

tai price[®] book

Julio
2024



Enséñale los dientes al ransomware.

OBTÉN LA DEFENSA MÁS FERROZ
CONTRA AMENAZAS COMPLEJAS.



 Barracuda[®]



NOTHING Ear(a)

Sonido superior con LDAC
Cancelación de ruido 45 dB
Potente driver
Hasta 42,5 horas



NOTHING Ear

Driver cerámico premium
Alta resolución de audio de 24 bit
Cancelación de Ruido 45 dB
Hasta 40,5 horas

NOTHING
PHONE

Phone(2a)

7200 Pro 5G
Nothing OS 2.5
Con Android 14

Cámara frontal 32 MP
Cámara doble 50 MP

120 Hz
Pantalla AMOLED

1,300 nits
Brillo máximo



Design is everything



Tech & Sun

Campaña de verano

GLOBOMATIK

ESTE VERANO GLOBOMATIK
TE ACERCA A TU DESTINO



 thermaltake

 COOLER
MASTER



 ASRock

VIAJA GRATIS

CON GLOBOMATIK



Te regalamos la gasolina

Consigue tu cupón

Descuento de 50€ en carburante,
por cada 1000€ acumulados en productos
seleccionados de las mejores marcas.



DRIFT

ASUS


GIGABYTE™

DEEPCOOL



La ciberseguridad según Ingram Micro

Entrevista a Miguel Almeida (Westcon):
«2024 empezó de forma tranquila,
pero hay buenas perspectivas»



Entrevista a Subin George (ManageEngine):
«Nuestras soluciones SaaS experimentó un
impresionante 72% de crecimiento»

Zaltor se focaliza en los MSP

Dell enciende los motores de la IA

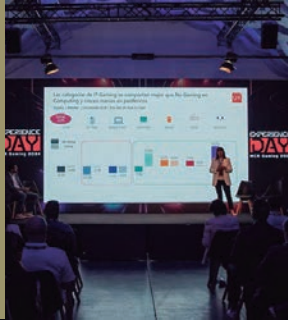
42 Miguel Almeida nos cita en el DES

Westcon-Comstor participó activamente en la última edición de Digital Enterprise Show (DES) celebrado en Málaga, realizando diferentes actividades para mostrar su propuesta al mercado, en especial sobre inteligencia artificial, ciberseguridad y networking, así como para dar a conocer a participantes y socios la nueva Directiva NIS2, y su potencial de negocio a través de sus soluciones de vanguardia.



10 Vuelve Experience Day MCR Gaming

Alrededor de 200 personas asistieron a Experience Day MCR Gaming 2024, el evento anual organizado por el mayorista celebrado en el Espacio Ventas de Madrid en el que participaron más de una treintena de marcas y en el que la Inteligencia Artificial fue una de las grandes protagonistas, destacando su creciente impacto en el gaming.



12 Otro Dell Channel Vision

Dell Technologies ha reunido a sus partners españoles en su evento anual Channel Vision 2024, que se ha celebrado en el Green Patio de Madrid. El encuentro, al que han asistido 290 profesionales del canal, ha contado con la colaboración de Intel y Microsoft, así como de los mayoristas Arrow, Esprinet/V-Valley, TD Synnex y Valorista.



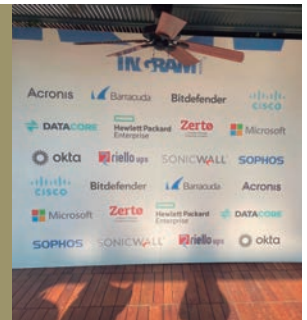
16 La observabilidad en la TI

ManageEngine es una división del desarrollador indio Zoho que ofrece soluciones ITSM integrales de administración de operaciones de seguridad y sistemas, que también ofrece la alternativa en modelo SaaS para MSP. Con ocasión de conocer sus planes en España, charlamos con su country manager Subin George.



20 Ingram Micro analiza los riesgos de la IA

El mayorista ha reunido en Madrid en su segunda edición del Cybersecurity Event a directivos de Microsoft, Cisco, Barracuda, Datacore, Sonicwall, Okta, Sophos y Zerto, así como a un centenar de expertos y profesionales para analizar el impacto de la IA en la ciberseguridad y compartir las claves de una defensa más robusta.



26 Zaltor asalta el cielo MSP

El VAR está dispuesto a sentar plaza en el mercado de servicios gestionados con una división propia para atender un mercado que considera aún huérfano de verdaderos especialistas salvo en grandes referencias. Para ello van a centrar todas sus fuerzas en ofrecer un soporte y servicios comercial y técnico de primera línea a sus partners.



30 Tendencias en Retail este 2024

La experiencia del cliente seguirá siendo prioridad, y la consolidación del modelo integrado phygital permitirá fusionar estrategias de comercio físico y digital para crear una experiencia consistente y unificada. A su vez, la hiperpersonalización sigue siendo una de las grandes protagonistas.



36 Huawei activa el programa 'Digital Pioneer'

Huawei Cloud ha presentado 'Digital Pioneer' durante un evento celebrado en el Metropolitano de Madrid. La compañía china se ha comprometido a trabajar durante los próximos cinco años para apoyar al objetivo de España de ayudar a más de 500.000 pymes a acelerar su transformación digital.



46 Servicios gestionados para el canal

Arrow Electronics guía hacia adelante la innovación para miles de fabricantes líderes de tecnología y proveedores de servicios. Con ventas de 33.000 millones de dólares en 2023, el mayorista desarrolla soluciones tecnológicas que ayudan a mejorar los negocios y la vida diaria de sus partners de canal.



2050, una odisea del espacio-tiempo

Los mayoristas han tomado su protagonismo en nuestra revista TI favorita, desde MCR con su evento Experience Day para el pujante gaming, al anuncio de Zaltor de crear una decisión específica para atender el mercado MSP de su escudería tecnológica, tema el de los servicios gestionados que también toca Iñaki Monge de Arrow, pasando por una revisión a la estrategia de Westcon en Iberia de la mano de su máximo representante Miguel Almeida con parada especial a las oportunidades que abrirá la nueva directiva NIS2 al canal, para terminas con la segunda edición del Cybersecurity Event de Ingram Micro con especial atención a la evolución de la IA y la nube.

Tampoco podíamos desaprovechar en época de rebajas algunas aportaciones de entendidos como Adyen, Cognizant o Arbentia sobre tendencias que afectan al Retail. Igualmente, recogemos los últimos movimientos de fabricantes como ESET en pos de servicios 24x7 de ciberseguridad para la pyme, mismo destino en donde ha fijado su target el nuevo programa Digital Pioneer de Huawei Cloud, o las novedades de cara al canal de otro fabricante que domina el end-to-end como Dell Technologies. Finalmente, rescatamos un tema que estaba previsto para el número anterior pero circunstancias sobrevenidas lo han llevado al presente, y que tiene por protagonista a Subin George (ManageEngine) que nos explica que la administración de sistemas no tiene por qué ser un suplicio.

¡Piedra, papel, tijera, lagarto o Spock!

Con el 100% del país teñido de rojigualdo y la moral por las nubes, mientras hijos de la pérvida Albión desalojan por la vía rápida los balcones de Magaluf y el Rincón de Loix, envidia cochina de aquel ingrátido Charly García que ese sí saltó nueve pisos desde la azotea del hotel Aconcagua de Mendoza sin errar, damos paso al Mega Mix de este verano atronando a todo trapo desde un pringoso radiocassette -¿y vos que mirás, bobo?- devorador de cachitos de hierro y cromo para amenizar días de pileta de natación y BBQ de entraña y vacío, aunque ambiente de humareda alimenticia carbonohidratada con aromas a leño de encina también en los palacios como en el distrito 304, lleno de manos de seis dedos creados por una alucinación de un pseudo GPT de AliExpress.

Rayuela caótica para que cada cual la ordene a su antojo y conveniencia, saltando de ganso en ganso combinando las posibilidades inútilmente, porque la suma de todas las cosas que pasan ocurren, da igual su orden, han pasado o van a pasar y son las mismas siempre, el total es inmutable. No como el Aleph multiverso alimentado por un núcleo de procesamiento cuántico capaz de reventar contraseñas seguras de AES-256 en un vuelco, que en un momento es una cosa y a la vez su contraria, enigma que ni la mente privilegiada de un Alan Turing descifraría.

Salvo que se sacara billete para una cabina teletransportadora de rayos catódicos con destino 2050, qué mala uva y qué buena baba, que al parecer marca la frontera para más de uno entre la cuarta revolución industrial y la siguiente, prodigios vederes amigo vulcano, imposibles de sospechar sus derroteros ni a vista de flotilla interestelar. Y en modo reverse habrá que volver a sacar de las cunas y cunetas a la leva forzosa del biberón para hacer sitio a la quinta de los buitres rondadores, mientras volquetes de trasantepenúltimos de eurovisión se alijen en el corral del cucucú que se pimpla una estrella, tuna de almadraba.

Y ahora la moda va a ser llevar un apósito de barras y estrellas en la oreja ful, que ni Siddharta Gautama iluminado para ocultar sus dilatadores lobulares de oro macizo, envidia cochina de un vangogh arrepentido, gorra de béisbol blindada salvadora.

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

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

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

Rosa Palacios
Directora Financiera
rosa.palacios@taipricebook.es

Silvia Hernández
Directora de Eventos
silvia@taipricebook.es

N.P.
comunicaciones

tai price
book

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, para más información al respecto, puede consultar nuestra Política de Privacidad en www.taipricebook.es.

Ontinet se alía con Zerolynx para ofrecer servicios NIST a las pymes



Juan Antonio Calles, CEO de Zerolynx, y Carlos Tortosa, director de Grandes Cuentas de Ontinet.com

Ontinet.com, distribuidor exclusivo en España y Andorra de la marca de ciberseguridad ESET, ha dado un paso más para fortalecer su oferta en seguridad digital gracias a la colaboración con Zerolynx para ofrecer sus servicios NIST paquetizados con foco en las pymes. Además, ha anunciado dos nuevos servicios de ESET para MDR y XDR que ofrecen un soporte Premium en versión Essential para pymes y Advanced para empresas más grandes.

Estas novedades fueron presentadas en Madrid en un evento ante medios y partners de canal donde se destacó la importancia de contar no solo con soluciones avanzadas, y sencillas de aplicar, sino también con un servicio técnico experto que asista en la prevención de amenazas o sea capaz de minimizar el alcance de sufrir una filtración o secuestro de datos.

Ciberseguridad premium al alcance de todos

En el último informe de amenazas de ESET, correspondiente a los primeros seis meses del presente año, se destacó que España es un objetivo prioritario para la ciberdelincuencia internacional, colocándose en el top 3 cerca de Japón y Polonia, y por delante de países como Estados Unidos. En este contexto, Carlos Tortosa, director de Grandes Cuentas de Ontinet.com, subrayó durante la presentación “lo esencial que es en la actualidad contar con el apoyo de profesionales que gestionen la seguridad digital, ya que las empresas de todos los tamaños se enfrentan diariamente a una ciberdelincuencia cada vez más profesionalizada”. Además, las campañas dirigidas a páginas web con tiendas online y los infostealers han sido especialmente destacables durante los últimos meses.

