queda claro que la tendencia de los consumidores a buscar gangas online es fuerte y está en aumento, motivada por la actual situación económica. Los consumidores españoles son cada vez más conscientes de la importancia de comparar precios para obtener la mejor oferta posible en sus compras por internet, lo que subraya la necesidad de herramientas útiles como idealo.es para ayudarles en esta tarea".

*«Con un 77% de los encuestados afirmando que comparan precios en línea para ahorrar, queda claro que la tendencia a buscar gangas online es fuerte y está en aumento, motivada por la inflación»  
(Kike Aganzo, idealo.es)*



# approx<sup>POS</sup>

LA SOLUCIÓN PERFECTA PARA LA IMPRESIÓN DE TICKETS



# 49,9€

## appPOS80AM-USB

appPOS80AM-USB**LAN**

Interfaz: USB, **LAN** y RJ11

# 55,5€

Tipo de impresión: Térmica directa

Resolución: 203 dpi

Velocidad de impresión: 200 mm/seg.

Papel térmico: 80 mm

Admite papel de 58 mm con adaptador (no incluido)

Corte tickets: Automático y manual

Interfaz: USB y RJ11



SOPORTE TÉCNICO PROPIO  
Servicio Oficial APPROXPOS en España

Servicio de atención técnica a cliente final: recogemos y entregamos dentro de España peninsular y en periodo de garantía de 2 años.

☎ 954 32 38 86

info@approxtpv.es

www.approxtpv.es

# aprox POS

LA SOLUCIÓN PERFECTA PARA TU NEGOCIO



**353€**



**359€**

## appTPV04CAP

Tamaño de pantalla: 15" | Tecnología táctil: Capacitiva  
Tiempo de respuesta: 5ms | Resolución: 1024x768  
Procesador: Intel Celeron N5105 Quad Core 2,9GHz  
Memoria: 4 GB | Almacenamiento: SSD 64 GB  
Conexiones: VGA, USB 2.0, USB 3.0, RS232, RJ45  
Altavoces: 2W

### appTPV04CAP+8

Memoria: **8 GB**  
Almacenamiento: SSD **128 GB** **369€**

### appTPV04RES

Tecnología táctil: **Resistiva**  
Memoria: 4 GB  
Almacenamiento: SSD 64 GB **369€**

Optimízalos con Visor de Cliente y Lector de Tarjeta

## appTPV05G4-128

Tamaño de pantalla: 15,6" | Tecnología táctil: Capacitiva  
Tiempo de respuesta 16ms | Resolución: 1920x1080  
Procesador: Intel Celeron J4125 Quad Core 2,0GHz  
Memoria: 4 GB | Almacenamiento: SSD 128 GB  
Conexiones: VGA, HDMI, USB 2.0, USB 3.0, LAN, RJ45  
**WiFi** (2,4 GHz y 5 GHz) y **Bluetooth** 4.0 | Altavoces: 1,5W

### appTPV05+G8-256

Memoria: **8 GB**  
Almacenamiento: SSD **256 GB** **399€**

### appTPV05+VFDG8-256

**Visor de clientes 10,1"**  
Memoria: 8 GB  
Almacenamiento: SSD 256GB **450€**

Consulta otras configuraciones



SOPORTE TÉCNICO PROPIO  
Servicio Oficial APPROXPOS en España

Servicio de atención técnica a cliente final: recogemos y entregamos dentro de España peninsular y en periodo de garantía de 2 años.

954 32 38 86

info@aproxtpv.es

www.aproxtpv.es

# Especial TPV'S



## PS Series

Terminales táctiles FANLESS de 15" y 15.6" de gran rendimiento y bajo consumo. Equipados con procesadores Intel J6412 64bit hasta 2.60 GHz de altas prestaciones y bajo consumo energético, acompañado de memoria DDR3 desde 4Gb (máx. 16 Gb) y unidad SSD desde 128Gb. Gracias a su panel táctil Capacitivo multipunto True Flat (IP67) sobre TFT 15"/15.6" (16:9) ajustable desde 0° hasta 180° y a su singular diseño de placa, con controladoras de dispositivos independientes del procesador, le permite tener en su negocio un terminal rápido y a la vez muy completo. A nivel de comunicaciones, el terminal ofrece 5 puertos USB (2 \* 3.0), 1 x Ethernet 10/100/1000, 4 x RS232 (con posibilidad de alimentación +5V), 1 x 2ª VGA y 1 x Puerto Cajón (CR).