La Inteligencia Artificial también fue un tema central en la presentación, ya que está siendo una herramienta muy eficaz tanto para diseñar una protección cibernética más avanzada como para la ciberdelincuencia, que la utiliza para perfeccionar sus campañas. Por todo ello, Tortosa destacaba la importancia de la colaboración con la empresa vasca Zerolynx que “nos permitirá ofrecer servicios especializados de gran calidad, completando así nuestro

actual catálogo de soluciones, las cuales venimos distribuyendo desde hace más de 20 años”.

Zerolynx, quien recientemente ha sido galardonado con el premio a Mejor Empresa de Seguridad TIC 2024, ofrece servicios de ciberseguridad, destacando especialmente su portfolio de hacking ético, el cual incluye numerosos servicios adaptados a la pyme, como sus revisiones rápidas para evaluar el estado de seguridad de una empresa en una semana (llamado Fast Review), y sus auditorías internas y externas para identificar vulnerabilidades en redes y sistemas de cara a mejorar su resiliencia ante ciberataques. Además, realizan análisis exhaustivos de exposición digital basados en red teams y proporcionan planes de acción detallados para solucionar los problemas detectados, basándose en estándares como NIST, CIS, ISO 27001 y ENS.

“Contar con un aliado como Ontinet.com es un valor diferencial para nosotros. Su experiencia y reputación en el sector, su potente red de distribuidores y su conocimiento en la materia nos permitirán avanzar más rápido para alcanzar nuestros objetivos estratégicos”, destaca Juan Antonio Calles, CEO de Zerolynx.

Nuevas incorporaciones al catálogo de servicios de ESET

La segunda parte de la presentación estuvo a cargo de Ontinet.com, concretamente de David Sánchez, director Comercial, y Raül Albuixech, director de Servicio y Soporte Técnico. Ambos presentaron las nuevas incorporaciones al catálogo de servicios de ESET: ESET MDR y los servicios Premium Essential y Advanced.

Sánchez indicó durante su intervención que el objetivo de estas novedades es “cubrir eficazmente la necesidad que tienen las empresas de estar mejor protegidas en un contexto de digitalización creciente y ciberdelincuencia cada vez más profesionalizada”. Añadió que “el MDR es cada vez más demandado porque es crucial contar con una ciberseguridad eficaz que permita a las empresas concentrarse en sus tareas diarias sin sobresaltos y resolver los problemas que puede conllevar la implementación de un programa de seguridad”.

Profundizando en las novedades, Albuixech puntualizó que “ESET MDR es una innovadora solución destinada a abordar los retos de ciberseguridad cada vez más complejos a los que se enfrentan las pymes, tanto aquellos derivados de la ciberdelincuencia como los relacionados con el cumplimiento de la normativa legal y de seguros”.

La ventaja competitiva de ESET MDR reside en que, respaldada por la tecnología de vanguardia y la experiencia humana de ESET, puede detectar y responder a amenazas avanzadas en un plazo de 20 minutos. Albuixech también destacó el importante papel del soporte dentro de la seguridad digital de una empresa, presentando el Soporte Premium de ESET, diseñado para responder a las consultas con prontitud, resolver problemas rápidamente y ayudar a maximizar el potencial de las soluciones de la compañía.

SonicWall reúne a sus partners europeos en el evento Elevate 2024



SonicWall reúne a más de 165 partners europeos en su evento para EMEA “SonicWall Elevate 2024”, que ha tenido lugar en Lisboa los pasados 27 y 28 de junio. Se trata del principal evento para partners de la compañía en el que los asistentes han podido conocer de primer mano todas las novedades de SonicWall, como sus recientes adquisiciones y la hoja de ruta de siguientes lanzamientos, con el claro objetivo de ayudar a las organizaciones a crear medidas defensivas desde la nube hasta el punto final.

SonicWall Elevate implica compartir actualizaciones clave sobre los productos de seguridad de red, inteligencia de amenazas, así como las adiciones recientemente adquiridas que incluyen Security Service Edge (SSE),

Zero Trust Network Access (ZTNA) y servicios adicionales de seguridad gestionada para la detección y respuesta a amenazas (MDR). Además, con la nueva plataforma, SonicPlatform, los usuarios obtienen un backend unificado para la visibilidad de amenazas y flujos de trabajo simplificados, posicionando a SonicWall de forma única con una solución de extremo a extremo.

Elevate 2024 está diseñado para ofrecer a los partners todas las herramientas que necesitan para tener éxito de cara el futuro, incluyendo:

- Demostraciones exclusivas de la última tecnología de SonicWall, incluida la nueva consola “SonicPlatform” y Security Servi-

ce Edge-ZTNA procedente de la adquisición de Banyan Security

- Información sobre cómo aprovechar las recientes adquisiciones y cómo los partners pueden crecer y diversificar su negocio para aumentar los ingresos
- Aumentar el valor de las soluciones de seguridad de red y ver lo que está por venir
- Todo lo que los partners necesitan saber para disminuir la fatiga por alertas y aumentar las oportunidades con la protección SOC 24x7 de SonicWall MDR
- Sesiones interactivas, con talleres y preguntas y respuestas
- Oportunidades para que los partners envíen sus comentarios directamente a la dirección ejecutiva de SonicWall

“SonicWall está experimentando trimestres consecutivos de crecimiento de partners, impulsado por la expansión explosiva de nuestro programa de proveedores de servicios, las recientes mejoras del programa y un enfoque dedicado al compromiso del canal. En los últimos tres trimestres, SonicWall ha experimentado un aumento del número de partners que realizan transacciones, incluyendo un crecimiento intertrimestral del 4%”, comenta Sergio Martínez, Senior Manager Regional Sales Iberia de SonicWall.

NetApp presenta su estrategia de canal en su evento anual Partner Academy

El proveedor de infraestructura de datos inteligente NetApp anunciaba durante la celebración del Partner Academy FY25, un evento de formación dirigido a sus partners, su estrategia de canal de distribución para el nuevo año fiscal (abril 24-abril 25). El encuentro itinerante, que se celebra en Barcelona, Madrid, Bilbao y Lisboa, se centra en la modernización del centro de datos y su protección ante las amenazas actuales, abordando temas como la ciber resiliencia y la protección de datos. Además, el fabricante detalla el tipo de formación que se ofrecerá en los próximos meses para actualizar a los partners en los nuevos productos, los nuevos beneficios para el programa de canal, así como la integración de productos con los entornos de NetApp por las alianzas.



En esta decimoquinta edición bajo el título ‘Intelligent Data Infrastructure. Construyendo el futuro’, NetApp busca proporcionar a sus partners las herramientas y conocimientos necesarios para afrontar los desafíos del futuro gracias a su propuesta de valor. El Partner Academy reúne a unos 350 profesionales de España y Portugal, de sus 140 partners certificados en Iberia, que acuden a conocer más de cerca los nuevos productos de la compañía y la estrategia que acompaña a cada uno de ellos. En especial, se abordó la importancia de la ciber resiliencia y cómo las soluciones de NetApp pueden ayudar a proteger los datos críticos de las empresas ante amenazas cada vez más sofisticadas.

“Es crucial que nuestros partners estén al tanto de las últimas tendencias y estrategias en la modernización y protección de datos,” afirma Francisco Torres-Brizuela, director de Canal de NetApp. “Nuestra misión es brindarles la formación y el soporte necesario para que puedan implementar soluciones efectivas y seguras, y sin duda el Partner Academy FY25 es una excelente oportunidad para fortalecer nuestra colaboración y avanzar juntos hacia un futuro más seguro y eficiente”.

El compromiso de NetApp con la innovación y la seguridad se refleja en la estructura y contenido de estos eventos, con sesiones diseñadas para ofrecer un balance entre teoría y práctica, asegurando que los partners comprendan las nuevas estrategias y puedan implementarlas de manera efectiva en sus entornos, todo ello bajo el patrocinio de partners como Arrow, Intel, Commvault y ProLion.

La IA protagonista en Experience Day MCR Gaming 2024

Alrededor de 200 personas asistieron a Experience Day MCR Gaming 2024, el evento anual organizado por el mayorista celebrado en el Espacio Ventas de Madrid en el que participaron más de una treintena de marcas y en el que la Inteligencia Artificial fue una de las grandes protagonistas, destacando su creciente impacto en el sector del gaming.

La jornada comenzó con una presentación de la mano del periodista deportivo especializado en eSports, Sergio Perela, ya habitual en estas galas. A continuación, y durante la bienvenida a los asistentes, tanto Pedro Quiroga, CEO de MCR, como Eduardo Moreno, director general de la compañía española, hicieron la valoración sobre la situación que atraviesa el negocio del gaming y en el que MCR es referente, líder del mercado, con un catálogo con más de 48 marcas y 2.000 referencias de producto.

Los directivos de MCR coincidieron en señalar que el primer semestre del año ha sido "peor de lo esperado" y que por tanto, la recuperación en la segunda parte del ejercicio podría tardar más de lo deseado. En cuanto a líneas de producto, mientras que los portátiles caen por encima del 20%, los monitores y las tarjetas gráficas crecen con fuerza.

Análisis del mercado y el rol de la IA

También repitió Elena Toribio, Business Manager de GfK, que analizó la situación del mercado actual, haciendo una radiografía de cómo se ha comportado en lo que va de

2024. Según datos de la consultora, el parque instalado de PC todavía no está obsoleto y le estaría costando más superar las ventas de años anteriores. "Si clasificamos los dispositivos (PC sobremesa y portátil, monitores y periféricos) en Gaming y No Gaming, el comportamiento de Gaming es menos negativo (-1,2% de caída en Gaming frente a -8,2% en No Gaming). En cuanto a categorías, serían los PC los que peor tendencia presentan ya que los periféricos facturan más que en 2023.

Otro dato a destacar es que el canal de venta con mayor participación es el online, aunque en el caso de monitores y periféricos, la venta en tienda física va ganando terreno. "En cuanto a estacionalidad, también se encuentran diferencias si la venta es online, donde el 15% de la facturación de los últimos doce meses se concentra en noviembre (Black Friday, Cybermonday...), mientras que en tienda física tienen más importancia los meses de campaña de Navidad (diciembre y enero)", concreta Elena Toribio.

Sesiones especializadas y networking

El evento continuó con sesiones dedicadas a diferentes aspectos del mundo gaming. La primera, "La presencia de la IA en el gaming y en los videojuegos" moderada por Nerea Luis, doctora y consultora en IA, y que contó además con la participación de las marcas Intel, Samsung y Razer.

Como señaló Nerea Luis, "la inteligencia artificial está ahora en un momento expansi-

vo y está claro que cada vez va a ser más transversal a cualquier sector. Vamos a ver diferentes tipos de IA y va a haber una muy cercana al usuario en ese formato de asistentes, donde la IA va a actuar como copiloto que va a ayudar a hacer mejor las tareas, ya sea en el sector de la ofimática o del gaming. Luego hay otro tipo de inteligencia artificial que va a ser más transparente al usuario, es decir, aquella que no se va a ver de forma tan explícita, y que relacionada con el gaming (hemos mencionado varios ejemplos), tienen que ver con limpiar mejor el sonido, tener una mayor calidad de imagen, la narrativa dentro de un videojuego, transmitir antes... y que tiene relación con la infraestructura de red".