## HS Series

El principal objetivo de los terminales All in One (todo en uno) es el ahorro de espacio. Sin embargo, en la mayoría de los casos, todos los equipos All in one son todavía demasiado grandes. Los terminales HS-3600 son la solución definitiva al problema de espacio. Terminal, pantalla táctil, impresora de ticket térmica 80 mm (con auto corte), banda magnética, visor de cliente o segunda pantalla, todo ello ocupando el mismo espacio que ocupa una impresora de ticket, sin perder ni un ápice de potencia. Los HS-3600 le ayudan a optimizar el espacio de su mostrador permitiéndole destinar el máximo lugar a posible al trato con el cliente.



Se presenta en dos tamaños de pantalla, la más común de 9.7" pero también con una mayor pantalla, de 14" y formato 16:9. Ambas con panel táctil flat capacitivo e IP65.

## XT Series

Terminales táctiles de 17" de gran robustez. La carcasa de aluminio y el panel táctil de 17" Flat capacitivo IP65 le convierten en el aliado ideal para aquellos entornos que requieren de un terminal con ciertas capacidades industriales y un tamaño mayor. Con dos versiones de procesadores: la gama Intel J6412 que ofrece un gran equilibrio entre prestaciones, consumo y coste o bien los Intel i5 11th Gen para procesos de alto rendimiento. Como todos los equipos Posiflex, el terminal no emplea procesos eléctricos para su ventilación, siendo equipos 100% Fanless: Sin ruido, sin piezas mecánicas y con un consumo energético muy inferior al resto. A nivel de puertos, equipado con varios puertos USB tanto en 3.0 como en 2.0, DOBLE puerto Ethernet 10/100/1000, RS232, segunda pantalla, etc. También opciones como lectores de banda magnética, RFID, códigos 2D, huella dactilar o visor de cliente y segundas pantallas. Compatible con soportes VESA 100.



## RT Series

Diseño elegante, fluido y rectilíneo, la Serie RT equipa una pantalla táctil capacitiva True Flat de 15" con IP67 y un conjunto completo de puertos que están escondidos en la cubierta trasera de forma más limpia y disimulada. No se pueden encontrar tornillos en su superficie manteniendo un aspecto sencillo y elegante. Su tecnología patentada sin ventilador permite que la unidad funcione silenciosamente y elimina un posible punto de falla, lo que reduce los costos de servicio y energía, y alarga su vida útil. Su cubierta posterior se puede quitar fácilmente y sin necesidad de herramientas, lo que permite una fácil instalación, mantenimiento y actualización. La unidad se puede enviar con una segunda pantalla LCD orientada al cliente de 9,7 " unida y plegada para reducir el esfuerzo de despliegue, al mismo tiempo que se ahorra el volumen del paquete.



## ZT Series

El terminal ZT presenta un innovador diseño de cubierta, el primero en el mercado, que aumenta cuatro veces la efectividad del mantenimiento y redefine el factor de forma mecánico tradicional con un diseño más inteligente. Además, incluye un diseño de refrigeración sin ventilador (fanless), Interfaces y adaptador de corriente ocultos y la gestión de cables a través de tres vías para lograr un mantenimiento sencillo y una mayor seguridad, al tiempo que ofrece una estética delgada y elegante. La serie ZT presenta un diseño de cubierta que permite un fácil acceso a los componentes internos para un mantenimiento rápido. Adopta un diseño modular completo y sin tornillos, lo que permite abrir rápidamente la carcasa del monitor con un solo toque, lo cual es conveniente para reparación, reemplazo e incluso actualización.



Disponible en dos tamaños de pantalla (15" ó 15.6") y dos gamas de procesadores. El equilibrado Intel J6412 con una perfecta relación prestaciones-consumo-coste o la gama Intel i5 11th Gen para procesos de mayor rendimiento.

**POSIFLEX**

Posiflex  
[www.posiflex.es](http://www.posiflex.es)



# POSIFLEX

Terminales Punto de Venta



Fast Food



Estancos



Restaurantes



Farmacias



Comercios



Industria ligera



40 años al servicio del comercio



5º Fabricante mundial de TPV



TOP 3 mundial en soluciones O2O



Presente en los 5 continentes



3 años de Garantía ampliables a 5



## PS Series Equilibrio

Táctil Flat Capacitivo  
Intel J6412  
FANLESS  
Carcasa Aluminio  
15" & 15,6"  
Opciones: Lector 2D, RFID, MSR, Huella dactilar, visor cliente, 2ª pantalla.  
Compatible VESA 100



## HS Series All in one

Táctil Flat Capacitivo  
Intel J6412  
FANLESS  
Carcasa Aluminio  
Impresora tickets 80mm con autocorte  
9,7" & 14"  
Opciones: Lector 2D, RFID, MSR, Huella dactilar, visor cliente, 2ª pantalla



## XT Series Robustez

Táctil Flat Capacitivo  
Intel J6412  
FANLESS  
Carcasa aluminio  
17"  
Opciones: Lector 2D, RFID, MSR, Huella dactilar, visor cliente, 2ª pantalla.  
Compatible VESA 100



posiflex.es



1984-2024

Redifining Possibility, Empowering Tomorrow



@posiflex.spain

# POSIFLEX

Terminales Punto de Venta



Fast Food



Sanidad



Hoteles



Retail



Cines



Transporte



# Kioskos



40 años al servicio del comercio



5º Fabricante mundial de TPV



TOP 3 mundial en soluciones O2O



Presente en los 5 continentes



3 años de Garantía ampliables a 5



## JK Series

### Gran visualización

Táctil Flat Capacitivo  
Intel J6412 ~ i5 11th Gen (Windows)  
RK3399 (Android)  
Estructura metálica  
23.8", 27" & 32"  
Lector 2D, NFC, MSR, Huella,  
Soporte datáfono,  
Impresora ticket



## HK Series

### Check-in & Check-out

Táctil Flat Capacitivo  
Intel J6412 ~ i5 11th Gen (Windows)  
RK3399 (Android)  
Estructura metálica  
15.6" & 21.5"  
Lector 2D, dispensador de tarjetas, soporte para datáfono y lector de pasaportes.



## EK Series

### Diseño Compacto

Táctil Flat Capacitivo  
Intel J6412 ~ i5 11th Gen (Windows)  
RK3399 (Android)  
Estructura metálica  
De pie y sobremesa.  
Giro pantalla 90°  
15", 15.6", 21.5" & 23.8"  
Lector 2D, NFC, MSR, Huella,  
Soporte datáfono, Impresora ticket



1984-2024

Redefining Possibility, Empowering Tomorrow





# TPV Altas prestaciones

**POSIFLEX**  
Terminales Punto de Venta



Fast Food



Retail



Restaurantes



Grandes superficies



Comercio



Industria ligera



40 años al servicio del comercio



5º Fabricante mundial de TPV



TOP 3 mundial en soluciones O2O



Presente en los 5 continentes



3 años de Garantía ampliables a 5



## RT Series

### Diseño Slim

Táctil Flat Capacitivo  
Intel J6412 & i5 5th Gen (Windows)  
RK3399 (Android)  
FANLESS  
Carcasa Aluminio  
15" & 15,6"  
Opciones: Lector 2D, RFID, MSR, Huella dactilar, visor cliente, 2ª pantalla.  
Compatible VESA 100



## ZT Series

### Innovación

Táctil Flat Capacitivo  
Intel J6412 & i5 11th Gen  
FANLESS  
Carcasa Aluminio  
Mínimo coste mantenimiento  
15" & 15,6"  
Opciones: Lector 2D, RFID, MSR, Huella dactilar, visor cliente, 2ª pantalla.  
Compatible VESA 100



## XT Series

### Robustez

Táctil Flat Capacitivo  
Intel i5 11th Gen  
FANLESS  
Carcasa aluminio  
17"  
Opciones: Lector 2D, RFID, MSR, Huella dactilar, visor cliente, 2ª pantalla  
Compatible VESA 100



posiflex.es



1984-2024

Redefining Possibility, Empowering Tomorrow



@posiflex.spain

# POSIFLEX

Terminales Punto de Venta



Fast Food



Sanidad



Restaurantes



Retail



Cocinas



Industria Ligera



## TVP Especiales



40 años al servicio  
del comercio



5º Fabricante  
mundial de TPV



TOP 3 mundial  
en soluciones O2O



Presente en  
los 5 continentes



3 años de Garantía  
ampliables a 5



### MT Series TPV Tablet

Táctil Flat Capacitivo  
Intel N6210 (Windows)  
Media Tek MT8786 (Android 13 + GMS)  
Carcasa Aluminio  
8" & 10.1"  
Corning Gorilla Glass III  
Opciones de Lector 2D, MSR,  
Huella dactilar.  
Base de carga y comunicación  
Base con impresora (próximamente)



### TX Series POS BOX

Intel J6412 ~ i5 11th Gen  
Carcasa Aluminio  
Compatible VESA 100  
Opciones de Power USB  
+12V & +24V