Igualmente, Experience Day MCR Gaming 2024 contó con una extensa zona de ocio con simuladores, PC Gaming y consolas (Samsung, LG, MSI e iiyama), así como un espacio para vivir una experiencia inmersiva de Realidad Virtual con HTC Vive.

También durante la jornada se desarrollaron dos talleres impartidos por el youtuber Toro Tocho: "Monta tu PCR gaming" y "Set-up para streaming" con la colaboración de iiyama y en los que se mostraron las novedades en monitores de la marca.

Premios a los Mejores Productos Gaming 2024

Como es habitual, Experience Day MCR Gaming 2024 sirvió de escenario para la entrega de premios a los "Mejores Productos Gaming 2024", elegidos por votación de los clientes. Los galardonados fueron:

- *Mejor Monitor:* LG OLED UltraGear 32"
- *Mejor Portátil:* MSI Titan HXA14VHG-076ES
- *Mejor Periférico:* Teclado Corsair K65 Plus Wireless
- *Mejor Accesorio Gaming:* Gafas de VR HTC Vive XR Elite
- *Mejor Componente:* SSD Samsung 990 PRO 4TB

Punto de encuentro para el sector

Experience Day MCR Gaming 2024 fue un año más el punto de encuentro del sector en el que los profesionales pudieron tomar el pulso a este dinámico mercado. En esta ocasión, MCR reunió a una amplia gama de marcas como Aorus, APC, Asus, Ayaneo, Cooler Master, Corsair, Creative, Dahua, Drift, Elgato, Fractal, Gigabyte, Hyperx, iiyama, Intel, Lexar, LG, MSI, Nitro, Nzxt, Predator (Acer), Razer, Redstring, Salicru, Samsung, Steelseries, Thrustmaster, Ulefone, HTC Vive, Western Digital, Yamaha, Zowie (Benq) y ZTE.



Permanentemente conectados para poder desconectar.



Nueva gama SLC TWIN PRO3 y RT3

SAI On-line doble conversión con IoT y app Nimbus

De 1 kVA a 10 kVA FP=1

Formatos torre (PRO) y torre/rack (RT)

Sobrecarga del 125% durante 5 minutos

Salidas programables para cargas críticas / no críticas

Cargador optimizado

Fácil reemplazo de batería

Display LCD multilingüe



SLC TWIN PRO3

SLC TWIN RT3



Síguenos en:



¡PROTÉGETE! PALABRA DE EXPERTO.

Dell reúne a su canal español en Channel Vision 2024

Dell Technologies ha reunido a sus partners españoles en su evento anual Channel Vision 2024, que se ha celebrado en el Green Patio de Madrid. El encuentro, al que han asistido 290 profesionales del canal, ha contado con la colaboración de Intel y Microsoft, así como de los mayoristas Arrow, Esprinet/V-Valley, TD Synnex y Valorista.



Nacho Martín, director de canal de Dell Technologies en España.

Esta reunión del canal de Dell ha servido también como celebración del 40 aniversario de la compañía, repasando en el evento la evolución de la misma desde su origen, enfocado en el mundo del PC, hasta la actualidad, como proveedor de referencia de infraestructura tecnológica de extremo a extremo. Asimismo, se ha pasado de un modelo de negocio en el inicio de exclusivamente venta directa a otro en el que el canal de distribución es cada vez más importante.

Durante estos cuarenta años de historia, Michael Dell ha ocupado una posición de liderazgo en cada revolución tecnológica, y según se mostró en el evento de partners, en estos momentos la compañía ya está posicionada para seguir ocupándolo en la próxima, que girará alrededor del poder del dato y de la inteligencia artificial generativa.

Asimismo, Dell ya está ofreciendo a las organizaciones la capacidad necesaria para que puedan elegir con libertad dónde poner sus cargas de trabajo y conseguir que los datos sean capaces de

*«Nuestros partners son la base de nuestra estrategia. En Dell Technologies queremos reconocer su esfuerzo continuo a la hora de dotarse de las capacidades necesarias para poder satisfacer las necesidades de negocio de sus clientes en un entorno en constante evolución»
(Nacho Martín, Dell)*

fluir de manera libre y segura entre diferentes clouds públicas y privadas, logrando que todos los sistemas involucrados se comporten como un único sistema, y no como un grupo de diferentes silos parcialmente conectados. Es una aproximación que Dell llama Multicloud por Diseño.

El papel del canal en la nueva revolución de la IA

Para avanzar en esta nueva revolución tecnológica, Dell quiere contar con el apoyo de su canal. En este sentido, Nacho Martín, director de canal de Dell Technologies en España, afirma que “trabajamos para ayudar a nuestros partners a sacar todo el partido a esta oportunidad. Teniendo en cuenta que los tres motores de la IA son los datos, los algoritmos y las plataformas en las que se almacena y con las que se procesa la información, desde Dell Technologies nos comprometemos a poner a disposición de nuestros partners las mejores plataformas para que las organizaciones puedan maximizar el retorno de sus inversiones de GenAI: servidores especialmente diseñados para esta función (PowerEdge XE), redes, almacenamiento, software, servicios y, por supuesto, la posibilidad de consumir todo bajo un modelo as a Service y de adquirir cada componente de forma separada o como una solución integrada en arquitecturas de referencia prevalidadas DVD (Diseños Validados Dell)”.

Durante su intervención en Channel Vision 2024, Martín ha hecho también referencia a las alianzas que mantiene Dell con otros proveedores líderes, como Intel, AMD y, especialmente, con nVidia, “con quien hemos ampliado nuestra iniciativa Dell AI Factory incluyendo novedades en servidores, edge, estaciones de trabajo, soluciones y servicios. Todo con el objetivo de acelerar la adopción de la IA y la innovación que aporta”.

Asimismo, el director de canal de Dell en España ha repasado las novedades de la compañía en el campo del Puesto de Trabajo. “Para optimizar el uso que hacen los usuarios de diferentes herramientas en la nube acabamos de anunciar una nueva gama de portátiles Latitude que incluyen procesadores Meteorlake de Intel con el procesador NPU incorporado”.

Pero todo ello sin olvidar que la IA va a experimentar también una explosión en el entorno on-premise. “Microsoft acaba de anunciar el lanzamiento de Copilot Plus, que se va a poder ejecutar en local, así como de una nueva categoría de PCs llamados Copilot Plus Ready PCs, con unos requisitos enormes de operaciones por segundo. La buena noticia es que a partir del próximo 18 de junio Dell va a tener disponibles nuevos equipos Latitude y XPS con procesadores Qualcomm Snapdragon, que son los únicos que actualmente cumplen con los requisitos que exige Microsoft”, confirma Martín.


Premios Partner del Año

Dell ha aprovechado la celebración de la edición española de Channel Vision 2024 para entregar sus galardones Partner del Año, que reconocen el esfuerzo, compromiso y profesionalidad de las com-



pañías que forman parte de su canal en España. En esta edición, los premiados han sido los siguientes:

- *Partner del año en la categoría de Soluciones Cloud:* ASAC. Dell Technologies destaca la importante inversión llevada a cabo por esta firma en la modernización de sus datacenters, así como su capacidad para ejecutar proyectos de APEX Backup Services.
- *Partner del año en la categoría de Capacitación en Portfolio Dell Technologies:* Becomit. No en vano, esta compañía ha certificado a cinco profesionales en el área de Storage durante el último ejercicio.
- *Partner del año en Transformación del Puesto de Trabajo:* DXC. Se ha destacado el proyecto Maxam, que hasta el momento ha supuesto una facturación de medio millón de euros en PCaaS.
- *Partner más colaborador:* Enetic. Esta empresa ha jugado un papel clave a la hora de fomentar un entorno colaborativo entre Dell y los clientes, facilitando el intercambio de ideas, recursos y buenas prácticas.
- *Partner más innovador:* Global IT. Esta empresa ha demostrado una capacidad excepcional para anticiparse al mercado y adaptar su modelo de negocio a las necesidades de las organizaciones.
- *Partner del año en la categoría de Generación de Nuevo Negocio:* Iberiza. Dell reconoce la labor de Iberiza destacando su compromiso excepcional y el desarrollo de una serie de estrategias efectivas y dinámicas enfocadas a la generación de nuevo negocio, que han permitido a esta empresa posicionarse en la cima del rendimiento a nivel europeo.
- *Partner del año en Soluciones de Datacenter:* IPM. Este partner ha ganado el proyecto más grande de Edge Computing en EMEA, que además de su magnitud presenta una alta exigencia en tiempos y una gran complejidad en cuanto a la logística y despliegue de servicios.
- *Partner Revelación:* Kuik. Este socio, que ya ha alcanzado la categoría de Partner Gold, ha crecido tanto en facturación como en certificaciones de Dell Technologies, apostando por el crecimiento en cuenta nueva y la excelencia técnica.
- *Partner del año en Soluciones de Ciberseguridad:* Meinsa. Es un partner certificado en ciberseguridad que como consecuencia de su proactividad en las áreas de marketing y comercial ha conseguido ganar diferentes proyectos en el área de Cataluña.
- *Partner del año en Soluciones APEX:* SCC. Este partner ha demostrado una implicación total con el mundo APEX, tanto en acciones comerciales y de marketing como en formación.
- *Dell Technologies ha galardonado también a dos mayoristas:* Arrow, en la categoría de Mayorista del año en Soluciones de Datacenter, y TD Synnex como Mayorista del año en Puesto de Trabajo.

“Nuestros partners son la base de nuestra estrategia. En Dell Technologies queremos reconocer su esfuerzo continuo a la hora de dotarse de las capacidades necesarias para poder satisfacer las necesidades de negocio de sus clientes en un entorno en constante evolución”, concluye Nacho Martín. 

Dell presenta su estrategia B2B en el MSi

Acompañado de Intel y Microsoft, Dell celebró el pasado 25 de junio el evento “Explora el futuro de la Tecnología: Innovaciones y tendencias desde DTW 2024”, donde se presentaron las novedades anunciadas en Dell Technologies World 2024 de Las Vegas. De la mano de sus principales expertos y sus socios, los partners que acudieron a la cita pudieron descubrir las últimas tendencias en ordenadores y en infraestructura multicloud en diversas sesiones paralelas, y lo último en producto de Dell en la zona de exposición, desde servidores a accesorios y periféricos, pasando por monitores y equipos personales y donde destacó el reciente lanzamiento de la solución de almacenamiento All-Flash para empresas Dell PowerStore 4.0. La introducción de la IA generativa de serie en los equipos PC+ con Copilot van a marcar un antes y un después en el workspace, así como la discontinuidad del Windows 10 el próximo verano de 2025. Igualmente, los MLL van a revolucionar la analítica de datos y condicionar las estrategias de negocio de compañías de todo tipo de actividad, tamaño y geografía, que van a demandar centros de datos más potentes, más cercanos y con la menor latencia posible.

La jornada dio comienzo con la intervención de la directora general de Dell, María Antonia Rodríguez, que, junto con el director de preventa Óscar Rivas y el CTO Julio César Gómez, hicieron un resumen de todos los lanzamientos y actualizaciones que se han producido en Dell Technologies World, así como el roadmap para ir las aterrizando en la oferta del canal. Luego los asistentes pudieron dividirse en dos sesiones, la dedicada al Modern Data Center + Multicloud + Edge, y la otra a Modern Workplace / IA.