### HC Series Infotainment Kitchen Display System Price Checker

Táctil Flat Capacitivo IP69  
Intel J6412  
Estructura metálica  
Compatible VESA 100  
21,5" FullHD  
Opciones: Lector 2D, RFID, MSR,  
Huella Dactilar, Cámara



posiflex.es



1984-2024

Redefining Possibility, Empowering Tomorrow



@posiflex.spain

## MT-6000

El MT-6000 ha sido específicamente creado para el comercio y la hostelería. Una tablet de 10" capacitiva (disponible en 8" para Android), capaz de albergar un lector de banda magnética o un lector de códigos de barras 2D. Además, gracias a su base opcional, dispondrá no solo de un sistema de carga rápido, sino que además incluye una serie de puertos de comunicación (USB, RS232, Ethernet) que convertirán su tablet en un auténtico y completo TPV de sobremesa. La serie MT-6000 posee una resolución de 1200\*800, que es el estándar en el mercado de TPV, por lo que la integración de aplicaciones a través de su sistema operativo Windows 10 / 11 o Android se traduce en un proceso rápido y sencillo.



## TX Series

Probablemente uno de los mejores POS BOX del mercado. Ideal para soluciones en Retail donde el espacio y la conectividad son importantes, sin perder un ápice de calidad y durabilidad.



Los equipos POS BOX TX de Posiflex nos ofrecen diferentes gamas de procesador, entre las que encontramos una línea primera con Intel J6412, pero pudiendo llegar a Intel i5 11th Gen para procesos donde el rendimiento sea crucial.

Como buen POS BOX, los TX incluyen una extensa gama de puertos de comunicación, donde destacaríamos puertos USB tanto en 3.0 como en 2.0, puertos RS232, Ethernet 10/100/1000, puertos de imagen VGA, DP o HDMI y sobre todo la opción de integrar puertos Power USB tanto en +24V como en +12V.

Carcasa de aluminio que otorga mayor resistencia y a la vez sirve de sistema de refrigeración (Fanless), evitando el uso de ventiladores que incrementan el consumo y aumentan la posibilidad de error. Además, los TX son compatibles con soportes VESA.

## HC Series

Infotainment, Kitchen Display System, punto de información, Price checker, TPV de gran tamaño...

Todo eso es HC series. El terminal de Posiflex que integra una pantalla táctil de 21.5" flat capacitivo con IP65 y carcasa de aluminio, lo que le otorga un grado de resistencia semi industrial preparado para entornos agresivos como cocinas o industria ligera pero también para grandes superficies o centros públicos como punto de información o Price checker.

El equipo tiene todos los puertos necesarios para una perfecta comunicación, y opciones para la identificación del usuario o de producto (lectores de banda magnética, huella dactilar, códigos 2D o RFID). También se puede equipar con una pequeña cámara de video para interactuar con el usuario. Compatible con soportes VESA.



## EK Series

La serie Mercury EK es un kiosko con un diseño elegante y funcional que se integra perfectamente en cualquier entorno minorista. La serie Mercury EK puede servir como un kiosko para pedidos de autoservicio, gestión de colas o punto de información para interactuar con los clientes y simultáneamente ayudar a los minoristas a generar más demanda y negocio.

Diseñada para el montaje de un solo usuario y la facilidad de mantenimiento, gestión de cables y sustitución de componentes, la serie Mercury EK reduce los costes de implementación y servicio, lo que permite retorno de inversión más rápido.

La serie Mercury EK, que ofrece opciones de sobremesa o de pie, es adecuada para cualquier aplicación de autoservicio y brinda a su empresa una ventaja competitiva.

Equipado con una amplia gama de opciones de periféricos que incluyen lector NFC / RFID, sensor de huellas dactilares, escáner 2D, indicador de estado y un soporte para dispositivos de pago EMV, la serie Mercury EK puede cumplir con tareas de autoservicio.



## JK Series

Diseñado pensando en minimizar el espacio a ocupar, y maximizar su flexibilidad, la serie Cachet JK-3200 es un Kiosko de 32" que ofrece un sinfín de formas diferentes de integrarse en cualquier entorno minorista. Con una carcasa plana, junto con una amplia gama de opciones periféricas, el Cachet JK-3200 es capaz de procesar casi todas las aplicaciones de autoservicio en comercio u hostelería. Con una carcasa absolutamente plana, la serie Cachet JK-3200 cuenta con una pantalla táctil Flat Capacitiva de 32" brillante y de alta resolución que facilita que los clientes interactúen de la forma que deseen a la vez que permite mostrar todo tipo de contenidos en alta resolución.

La serie Cachet JK-3200 ofrece una variedad de opciones periféricas en aplicaciones de autoservicio, que incluyen escáner 2D (con OCR), soporte para dispositivos de pago EMV, banda magnética, huella dactilar y más. Incluye de serie impresora de ticket, múltiples conexiones incluyendo Wifi, lector NFC, indicador de estado, cámara y detector de presencia.