El marco elegido fue el MSi (Motor & Sport Institute) en el polígono Ventorro del Cano en Alcorcón (Madrid), un centro de alto rendimiento de más de 2.500 m2 dedicado a vehículos de competición de dos y cuatro ruedas impulsado por Teo Martín, y que ofreció además una interesante visita por sus distintos departamentos de formación, diseño y testeo, así como una fabulosa colección de coches y motos de carreras originales, para finalizar la mañana de trabajo con una experiencia inmersiva en los simuladores. Un gran descubrimiento para muchos de los asistentes de ver in situ alta tecnología española aplicada en un caso real.



MERCANZA®



espacyo

El ERP analítico para tu empresa

Integra todas las funciones de tu organización en un
único sistema de gestión empresarial **en la nube**



Espacyo recoge la experiencia de los más de 30 años en los que el equipo de desarrollo de **Mercanza** ha diseñado soluciones útiles para cubrir las necesidades de información del mundo de los negocios actual.





Sistema modular

adaptable a cualquier tipo de empresa



www.mercanza.es



canal de
distribución
+34 913 603 100
canal@mercanza.es

Subin George (ManageEngine): «Nuestra línea de soluciones SaaS experimentó un impresionante crecimiento del 72% durante 2022»

ManageEngine es una división del desarrollador indio Zoho Corporation que ofrece soluciones ITSM integrales de administración de operaciones de seguridad y TI nativas de la nube y en las instalaciones en tiempo real. Sirven tanto para organizaciones globales como para proveedores de servicios administrados MSP y MSSP, que buscan garantizar el rendimiento óptimo de su infraestructura, incluidas redes, servidores, aplicaciones, puntos finales y más.

Tras la adquisición de Ireo –un VAR especializado en seguridad fundado en 2002–, por parte del mayorista ALSO hace un par de años, ManageEngine que era una de las joyas del catálogo es usado hoy como tarjeta de presentación de la multioferta de productos y servicios en múltiples foros y acciones ante partners. La distribución cuenta con el apoyo de 18 centros de datos, 20 oficinas y más de 200 socios de canal en todo el mundo para ayudar a las organizaciones a alinear estrechamente su negocio con TI.

La nueva estructura en España está comandada por Subin George, Regional Manager de ManageEngine para el sur de Europa y Latinoamérica, que ha tenido la deferencia de dedicarnos unos minutos de su tiempo para comentarnos los próximos objetivos y las expectativas del mercado español.

¿Qué hace ManageEngine?

ManageEngine es la división de gestión de TI empresarial de Zoho Corporation, que se especializa en el desarrollo de software integral para la ITSM/ITOM adaptado a empresas y organizaciones de todos los sectores.

Contamos con un equipo de más de 9.000 empleados dedicados al desarrollo de productos y soluciones, enfocados completamente en las necesidades del cliente y en satisfacer las demandas del mercado actual.

Realizamos controles periódicos del estado del sistema, organizamos talleres técnicos, ofrecemos capacitación personalizada y compartimos las mejores prácticas para mantener una comunicación constante con nuestros clientes, y construir con ellos relaciones sólidas y duraderas.



Subin George, Regional Manager de ManageEngine para el sur de Europa y LatAm.



«Realizamos controles periódicos del estado del sistema, organizamos talleres técnicos, ofrecemos capacitación personalizada y compartimos las mejores prácticas para mantener una comunicación constante con nuestros clientes, y construir con ellos relaciones sólidas y duraderas» (Subin George, ManageEngine)

¿Cuánto tiempo llevas operando en España?

Estamos activos en España desde 2006. Nuestro crecimiento más notable se ha producido en los últimos años, impulsado por el constante aumento de la demanda y la adopción generalizada de nuevas soluciones de gestión de TI por parte de diversas empresas.

¿Cuáles son sus productos, soluciones y servicios más destacados?

Entre la gran variedad de soluciones que ofrecemos, destacamos nuestra línea de soluciones SaaS, que experimentó un impresionante crecimiento del 72% durante 2022 y es cada vez más demandada por nuestros clientes en España.

Además, nuestras soluciones UEMs para la seguridad y la gestión unificada de dispositivos en el endpoint han sido bien recibidas. Del mismo modo, las soluciones PAM para administrar el acceso de usuarios privilegiados a los sistemas empresariales, así como las soluciones SIEM para el monitoreo en tiempo real de eventos y la seguridad de la información, también han tenido una buena acogida.

Por otro lado, nuestras soluciones de prevención de pérdida de datos (DLP) han tenido una gran demanda debido a un aumento del 43% en los ciberataques a empresas españolas el año pasado. Estas soluciones ayudan a prevenir la pérdida o fuga de información confidencial, lo cual es crucial en un momento en el que muchas empresas han sufrido filtraciones que expusieron datos confidenciales de sus clientes.

Respecto al canal, ¿cuál es vuestra estrategia en España?

Nuestra estrategia se centra en fortalecer la relación con nuestro socio de canal ALSO en España. Recientemente llevamos a cabo un programa de formación para socios en Madrid y estuvimos organizando un evento en Portugal durante el mes de mayo que tienen como objetivo proporcionar formación adicional a nuestros socios. Estos programas son esenciales para integrar nuevo personal y mejorar la formación técnica y comercial.

Además, utilizamos la plataforma en línea TrainerCentral para publicar cursos y certificaciones clave para nuestros socios, lo que

mejora la eficiencia y facilita el seguimiento del desempeño empresarial y de los socios.

¿Tiene algún otro socio mayorista en nuestro país?

No, solo trabajamos con ALSO, un socio muy valioso para nosotros, ya que como proveedor de tecnología facilita la conexión entre proveedores y compradores de la industria TI. Este mayorista juega un papel clave en nuestra colaboración en España y Portugal y ya nos ha ayudado a estar presentes en un gran número de provincias españolas. Según Luis Pedroche, su director de desarrollo de negocio, esta iniciativa refleja el compromiso con el éxito compartido y la excelencia en la prestación de servicios de consultoría a nuestros clientes.

¿Comercializan también sus soluciones directamente al cliente final o todo el proceso se realiza a través del canal?


Nuestra estrategia de distribución implica principalmente y en gran medida colaborar con socios de canal, aunque también interactuamos directamente con ciertos clientes finales cuando es necesaria una atención personalizada o especializada. Este enfoque dual nos permite atender de manera eficiente a una amplia gama de clientes en diversos sectores y regiones.

¿Cuáles son los sectores y tipos de empresas a los que dirijáis principalmente vuestras soluciones?

Atendemos una amplia variedad de industrias y tipos de empresas. Destacamos especialmente nuestras soluciones para bancos e instituciones financieras, empresas de telecomunicaciones, proveedores de seguros, empresas manufactureras, instituciones educativas, empresas de subcontratación de procesos de negocio (BPO), compañías farmacéuticas y hospitales.

En cuanto a cifras de negocio y clientes, ¿puedes contarnos cómo ha ido el pasado 2023 y cuáles son tus expectativas para 2024?

Durante el año pasado, experimentamos un crecimiento notable en nuestra base de clientes, superando los 1.400 clientes en la región Iberia. Nuestras soluciones en la nube tuvieron unos resultados excepcionales, con un aumento del 72%, mientras que nuestro UEMs crecieron un 24%. Además, nuestras soluciones de seguridad, como DLP y PAM, mostraron un crecimiento del 52% y 30%, respectivamente.

Este año tenemos altas expectativas de crecimiento en todas nuestras líneas de negocio, especialmente en soluciones como SIEM, PAM, UEMs y aquellas alojadas en la nube. Nuestro objetivo es superar el 30% de crecimiento en estas áreas y estamos explorando la posibilidad de expandirnos a nuevas regiones agregando nuevos socios locales, con el objetivo de aumentar nuestra base de clientes en un 25%. 

Una solución integral de gestión del ecosistema SaaS

ManageEngine acaba de anunciar el lanzamiento de SaaS Manager Plus, una solución de administración del SaaS (Software-as-a-Service) para empresas, que se integra a la perfección con las aplicaciones de Zoho y otras ampliamente utilizadas en el mercado, lo que permite a los administradores de TI y a los gerentes financieros optimizar sus ecosistemas e identificar oportunidades de ahorro de costes para una mejor asignación del presupuesto.

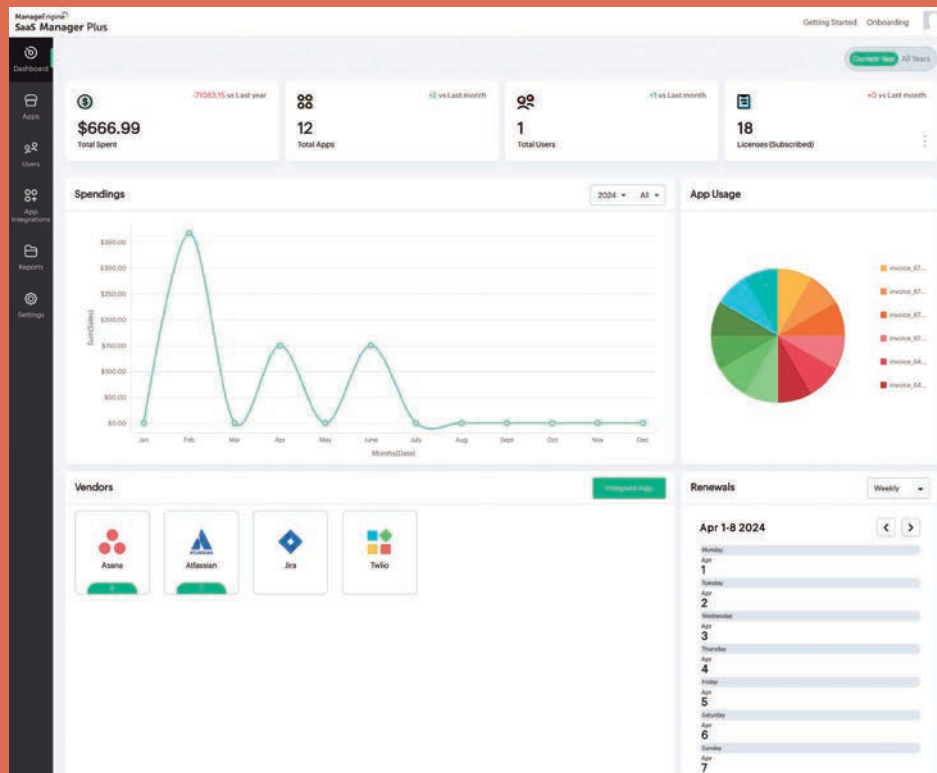
Gartner proyecta que el gasto mundial en servicios de aplicaciones de nube pública en pago por uso en 2024 será de alrededor de 244.000 millones de dólares, representando un crecimiento del 19%. Con las organizaciones cambiando rápidamente a aplicaciones basadas en suscripciones en la nube, surge un gran desafío para los equipos de TI: la expansión, racionalización y optimización del modelo SaaS. Además, deben esforzarse por descubrir todas las aplicaciones SaaS que utilizan los empleados, gestionar los permisos de acceso y garantizar un uso seguro en una plantilla distribuida geográficamente.

“En nuestro viaje hacia la innovación impulsada por la comunidad dentro de varias organizaciones, lidiamos con un número cada vez mayor de aplicaciones SaaS que sirven principalmente como una herramienta de soporte para los usuarios. Estas aplicaciones no solo son agotadoras para administrar manualmente, sino que se suman a nuestro creciente gasto en TI. Existe la necesidad de una herramienta robusta que nos ayude a realizar un seguimiento de las facturas y descubrir aplicaciones, regulando así las ineficiencias de costes asociadas con la expansión de SaaS”, comenta Michael Curn, director de tecnología de la información y seguridad de NEAR Foundation.

Mejora del ecosistema SaaS

SaaS Manager Plus hace frente a estos desafíos al proporcionar una plataforma unificada para la gestión de SaaS. Agiliza la detección, aplica controles de acceso y ofrece información valiosa sobre el uso, lo que permite a los equipos de TI obtener control sobre sus ecosistemas SaaS, optimizar los costes y garantizar la seguridad de los datos, todo mientras capacita a una fuerza laboral remota productiva.

“Si bien las estrategias multi-Cloud y multi-SaaS ofrecen enormes beneficios,



el uso ineficiente de los recursos de la nube y el aumento de los costes podrían hacer fracasar las operaciones comerciales. Un enfoque disciplinado de FinOps podría ayudar, pero la mayoría de las organizaciones luchan por alinearlo bien con sus prácticas de gestión en TI, finanzas, operaciones, etc. SaaS Manager Plus aporta uno de los componentes clave de FinOps a ManageEngine, que continúa evolucionando hasta convertirse en una plataforma, abordando así este desafío para nuestros clientes. Este lanzamiento es una confirmación de nuestro compromiso con resolver los problemas de gestión de la tecnología de extremo a extremo para las empresas”, afirma Rajesh Ganesan, presidente de ManageEngine.

SaaS Manager Plus proporciona un descubrimiento y optimización de las suscripciones de SaaS para reducir costes y maximizar el retorno de la inversión (ROI) y la productividad. El nuevo aplicativo contempla una serie de aspectos destacados de la gestión ITSM completando el enfoque 360 y alumbrado la TI invisible (ShadowIT):

- Facilita una visión completa de todas las suscripciones SaaS activas, incluidas las métricas de uso, las fechas de renovación y los costos asociados.

- Identifica las suscripciones infrautilizadas y las oportunidades de consolidación, lo que supone un importante ahorro de costes y maximiza el retorno de la inversión (ROI).
- Integración con los principales sistemas de gestión de identidades y accesos, software de asistencia técnica y plataformas de contabilidad para una integración perfecta del flujo de trabajo y una mayor productividad.
- Genera informes detallados sobre las tendencias de gasto de SaaS, las métricas de uso y los desgloses de costos para facilitar la toma de decisiones informadas y la planificación presupuestaria.
- Proporciona alertas proactivas e información sobre las próximas renovaciones de suscripciones y evita gastos innecesarios a través de estrategias de optimización oportunas.

Precios y disponibilidad

SaaS Manager Plus ya está disponible en las ediciones Standard y Free. Los precios se basan en el número de usuarios. La edición estándar comienza en 250 dólares al año para 25 usuarios, y la edición gratuita admite hasta cinco usuarios. Una versión de prueba de 30 días completamente funcional también está disponible en <https://mnge.it/prsignup>.

Equilibrio



Los entendemos.

Por eso creamos AnyDesk: un software de acceso y control remoto ágil para conexiones rápidas y fiables cuando más las necesitas.

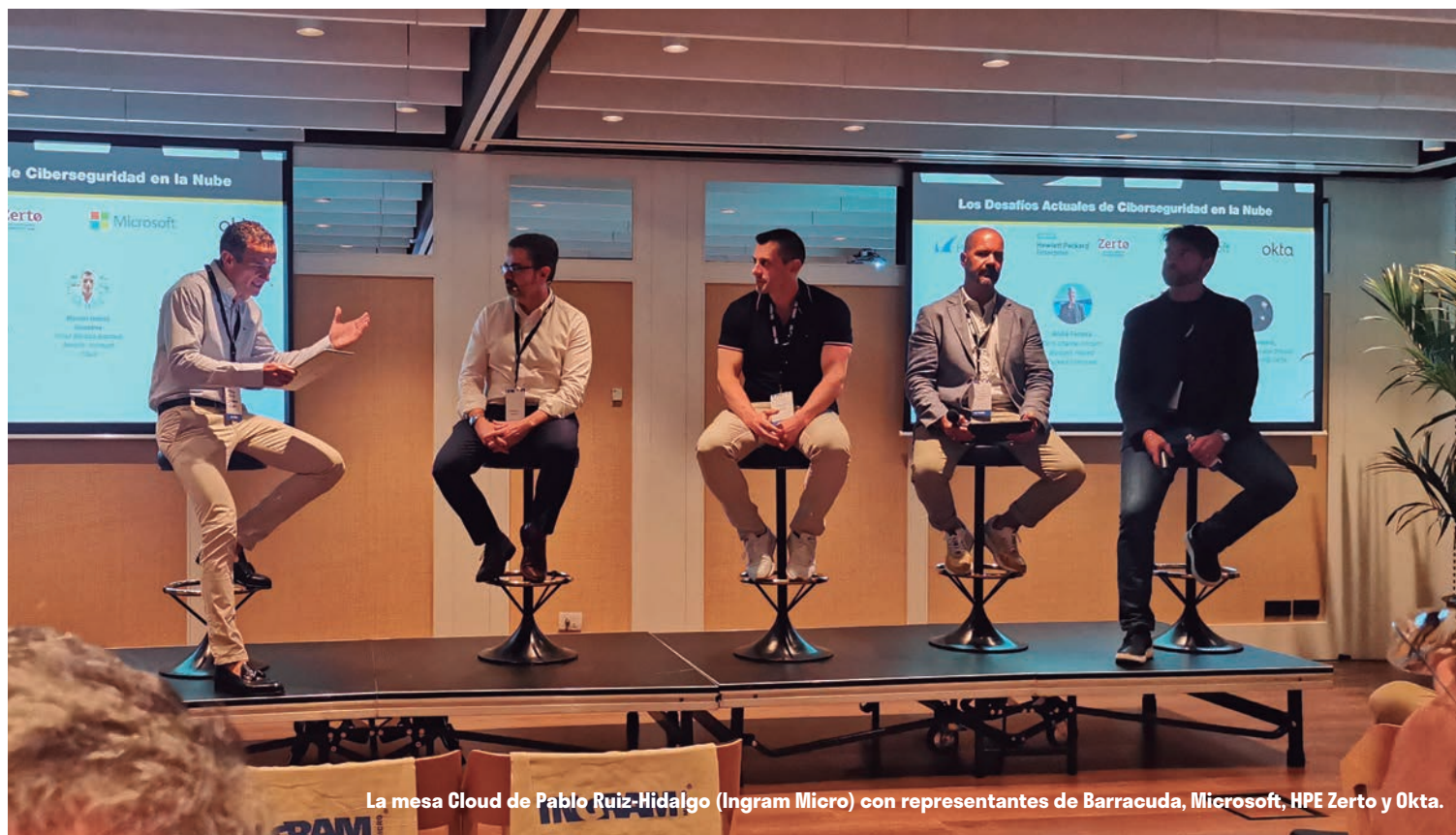
Con controles de acceso seguros y completos y expertos disponibles, el poder del equilibrio está al alcance de tus manos.

anydesk.com



Ingram Micro analiza los riesgos de la GenAI para la ciberseguridad empresarial

El II Cibersecurity Event de Ingram Micro ha reunido en Madrid a directivos de Microsoft, Cisco, Barracuda, Datacore, Sonicwall, Okta, Sophos y Zerto (empresa adquirida por HPE), así como al experto y divulgador Néstor Guerra, para analizar el impacto de la IA en la ciberseguridad y compartir las claves de una defensa más robusta para las empresas en un entorno en el que los peligros se verán magnificados.



La mesa Cloud de Pablo Ruiz-Hidalgo (Ingram Micro) con representantes de Barracuda, Microsoft, HPE Zerto y Okta.

Ingram Micro, el distribuidor de servicios y soluciones TI, ha logrado reunir a un centenar de participantes en el II Cibersecurity Event, un evento distendido que aúna la exposición de máximos directivos de las empresas involucradas en dos amenas mesas de debate y que culminaron con un afterwork en la azotea del hotel Bless para que profesionales, distribuidores y clientes pudieran intercambiar ideas sobre temas de interés para el mundo empresarial.

En esta segunda entrega, y bajo el título '¿Cómo mejorar la seguridad ante las amenazas de la inteligencia artificial?', el mayorista se ha centrado en analizar el impacto de la IA en la ciberseguridad y los nuevos riesgos asociados a la llegada

masiva de esta tecnología, que también puede servir para defenderse de ciberataques más sofisticados. "La inteligencia artificial es un factor disruptivo en la industria digital, y la ciberseguridad no es ajena a ello", nos confirmaba Alberto Pascual, Executive Director de Ingram Micro, que en esta ocasión estaba de oyente.

Por su parte, Martín Trullás, Advanced Solutions Director de Ingram Micro, daba el pistoletazo de salida a "un evento muy especial porque nos permite analizar entre los expertos esta época de cambio que estamos viviendo en el sector con la llegada y el impacto de la Inteligencia Artificial, buscando la forma de blindarnos ante la previsible y temida alianza de la IA con el cibercrimen, un escenario que se

podrá afrontar con éxito si las empresas confían en soluciones robustas y profesionales que también utilicen la IA para mejorar sus capacidades de detección y respuesta".

Un futuro a la vuelta de la esquina

La tarde arrancaba con una ponencia de Néstor Guerra, analista centrado en el uso de la inteligencia artificial en el ámbito corporativo, quien ha destacado que "estamos en el punto de partida del desarrollo de la IA y vamos a ser testigos de un gran cambio. Actualmente, trabajamos con modelos entrenados, pero vamos a tener a nuestra disposición agentes funcionales. Es decir, vamos a vivir una época en la que pasaremos de tener máquinas que escriben a máquinas que hacen".

*«Estamos buscando la forma de blindarnos ante la previsible y temida alianza de la IA con el cibercrimen, un escenario que se podrá afrontar con éxito si las empresas confían en soluciones robustas y profesionales»
(Martín Trullás, Ingram Micro)*

Después, se ha dado paso a dos mesas redondas temáticas, en las que han participado responsables de diversas empresas del catálogo de Ingram Micro expertas en Cloud Computing, Ciberseguridad e Inteligencia Artificial.

En la primera de ellas, 'Los desafíos actuales de ciberseguridad en la nube', directivos de Barracuda, Microsoft Cloud, Zerto y Okta han debatido sobre las mejores fórmulas para proteger las actividades cloud de las empresas en un entorno amenazado por el impacto que la IA puede tener como aliada de los ciberdelincuentes, siendo el moderador Pablo Ruiz-Hidalgo,

responsable de Cloud en Ingram Micro para España y Portugal.

"Es un gran reto para la ciberseguridad", ha recalcado Miguel Ángel López, Country Manager Iberia de Barracuda. "Los ciberataques con IA ponen en riesgo la continuidad de cualquier empresa, porque la amenaza no entiende de tamaños de las compañías". Respecto a su relación con el partner, "no es solo el que más valor me aporta a mí, sino al cliente, y que ese cliente sea más valioso para el partner al final eso beneficia al fabricante y es lo que quiere. Para ello nosotros aportamos un portfolio que le pueda ayudar a ofre-

cer una solución más consistente y más sencilla que enganche al cliente".