**POSIFLEX**

Posiflex  
[www.posiflex.es](http://www.posiflex.es)

# BellaBot

Robot de entrega



# PUDU

## Ya están aquí

# KettyBot

Robot publicitario



# CCI

Robot de limpieza



# HolaBot

Robot de recogida



# PuduBot 2

Robot de reparto  
y recogida



# MUZYBAR

computer

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





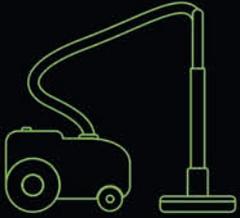
PUDU

Ya están aquí

# CC1

### Estación de carga

Automatizar la carga de agua y batería.



#### Aspira

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



#### Friega

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



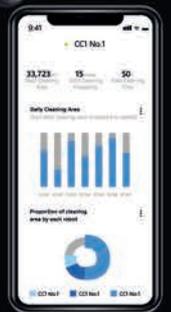
#### Mopea

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



#### Barre

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



## CLEAN, CLEAN, HURRAH!

Digital cleaning



**MUZYBAR**

computer

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



## MONITORES TÁCTILES



**TM-150 LED**  
15" | VGA | Capacitivo | Vesa



**TM-170 LED**  
17" | VGA | Capacitivo | Vesa



**TM-156**  
15.6" | VGA + HDMI



**TM-215 LED**  
21.5" | HDMI | Sin peana

## IMPRESORAS TÉRMICAS



**ITP-58**  
58mm | 90mm/seg  
USB



**ITP-73**  
80mm | 260mm/seg  
Serie | USB | Ethernet



**ITP-83**  
80mm | 260mm/seg  
Serie | USB | Ethernet  
Opcional: Blanca o Negra



**ITP-85 BEEPER**  
80mm | 260mm/seg  
USB | Ethernet | Wifi  
Avisador acústico y luminoso



**ITP-80 II WF**  
80mm | 260mm/seg  
USB | Wifi



**ITP-Front**  
80mm | 300mm/seg  
USB | Ethernet



**ITP-58 BT**  
58mm | 80mm/seg  
Serie | USB | BT



**ITP-80 BT / WF**  
80mm | 70mm/seg  
USB | BT / USB | WF  
Fundá incluida



**ILP-80 / ILP-108**  
58mm | 80mm/seg  
Serie | USB | BT



**ILP-500**  
127mm/seg | USB | Ethernet  
203 DPI

## LECTOR DE BARRAS



**MS3-2D**  
2D | CCD | 120 scans/seg | USB | IP54  
Negro | Con soporte



**MS3-1D RF**  
1D | 150 scans/seg | USB | RF  
IP52 | Negro



**MS3-2D BR**  
2D | CCD | 120 scans/seg | USB | BT  
Wireless | IP52 | Negro  
Con soporte



**MAXI 20**  
5.7" | Android 10.0  
3GB + 32GB | 5MP + 13AF | IP68



**MAXI 108**  
8" | Win 10 Pro  
4GB + 64GB | 5MP + 8MP |  
GPS | WF + BT



**MS3-1D**  
1D | 150 scans/seg | USB | IP42  
Negro | Con soporte



**MS3-2D Pocket**  
2D | CCD | 200 scans/seg | USB | BT  
IP54 | Negro



**MS3-2D**  
2D | CCD | 120 scans/seg | USB  
IP52 | Negro



**MAXI 50P**  
5.5" | Android 8.1  
1GB + 8GB | BT | WF



**MAXI 21**  
5" | Android 11 | 4GB + 64GB  
Lector 2D | NFC

## PDA'S Y TABLET

HIP

19-21 de febrero 2024  
IFEMA Madrid



MUZYBAR

Visítanos en el Stand  
Nº 3B245

HOSTELCO

18-21 de Marzo 2024  
Barcelona

MUZYBAR

Visítanos en el Stand  
Nº 7D151

**MUZYBAR**  
computer

# PREMIER

We are a team

## TPV



### KT-810

15 inch | J6412 | 4GB | 128GB  
Opcional: 8GB | 256GB | Win 10 IoT



### KT-2000 W/A

15 inch | J6412 | 4GB | 128GB  
i5-10210 | 8GB | 128GB | WF + BT  
RK3288 | 2+16GB | Android 8.1



### KT-3000

TPV de aluminio plateado 15 inch  
J6412 | 4GB | 128GB  
Opcional: 8GB | 256GB | Win 10 IoT



### KT-97

17 inch | J6412 | 4GB | 128GB | WF  
Opcional: 8GB | 256GB | Win 10 IoT



### KT-KIOSK

J6412 | 4GB | 128 GB  
RK3288 | 2+16GB | Android 11  
Impresora térmica | Lector 2D



### KT-90

TPV 15'6 inch  
J1800 | 4GB | 64GB  
Opcional: Win 10 IoT



### KT-100 W/A

TPV 15'6 inch | J6412 | 4GB | 128GB  
i5-10210 | 8GB | 128GB | WF + BT  
RK3568 | 2+16GB | Android 11



### KT-116 W/A

TPV 11'6 inch  
J6412 | 4GB | 128GB  
RK3568 | 2+16GB | Android 11

## KIOSKO



### KIOSK W/A

J1900 | 4GB | 64 GB  
Opcional: 8GB | 256GB | Win 10 IoT  
RK3288 | 2+8GB | Android 7.1  
Impresora térmica 80MM | Lector 2D | NFC |  
BT + WF | Cámara | Soporte Datafono



## PC-PANEL



### PCP-215 W/A

J6412 | 4GB | 128 GB  
Opcional: 8GB | 256GB | Win 10 IoT  
RK3568 | 2+16GB | Android 11 | IP45 | Vesa 100x100  
Opcional: Stand de sobremesa



**HIP** Hotel de Incentivos de Premios  
19-21 de febrero 2024  
IFEMA Madrid  
www.hip.es  
**Higher Power**

**MUZYBAR**  
computer  
Visítanos en el Stand  
Nº 3B245

**HOSTELCO**  
18-21 de Marzo 2024  
Barcelona

**MUZYBAR**  
computer  
Visítanos en el Stand  
Nº 7D151

# MUZYBAR

computer



# One Ecosystem. All possibilities.

Partner Tech incorpora en su catálogo todo un mundo de soluciones 360° 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.

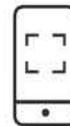
**“La mejor solución de SCO es la que utilizan todos los clientes”**



**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.**

Un ecosistema. Infinitas posibilidades para todos los sectores

**SCO-E  
SELF SERVICE  
ECOSYSTEM**



# One partner. All possibilities.

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



**sco-E**  
SELF SERVICE  
ECOSYSTEM

## 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

# 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.



# 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](mailto:comercial@partner-tech.eu)  
[www.partner-tech.eu](http://www.partner-tech.eu)



# PARTNER

CARE . TRUST . RESPONSIBILITY

## TOSHIBA reinventa el comercio

Las necesidades en los compradores fluctúan tanto como lo hace el mercado: nuevas circunstancias unidas a la demanda de la mejor innovación hacen que los comercios deban estar a la vanguardia del Retail. Y es ahí donde Toshiba entra en juego, porque aporta toda la tecnología y servicios que cualquier tipo de negocio necesita para alcanzar la ventaja competitiva que demanda el mercado. Y lo hace con soluciones integrales, flexibles y reforzadas para cubrir todo tipo de exigencias, atendiendo a las circunstancias actuales pero también al desarrollo que pueda tener el comercio en un futuro, sea del tipo que sea.



Mostramos en este artículo soluciones y servicios que pueden ayudarte a reinventar el comercio para ofrecer experiencias de compra innovadoras, ágiles y personalizadas, superando cualquier expectativa.

## Eleva la experiencia de compra con ELERA®

La transformación digital es una evolución continua; y ese es el origen de ELERA®, la plataforma de comercio unificada, que evoluciona y revoluciona la experiencia de compra multicanal. Centraliza las operaciones de tu negocio y eleva el nivel de las transacciones con ELERA®.



**ELERA**  
PRODUCE RECOGNITION

La más alta tecnología basada en Inteligencia Artificial y Computer Vision hacen que ELERA® Produce Recognition permita a los compradores añadir artículos a la compra sin código de barras. Aumenta de este modo la precisión del escaneo y reduce la necesidad de introducir manualmente códigos, así como la asistencia de personal de tienda.

**ELERA**  
LOSS PREVENTION

Las transacciones ágiles, sencillas y sin fricción que facilita ELERA® se unen a un mayor control operativo y de inventario. Porque ELERA® Loss Prevention utiliza la TCx® EDGEcam+ de Toshiba que aporta la capacidad para monitorear, rastrear e informar sobre "artículos incorrectos" seleccionados por el cliente o introducidos sin deber, permitiendo incluso intervenir al personal de tienda si el "artículo incorrecto" sigue en la cesta.