"El desafío es lo que genera la oportunidad", ha defendido André Ferreira, Channel Account Manager de Zerto. "Es la distancia entre lo que el cliente quiere hacer y lo que puede hacer. Por ello el partner debe concienciar, hacerle ver esas necesidades de seguridad que tiene, y tener a disposición un portfolio completo para poder encontrar justo lo que necesita".

"La cuestión no es si nos van a atacar, sino cuándo. El objetivo es tenerlo todo en una nube para que el impacto sea el mínimo", ha explicado Luigi Semente, Alliance and Channel Sales Manager for Iberia de Okta. "Muestro partner ideal es aquel que saca valor y es capaz de salir de su zona de confort. Por ejemplo, un reseller que venda una licencia a cinco años puede multiplicar por uno y pico su valor. Pero a poco que ponga su materia gris puede multiplicar por 2,4. Pero el verdadero valor diferencial es si se pone a ejecutar valor al cliente integrándolo en el MDR o en el SOC gestionado o lo que sea, entonces se multiplica el valor por 6,2".

"Más o menos lo mismo, el pitch de ofrecer valor lo tenemos nosotros calculado en 7 euros para el partner por cada euro adquirido", señala por su parte Manuel García, Cloud Solution Architect Security de Microsoft Cloud. "No solo es revender, con un despliegue correcto ya es algo más y si le



La mesa IA de Martín Trullás (Ingram Micro) con expertos de Cisco, Datacore, Sonicwall y Sophos.



Martín Trullás, Advanced Solutions Director de Ingram Micro.

sumas más servicios das valor añadido, y al estar conectado al cliente cada vez habrá más recorrido, al menos en empresas medianas y grandes, en las pequeñas es aún difícil. Para ello hay que contar con un offering cross, no ad hoc para cada cliente, y una factoría fácil de enrolar clientes de manera industrializada y todo automatizado para poder dar más con menos y escalar sin mucho esfuerzo”. Respecto a la IA, ha asegurado que “como estamos cada vez más deslocalizados por el teletrabajo, hay que cubrir más puntos porque hay más riesgos de ataques y más amplios”.

De amenaza a aliada

La segunda mesa ha servido para ver la problemática de la ciberseguridad en la era de la inteligencia artificial desde otro prisma: cómo esta tecnología también puede ayudar a mejorar las defensas de las empresas y usuarios, precisamente por su capacidad predictiva y de trabajo en tiempo real gracias al análisis de datos.

En esta mesa, titulada ‘Inteligencia Artificial, ¿amenaza o aliado en ciberseguridad?’ y conducida por el propio Trullás, expertos de Cisco, Datacore, Sonicwall y Sophos han desvelado las claves de la IA en ciberseguridad, como herramienta para empoderar a las empresas y mejorar su posición frente a las ciberamenazas.

“La Inteligencia Artificial es una oportunidad porque el mercado necesita de soluciones tecnológicas y una alta disponibilidad. Tenemos que equiparar nuestras armas cuando vamos a ser atacados”, ha subrayado Juan José Oliver, Regional Sales Director Iberia de Datacore. “La preparación es clave, debemos disponer de las herramientas y los sistemas adecuados, además de awareness y conocimiento de tener esa

capacidad”, ha insistido. “Al partner le pido lealtad al 100%, todo un reto en estos días. Pero NIS2 llega para proteger y va a sacar mucho dinero a las calles”.

En palabras de Ángel Ortiz, director de Ciberseguridad de España y Portugal de Cisco, “los ataques son más sofisticados y más masivos por la Inteligencia Artificial”. Y añade: “Al haber sido tan líderes en networking, no se nos ve igual en seguridad, pero las dos están muy ligadas, puesto que el 80% de los datos circulan por redes. Pero juntos Cisco y Splunk es una combinación transformadora que permitirá a los clientes hacer cosas que antes no eran posibles, lo que nos hace un gran player. Hay que desarrollar dinámicas de confianza con el cliente. No es una cosa de un día que me levanto y hoy me siento ciberseguro, hay que estar complementando con capas de servicios y para ello es necesario poder confiar en empresas que vayan a estar ahí en un sector tan volátil”.

“Las pymes son las grandes desprotegidas en materia de ciberseguridad”, ha lamentado Sergio Martínez, Country Manager Iberia de Sonicwall, al tiempo que ha advertido que “los ‘malos tienen la sartén por el mango porque pueden lanzar un ataque o detectar una vulnerabilidad no cacheada en cualquier momento, sobre todo en este tipo de negocios”. Por otra parte, refiriéndose a lo que espera del canal, comentó la misma transformación que ha emprendido la compañía: “Conversión de un modelo de integrador a un prestador de servicios de seguridad MSP y MSSP. Acabamos de lanzar un SOC virtual para partners para dar servicios de MDR y XDR, jamás lo llevaremos al cliente final. Usando estos nuevos servicios se facilita


la transición, venimos del mundo del firewall, pero del castillo hemos pasado al aeropuerto y proteger la identidad es la pieza clave, una capa de protección que debe llegar a la pyme”.

“Hay mucho trabajo por hacer y tenemos un gran reto por delante”, ha concluido Carlos Galdón, Channel Director Iberia de Sophos, que referente a la pregunta de qué espera del canal, dijo: “Lealtad, awareness, servicios, MSP... nosotros que nos acompañen en el modelos de la IA. Utilizando tiempo y facilidad, que lo que era difícil se hace antes, mejorar la oferta con servicios basados en el esquema de la IA”.

El evento ha terminado con una sesión de networking y un cóctel previo a una velada amenizada por un DJ mientras el sol se ocultaba en el horizonte, y que ha puesto el broche anaranjado a una jornada de aprendizaje e intercambio impulsada por Ingram Micro junto a algunos de sus principales partners de soluciones para el mundo empresarial entre los que también había gente de Acronis, Bitdefender, Riello UPS, Tlgloo o Cordero Informáticos, con el deseo de cargar pilas en unas merecidas vacaciones y vernos a la vuelta en la siguiente cita, el Symposium que se celebra en octubre en Barcelona y que va ya por su XXI edición.

Y en octubre el Symposium

“El próximo jueves 10 de octubre volveremos a reunir a todo el canal en la vigésima primera edición del Symposium en la Fira Barcelona Gran Via, sede que estrenamos el año pasado y donde esperamos volver a recibir a más de 2.500 profesionales del canal”, señalan desde Ingram Micro. “En esta nueva convocatoria, con el lema “Re-definiendo la distribución”, contaremos con las principales marcas de tecnología del momento, para mostrar las novedades de un sector en plena ebullición. El Symposium tendrá una agenda completa de actividades, talleres y ponencias para que la jornada sea enriquecedora para todos los asistentes, siendo como hoy el networking uno los pilares del día”.

Ingram Micro dispone de una amplia gama de servicios tecnológicos, que incluyen financiación, marketing especializado y gestión del ciclo de vida, así como soporte profesional técnico pre y postventa. Además, es un practicante de la IA, pues a través de su plataforma digital Xvantage “ofrecemos lo que creemos que es la primera experiencia integral B2B de la industria, que integra suscripciones de hardware y cloud, recomendaciones personalizadas, seguimiento instantáneo de precios de pedidos y automatización de facturación.” 

Néstor Guerra (NCompany): «La máquina más tonta será más lista que el más listo de los humanos»

Lo que nos espera

Vamos camino del GPT-5, pero antes que llegue, unas consideraciones. Me gusta empezar con una analogía de Tim Urban (del blog *Wait But Why*), que como buen ingeniero, mostró una escala temporal basada en esta reflexión: hasta dónde tendrías que retroceder en el tiempo para que si te soltaran en la época actual todo te pareciera magia, y no estoy hablando de 1950 con esas primeras teles de cubo con patas. Y sería al menos hasta 1700: eso de darle a un botón y que se hiciera la luz o de que pudieras hablar viéndole la cara en el otro extremo del mundo sería maravilla. Para que otro individuo flipase con lo que había en el 1700, habría que retroceder al 12.000 aC, con la invención del dinero o de los registros de la propiedad. Y este mismo, tendría que retrotraerse 100.000 años atrás cuando siendo cazador recolector logró dominar el fuego y no morir de frío.

Ahora cojamos la Ley de Moore de los rendimientos acelerados y hagámonos la misma pregunta a nosotros mismos siguiendo la progresión geométrica: ¿qué año será en el que me parezca magia todo lo que vea? Y sale 2050. ¡Enhorabuena! Sois la primera generación que no reconoceréis nada: robots humanoides, ordenadores cuánticos, viajes espaciales... Es muy difícil predecir ese futuro, pero si quisiéramos imaginar qué tipo de negocios habrá, serían muy raros para nosotros pero muy obvios cuando ocurra.

¿Cómo serán los negocios?

Sin embargo, de todos los posibles negocios, el que más nos interesa es el de los 1.000 millones de euros con un solo empleado, que como adelanta Sam Altman (de Open.ai), será con Inteligencia Artificial Generativa. No podemos decir mucho de este unicornio, pero seguro que tendrá estos cinco conceptos:

- Automatización extrema para llevar todos los procesos internos, de ventas o de relación con clientes. Seguramente manejaremos latencias de 350 milisegundos, en vez de los 10 o 12 segundos de interacción actual, y una máquina nos contestará en nuestro idioma de manera nativa sin haber pasado por la academia. De hecho, ya este año 2024 y de forma gratuita se verán modelos que nos traducirán sobre la marcha. Comprobaremos también que hacíamos cosas ridículas en Internet, como abrir decenas de pestañas para buscar y comparar, igual que pensábamos de nuestros padres cuando tenían que

marcar en un dial de disco para llamar por teléfono. Atentos a herramientas como Whisper, para pasar de voz a texto con tasas de error inferiores a la humana (aunque por ahora solo en inglés) o Plaud Note, para transcripciones de reuniones, resúmenes y mapas mentales.

- Será un producto o servicio de carácter digital, no podrá ser de otra forma si queremos escalar. Y tendrá mucho, mucho, código abierto, como Stability.ai, LLaMa 3 (Meta) o Phi-3 (Microsoft). Herramientas como Devin AI o Cognition con Microsoft pueden hacer cosas muy molonas.
- Resolver un problema muy generalista y de gran tracción, en vez de cosas particulares muy de nicho: desplazamientos, energías, comunicaciones... Hoy ya se puede resolver una póliza reduciendo el coste de adquisición y el gasto por cliente con una simple fórmula.
- Tendrá mucha, mucha, subcontratista. Todas las cosas accesorias las hará otro (a través de APIs) y el core según. Nos parecerá peligroso, pero hace solo 30 años incluso el servicio de limpieza estaba en nómina en las empresas. Además se aprovechará del modelo de sharing: vendrán otros que aumentarán mi valor de producto.
- Tendrá un modelo de ingresos basado en suscripción, pago por uso o por tokens. Cuanto más alto valor, más bajo precio.

¿Y cómo serán los comerciales?

Este empleado, que en realizada será un autónomo porque está él solo, será un superhéroe. No sabemos cuál será su superpoder, pero seguro que tendrá que tener unas skills de gran comunicador. Y quizás sea un poco antilider: será multitask, arriesgado, sabrá de todo y experto en nada, igual hasta tiene un TDAH o un TOC. Pero sobre todo, sabrá usar máquinas, pero ya no para hacer un DAFO sobre un Excel.