**ELERA**  
SELF SERVICE

Más simplicidad, flexibilidad y control. Porque ELERA® Self-Service, a través de la integración con su sistema biométrico e Inteligencia Artificial, proporciona a los clientes un mayor control sobre el proceso de pago y mejora las operaciones en tienda.

**TOSHIBA**

[www.commerce.toshiba.com](http://www.commerce.toshiba.com)

## TCx<sup>®</sup> Smart Series, el autoservicio a otro nivel

Porque las necesidades cambian y el autoservicio se desarrolla de forma acelerada, la gama TCx<sup>®</sup> SMART ofrece el traje a medida que cualquier negocio necesita: experiencias de autoservicio fáciles en cualquier lugar y en cualquier momento.

### TCx<sup>®</sup> SMART | Hybrid



Esta solución de autopago versátil permite hacer nuevos planteamientos en la distribución de las tiendas y mejorar su eficiencia operativa.

Diseñado para integrarse con el Kiosco Híbrido Pro-X, ofrece nuevas opciones de autoservicio en áreas como salud y belleza, alimentación o conveniencia. Además, está creado para encajar en espacios de venta más reducidos, adaptándose así a los requisitos de pequeños comercios que necesitan agilizar el flujo de autoservicio sin comprometer el espacio o la funcionalidad.

### TCx<sup>®</sup> SMART | Wall



Nos encontramos ante un sistema que permite anclarse a la pared y que puede optimizar, y mucho, el espacio de cualquier negocio, aumentando así el rendimiento y la operatividad en tienda.

Su diseño modular ofrece varias opciones de personalización que permiten satisfacer las necesidades específicas de cada comercio. Además, esta configuración flexible, unida a su diseño elegante, hacen del sistema TCx<sup>®</sup> SMART | Wall la solución de autopago ideal para aquellos comercios que quieren ganar espacio y mejorar la experiencia de compra de sus clientes.

### TCx<sup>®</sup> SMART | Wing



La solución Cx<sup>®</sup> SMART | Wing ha sido creada para encajar a la perfección en el sector de alimentación y tiendas de conveniencia.

De diseño elegante, se integra con la estética de cualquier tienda, ofreciendo un sistema de autoservicio moderno y modular que puede adaptarse a diferentes circunstancias de pago en autoservicio. Además, permite optimizar el rendimiento operativo y la seguridad en tienda gracias a la combinación de la mejor tecnología y la Inteligencia Artificial: desde prevención de pérdidas hasta la mejora del servicio al cliente, todo un abanico de posibilidades al alcance de cualquier retailer.

# TOSHIBA

[www.commerce.toshiba.com](http://www.commerce.toshiba.com)

## VISUALSTORE

### Marca la diferencia con innovación a tu medida

El software punto de venta con servicios predictivos VisualStore permite al retailer centralizar toda la actividad de su negocio, con independencia del número de establecimientos o de si todos son del mismo sector. Se trata de una solución que permite ejecutarse en todos los dispositivos del front-end de tu negocio y, al ser una plataforma que integra todos los canales de venta y aplicaciones, servicios y promociones, facilita la gestión de la tienda y concede a tus clientes experiencias de compra verdaderamente personalizadas.

VisualStore se alza así como la solución de punto de venta multi plataforma y multicanal que dota a tu negocio de la tecnología más innovadora: una solución modular que se integra fácilmente con otros sistemas, compatible con otros fabricantes de TPV y sistemas operativos.

#### ALGUNAS CLAVES

- Módulo de fidelización permite obtener información de hábitos de los clientes, predecir tendencias o crear recomendaciones y ofrecerles lo que necesitan según su perfil.
- Módulo de movilidad: facilita y personaliza el proceso habitual de compra, dotándolo de interactividad en un momento en que cada vez son más los clientes que optan por combinar canales a la hora de consumir.
- Módulo Self-Checkout: con un control sencillo y centralizado, facilita la creación e implementación sencilla de soluciones de autoservicio configurables según la necesidad de cada tienda, adaptándose a los comportamientos de cada tipo de cliente. De esta forma, facilita contar con terminales punto de venta con capacidades globales de próxima generación, simples y adaptables a lo que tenga el negocio, preparando a las tiendas para cualquier demanda futura.



# TOSHIBA

[www.commerce.toshiba.com](http://www.commerce.toshiba.com)

## Obtén el máximo rendimiento en tu negocio

### TCx<sup>®</sup> 900 - La elección inteligente

El sistema POS TCx<sup>®</sup> 900 es potente, adaptable y compacto: la solución modular perfecta que proporciona transacciones más inteligentes y ágiles en tienda.