¿Y qué máquinas serán?

Llegarán las máquinas determinantes, frente a las actuales posibilistas. Esto es importante, no es lo mismo decirle a una máquina que me diga cuánto es $2 + 2$ y me diga 4, a que se ponga a calcular el número de probabilidades y finalmente me diga 4 por descarte. Tenemos un ejemplo en el motor Perplexity, que le podemos preguntar cualquier cosa y nos responde en cero coma. La vida es demasiado corta para perder el tiempo en Tinder. Y si los Bitcoin está ya inventado, pues otra cosa.



Néstor Guerra,
analista y cofundador de NCompany.

¿Cómo será el comité de dirección... de esta empresa?

Pues ocupado por agentes de IA, que nos proporcionará unas capacidades increíbles. Tendremos hiperanálisis predictivos por escenarios, y no tres o cinco, de bueno, regular y malo, sino cientos de miles. Tendremos hipermediciones, y no la de one metrics matters, ni cuatro KPIs, sino todas las que queramos y correlacionadas. Y tendremos hipervelocidad, los resultados los tendremos en segundos y la toma de decisiones será inmediata.

Máquinas con su corazóncito

¿Estos agentes, procederán de modelos pre-entrenados o fundacionales? Pasaremos de utilizar máquinas que escriben como hoy a máquinas que hacen. Los agentes generativos multiplicarán sus posibilidades en cada nueva versión o actualización. GPT-4o ya introduce la capacidad de visión y deja al actual GPT-3 en mantillas, pues será 25 veces más potente, pero el siguiente GPT-5 será más increíble aún, pues será capaz de razonar. Ya se ha hecho un experimento de encerrar a cuatro agentes GPT en una sala del SIM y se han detectado interacciones para las que no estaban entrenadas. Por ejemplo, transferencia de información, que es la base de la cultura humana; memoria entre agentes, biunívoca e indirecta; o coordinación entre agentes, base de la cooperación humana y la división del trabajo. Por tanto, ya hay agentes más humanos que los humanos.

nVidia ya está trabajando en los agentes fundacionales, de ahí que haya superado en valor a la propia Apple. Se busca al driver universal, la máquina que controlará a todas las máquinas. ¿Qué mentalidad hay que tener entonces? 2050 está más cerca de lo que pensamos... y quizás de lo que queramos. La máquina más tonta será más lista que el más listo de los humanos, y ese será nuestro marrón generacional.

ENERGY  SISTEM



ICON SERIES

Dispositivos diseñados para revolucionar tu experiencia sonora

La exclusiva gama Icon Series combina materiales de alta calidad y tecnología avanzada para ofrecer una experiencia de audio excepcional.

Sumérgete en un sonido envolvente y disfruta de cada detalle musical.

ENERGY  SISTEM

ICON SERIES

Dispositivos diseñados para revolucionar tu experiencia sonora



150 W
EXTRA
BASS

Altavoz Bluetooth®

classy

Elegancia clásica, potencia moderna
Música a otro nivel

Altavoz Bluetooth de diseño retro con 150W de potencia, ecualización de sonido y hasta 10 horas de autonomía. Saca el máximo partido a tu música con el botón Extra Bass y llévalo fácilmente donde quieras gracias a su asa plegable.

A la conquista del reino MSP

Zaltor está dispuesto a sentar plaza en el mercado de servicios gestionados con una división propia que espera estar lista durante este verano, un mercado que consideran aún huérfano de verdaderos especialistas salvo en grandes referencias. Para ello van a centrar todas sus fuerzas en ofrecer un soporte y servicios comercial y técnico de primera línea a sus partners. Para saber un poco más, sobre el estado de este mayorista, nos lo cuentan ellos directamente.



Daniel Valenzuela (CEO de Zaltor):

«Crecimientos del 40% ya no se repetirán ni siendo muy optimistas, pero tampoco es bueno crecer a lo loco»

Zaltor se fundó en 1998, pertenecía a unos antiguos socios mayoristas de Symantec, yo la compré en 2006 y la relanzamos con el objetivo primero de que entraran nuevos socios de otras empresas. Luego no fue hasta 2021 que nos fusionamos con Óptima TI con idea de completar el catálogo de productos y servicios y poder enfocarnos en el incipiente mercado MSP.

Siempre hemos sido un VAR de software y hardware de nicho, donde nos hemos defendido bien. Tenemos mucha experiencia, con

recursos locales en Iberia (España y Portugal). Tenemos 1.500 partners y más de 14.000 contactos, con perfiles muy variados que engloban a integradores, consultores, resellers y VARs, MSP y MSSP, ISV...

Hemos tenido un crecimiento continuado, aunque se ha frenado algo en 2023, con un ejercicio plano, apenas un crecimiento de un +/- 1%, equivalente aun así a 5,4 millones de euros, aunque con beneficios brutos mayores. Sin embargo, las expectativas son positivas y estimamos llegar a facturar los 6 o 7 millones en 2025. Crecimientos del 40% ya no se repetirán ni siendo muy optimistas, pero tampoco es bueno crecer a lo loco.

Hemos reforzado la estructura de nuestro equipo para poder cubrir nuevas áreas con los partners con equipos y perfiles dedicados. Así, además de Ángel como responsables de ventas y Gerardo en preventas y servicios de integración, ha entrado Joaquín para alianzas y producto. Con ello queremos seguir creciendo y consolidar los procesos de ventas y retención de clientes.

¿Qué qué vendemos? Mantenimiento informático; ciberseguridad (antivirus, cortafuer-

gos...) y backup; accesos seguros y auditoría remota; observabilidad; soporte; formación; y sobre todo herramientas para MSP. Con nuestro software se puede integrar todo en un offering único para facilitar el trabajo a partners, marcas y soluciones a través de capas escalables.

El target lo hemos puesto en desarrollar el modelo MSP, que pensamos que encaja a la perfección en nuestra oferta de mantenimiento TI, seguridad y cloud. En vez de vender una bolsa de horas en contrato anual, que es lo típico en España, aunque la puedas ampliar a veces también se quedan otras sin emplear. Es más efectivo considerar esta opción que te permite ser proactivo en vez de reactivo y pagar solo por uso. En EEUU ya supone un 80%, y en Europa en Países Bajos, Reino Unido, Escandinavia vale, pero en España es un concepto todavía poco maduro, aun se funciona mucho aquí con las bolsas de trabajo. Es difícil decir no a una venta, pero por experiencia hemos visto que al final triunfan las empresas que han sabido estructurar esos servicios de manera más eficientes con los mismos recursos. Además, el fabricante suele cubrir un montón de servicios que pueden irse incluyendo según necesidades y crecer así.



Daniel Valenzuela, CEO de Zaltor.

Ángel Victoria (director comercial de Zaltor):**«Se trata de encontrar bolsas de facturación, no entrar en una guerra de márgenes reducidos»**

Ejercemos de VAR, y como tal creemos y nos mantenemos en la filosofía de la especialización. Para ello elegimos tecnologías novedosas, que aporten algo diferente, aunque los fabricantes no sean necesariamente muy conocidos en España. Lo importante es lo que puedan aportar al partner que van a trabajar estas marcas. Y para ello nos preparamos para dar el soporte necesario, tanto técnico como comercial.

Técnico, porque tenemos superespecialistas en plantilla certificados en todas esas tecnologías, de hecho nuestro ideal es ser los número uno en cada una de ellas por número de certificaciones. Comercial, porque más que gestores de cuentas, están divididos por soluciones con comerciales para el desarrollo del negocio. El resultado final es que en muchos casos mejora el ofrecido por el propio fabricante, que no siempre tiene presencia local para dar solución al cliente.

De cara al futuro, seguiremos con incorporaciones estratégicas y ahondando en soluciones que sean novedosas. Nos consideramos verdaderos activadores de partners y resellers, que saben de nuestro conocimiento

«Más que gestores de cuentas, estamos divididos por soluciones con comerciales para el desarrollo del negocio. El resultado final es que en muchos casos mejora el ofrecido por el propio fabricante, que no siempre tiene presencia local» (Ángel Victoria, Zaltor)



Ángel Victoria, director comercial de Zaltor.

para enseñarle a sacar el máximo partido y más margen. O cuando hay que decir que no, es mejor ayudarlo y decirle compra allí, que vender por vender. Es lo bueno frente a mayoristas gigantescos, nosotros queremos mantener relaciones a largo plazo. Se trata de encontrar bolsas de facturación, no entrar en una guerra de márgenes reducidos como los que proporciona el hardware, y que los partners ganen esa parte de los proyectos dando servicios y no solo las licencias.

Joaquín Malo de Molina (director de alianzas de Zaltor):**«Damos valor, palabra muy prostituida en el sector, pero es lo que hacemos, ayudar a crecer al partner con cariño»**

Me entero que los de Zaltor estaban buscando a alguien que les llevara a una nueva etapa... ¿y qué hago? Me informo. Entonces compruebo que hay una creciente concentración de mayoristas, con un efecto imparable también en el canal, donde los débiles van cayendo. Y que la única forma de sobrevivir es buscar la diferenciación. ¿Qué ventajas tiene Zaltor? Ser local es igual a cercanía. Hacemos cosas muy diferentes. Y damos valor, palabra muy prostituida en el sector, pero es lo que hacemos, ayudar a crecer al partner con cariño (que está dejándose de dar) y formación. Por tanto, nuestro rol es ofrecer mayor cercanía y mayor diferenciación frente a la competencia.

En estos dos meses hemos tenido tiempo de darle una vuelta a nuestra oferta, poniendo foco en segmentar el portfolio reducido en tres pilares básicos. Hemos llegado a contar 108 soluciones, ahora están organizadas en Seguridad (generalista y de nicho), Monitorización (somos líderes en ITSM) y MSP especializado en dar a los partners una capa de servicios profesionales como preventa, postventa, instalación o formación.

Algo sencillo de tener y mantener. Aquí traer nuevas soluciones, aquí quitar alguna que


se solapa. Pero siempre distribuciones interesantes y chulas. Sin mucho "trabajo", ya tenemos un par de ellas que se van a firmar en breve. Hemos hecho ruido en @sLAN y ChannelON y estamos recogiendo frutos. Por ejemplo Nymiz, que tanto interés ha despertado en el canal, se trata de una empresa española de Bilbao con un fondo inglés detrás,



Joaquín Malo, director de alianzas y marketing de Zaltor.

con una tecnología diferencial para protección de data, que enmascara y anonimiza los datos sensibles.

Pero la decisión estratégica más importante es que vamos a lanzar una división específica de SaaS para herramientas de pago por uso, con sus BDM, sus técnicos y todo nuestro know-how de especialización, porque para que funcionen estas tecnologías de nicho hay que enseñarlas en pre y post venta. No se trata de un mero marketplace donde las marcas navegan a la deriva de manera dispersa. Además, contamos con la colaboración de la agencia SIM para cohesionar las labores de marketing y activando elementos externos como un SDR para el desarrollo de ventas.

Para mí es algo totalmente novedoso que no he visto en ningún sitio todavía, en los mayoristas grandes lo tienes de manera suelta para algunas grandes marcas, pero no como una división propia, y ya nos encontramos con gente llamando a la puerta. Esto nos permitirá tener el mayor portfolio de servicios profesionales del mercado especializado que nos permita tratar con el mismo cariño a SolarWinds que a AnyDesk, aunque ello nos sobrecargue de trabajo. 