Con uno de los tamaños más pequeños del mercado, brinda al retailer un sistema compacto y eficiente para sus tiendas que, además, se adapta al ritmo de crecimiento de cada negocio. Equipado con la última tecnología de procesadores Intel<sup>®</sup> de 13<sup>ª</sup> generación, permite aumentar la productividad y la eficiencia de cualquier negocio.

#### Sus claves

- ⚡ **Configuración flexible.**
- 🕒 **Integración** con E/S heredadas para minimizar costes.
- 📈 **Aumento de la velocidad** transaccional en el punto de venta.
- 📄 **Garantía** de hasta 12 años.



### TCx<sup>®</sup> 810 - Versatilidad premium

El sistema de punto de venta todo en uno TCx<sup>®</sup> 810 ofrece consistencia a la vez que aporta toda la flexibilidad y el máximo rendimiento. Una solución de fácil mantenimiento y alta eficiencia energética que permite a cualquier negocio adaptarse a las necesidades actuales y prepara para las futuras.

Compatible con TCx<sup>™</sup> Sky, Windows 10 y Linux, el sistema TCx<sup>®</sup> 810 cuenta con una amplia gama de opciones de configuración, que se suman a su tecnología multitáctil, varios tamaños de pantalla con capacidad Full HD y un amplio conjunto de puertos E/S integrados para casi cualquier configuración.

#### Sus claves

- ⚡ **Versatilidad** que permite utilizar un único sistema para diferentes fines en tienda.
- 🔧 **Personalizable** con múltiples opciones de configuración, periféricos y de soporte.
- 🏪 **Testado** para garantizar el más **alto rendimiento** y durabilidad en cualquier entorno.
- ⚙️ **Compatible** con la tecnología existente en tienda, reduciendo costes y simplificando cualquier actualización.



## Connected Services: negocios siempre operativos

Uno de los grandes desafíos del Retail es cómo reducir los costes operativos y prevenir pérdidas mientras se ofrece al cliente una experiencia de compra óptima y acorde a las necesidades del cliente, sin sustos.

Los **Connected Services** de Toshiba aseguran esa eficiencia en la inversión adaptándose a todo tipo de negocios y necesidades, en entornos sencillos o multicanal y garantizando siempre la operatividad de la tienda en todo momento. Al ser predictivos, el retailer puede contar, además, con la tranquilidad que supone poder prever cualquier posible incidencia y anticiparse, de este modo, a cualquier contrat tiempo que suceda en su negocio.

Nuestras soluciones permiten:

- **Reforzar la gestión de Prevención de Pérdidas** mediante Inteligencia Artificial, integrada con soluciones de seguridad tradicionales.
- **Mejorar la satisfacción del cliente** y acelerar los tiempos en el autopago con el reconocimiento de productos gracias a tecnologías de visión inteligente.
- **Aumentar la flexibilidad** en la caja al ofrecer diferentes opciones a los clientes a través de varias formas y estilos de autopago, satisfaciendo así todas las necesidades que puedan surgir en cualquier comercio.

# TOSHIBA

[www.commerce.toshiba.com](http://www.commerce.toshiba.com)



# RECICLADORES DE EFECTIVO

**P.C.MIRA**

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com

**VNE**

We change



## > 4Pay

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



## > Virtuo4 2.0

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

## DISPONIBLES EN MODALIDAD DE COMPRA O DE RENTING

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

## 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

**IIP** Horeca Professional Expo

19-21 febrero 2024  
IFEMA Madrid



**PC M**

Visítanos en el stand:

3B249



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

# TERMINALES PUNTO DE VENTA ANDROID



- > **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

**IIP** Horeca Professional Expo

19-21 febrero 2024  
 IFEMA Madrid



Visítanos en el stand:

**3B249**



# TERMINALES PUNTO DE VENTA ANDROID

**P.C.MIRA**

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com

**SUNMI**  
Android POS Leader



## > D2s

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



## > D2s PLUS

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



## > T2s LITE

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



## > T2s

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



## > D2 MINI

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



## > T2 MINI

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

**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

**IIP** Horeca  
Profesional  
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

**IIP** Horeca Professional Expo

19-21 febrero 2024  
IFEMA Madrid



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.

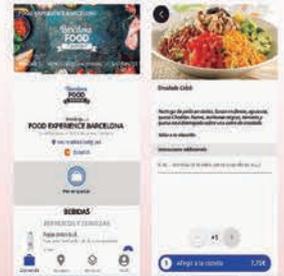
## > BACK-OFFICE

- > 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

**IIP**  
Horeca  
Professional  
Expo

19-21 febrero 2024  
IFEMA Madrid



**PC M**

Visítanos en  
el stand:

**3B249**