La IA llegan también a las empresas

Uno de los pilares para Samsung durante este 2024 es su estrategia en el ámbito B2B, apoyando a las empresas españolas por el desarrollo e implementación de Inteligencia Artificial en su modelo de negocio, de forma que los puedan sacar provecho de esta tecnología de una forma abierta, sostenible, inclusiva y segura.

Samsung ha lanzado en 2024 Galaxy AI, la solución de Inteligencia Artificial para dispositivos móviles, útil tanto a nivel individual como en entornos profesionales. Gracias a esta tecnología, Samsung pone a disposición de usuarios y empresas herramientas basadas en IA para facilitar la comunicación, potenciar la creatividad, agilizar las tareas y mejorar la productividad de su negocio.

Las empresas tendrán acceso a un entorno conectado útil y valioso cada vez más extenso, y podrán beneficiarse de esta tecnología gracias a que Samsung está llevando la IA a cada vez más dispositivos. Esta accesibilidad hace posible que cada vez más negocios tengan acceso a esta tecnología e implementen mejoras en su proceso productivo.

Galaxy AI incorpora herramientas enfocadas a la mejora de la productividad, con las que abren nuevas posibilidades en el día a día de las empresas. **Note Assist** es una herramienta capaz de organizar y simplificar notas, de manera que las reuniones sean más eficientes, y **Transcript Assist** transcribe, resume o traduce grabaciones, ya sea reuniones, llamadas, encuentros, etc.

Con estas herramientas, los dispositivos conectados del ecosistema Galaxy AI de

Samsung se convierten en una herramienta indispensable para el entorno de trabajo, bien sea para reuniones, entrevistas y negociaciones. Por último, el motor de búsqueda **Circle to Search** con Google obtiene rápidamente y de forma sencilla información precisa sobre productos e imágenes para ahorrar tiempo.

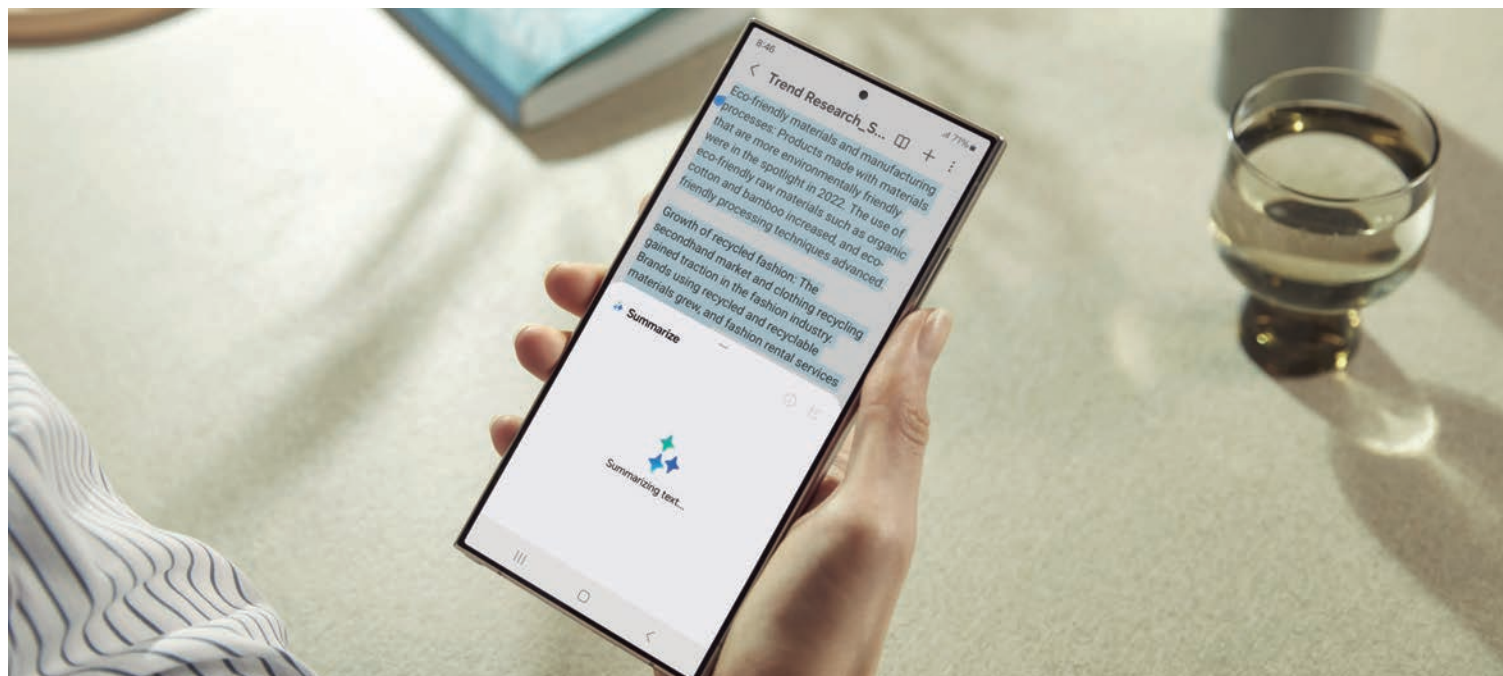
Además, la Inteligencia Artificial de Samsung también aporta soluciones de valor para entornos más creativos, como **Generative Edit**, a través de la cual, los dispositivos pueden redimensionar, reposicionar o realinear fácilmente los objetos de las fotos para perfeccionar una gran imagen. Los usuarios también pueden perfilar cualquier foto de forma más rápida y sencilla con **Edit Suggestion**. De esta manera, Samsung cubre las necesidades y desafíos de sectores como el del diseño gráfico o la producción audiovisual.

Samsung quiere mostrar su compromiso con las pymes. Por ello, tras el exitoso lanzamiento de la serie Galaxy S24 y del ecosistema Galaxy AI, Samsung ha iniciado un proceso de democratización de la IA, a través del cual, los servicios de Inteligencia Artificial estarán disponibles en más dispositivos, para que las empresas puedan beneficiarse de un entorno conectado útil y valioso cada vez más

extenso. Esta accesibilidad hace posible que cada vez más negocios puedan desarrollar su actividad de forma más eficiente, fluida y productiva.

Samsung continúa posicionado como el primer y único fabricante de dispositivos empresariales con todas las oportunidades y ventajas que ofrece la Inteligencia Artificial. De esta forma, Samsung ha implementado programas específicos y una estrategia B2B especialmente diseñada para acercar a las pymes al ecosistema Galaxy AI y asegurar que sigan teniendo un papel clave y un peso significativo en la economía española.

De cara a garantizar la capilarización de estos dispositivos al mayor número de empresas e instituciones españolas, Samsung ha establecido alianzas estratégicas innovadoras con entidades como Tendit. De esta manera, incorpora su gama de smartphones en programas de distribución basados en renting. Por ejemplo, el acuerdo alcanzado entre Tendit, y su servicio "Device as a Service" (DaaS), cuyo pilar se basa en la promoción del alquiler integral del dispositivo y con renovación, permite a las empresas disponer de dispositivos actualizados, con acceso a la última tecnología, de forma flexible e incorporando un seguro completo y diversos servicios.



EL FUTURO YA ESTÁ AQUÍ

PuduBot2

FlashBot

SwiftBot

BellaBot

KettyBot

HolaBot

CCI

Si quieres saber más información,
¡Entra a nuestro TikTok!

robotica@muzybar.es

T300



**KETTY
BOT
PRO**



SH1



**BELLA
BOT
PRO**



PREMIER
We're a team

GESTIONA AUTOMATIZA, COMUNICA!

Mantén a tu equipo siempre conectado
y tus pagos seguros.



DESCUPRE MÁS NUESTRAS PDAS



MAXI 50P

MT8765 Quad A53 1.5Ghz
2+16GB | WIFI, BT, NFC



MAXI 30

Unisoc T606 OctaCore 1.6Ghz
6+128GB | Android 13, IP68, WIFI, BT, GPS, NFC



MAXI 20

MT6761D QuadCore 1.8Ghz
4+128GB | Android 10, IP68, BT, GPS



MAXI 21

MTK OctaCore 1.6Ghz
4+64GB | Android 11, WIFI, BT, GPS, NFC



MAXI 108W

N5100 | 4+64GB
Windows 10 Pro, WIFI, BT, GPS



MUZYBAR
computer

IMPRESORA



ITP-Front

USB + Ethernet
80 mm, Cortador,
Velocidad 300 mm/s Max.



ITP-85 Beeper

USB + Ethernet + WiFi
Avisador luminoso y acústico
80 mm, Cortador, Velocidad 260 mm/s



ITP-83

USB + Ethernet + Serie
80 mm, Cortador
Velocidad 260 mm/s Max.



ITP-58 III

USB
58 mm,
Velocidad 90 mm/s



ITP-80 Portable

USB + Bluetooth o WiFi
80 mm,
Velocidad 70 mm/s



ITP-73

USB + Serie
80 mm, Cortador,
Velocidad 300 mm/s Max.



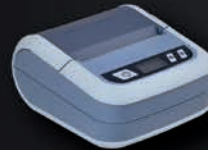
ITP-80 II

USB + WiFi
Avisador luminoso y acústico
80 mm, Cortador, Velocidad 260 mm/s



ITP-58 BT

USB + BT
80 mm, Cortador
Velocidad 260 mm/s Max.



ILP-80 Portable BT

USB + BT
58 mm, Cortador
Velocidad 90 mm/s



ILP-108 Portable BT

USB + Bluetooth
80 mm, Cortador
Velocidad 70 mm/s



ILP-500

USB + Ethernet
58 mm, Cortador
Velocidad 90 mm/s

LECTOR



MS3-1D

Escáner de mano minorista
1D | Láser | 150 scans/seg
USB | IP42 | Con stand | Negro



MS3-1D RF

Escáner de mano minorista
1D | Láser | 120 scans/seg
USB | Wireless | IP52 | Negro



MS3-2D

Escáner de mano minorista
2D | CCD | 120 scans/seg
USB | IP54 | Con stand | Negro

MS3-2D BR

Escáner de mano minorista
2D | CCD | 120 scans/seg
Bluetooth | Wireless | USB
IP52 | Con stand | Negro



MS3-2D Desktop

Escáner de sobremesa minorista
2D | CCD | 120 scans/seg
USB | IP52 | Negro



MS3-2D Pocket

Escáner de mano minorista
2D | CCD | 200 scans/seg
Bluetooth | USB | IP54 | Negro



SLC TWIN RT3, conectados para poder desconectar

Salicru ofrece robustez, eficiencia energética y conectividad extendida para proteger el entorno productivo con el Sistema de Alimentación Ininterrumpida (SAI/UPS) SLC TWIN RT3. Esta serie es la mejor opción para asegurar la continuidad bajo una monitorización constante y precisa. Versátil y flexible, brinda configuraciones personalizables para adaptarse a las necesidades de cada usuario.



Las comunicaciones son un requisito básico del día a día, dado que el control remoto de los dispositivos electrónicos ha evolucionado a la gestión cloud de infraestructuras. Salicru, con la app NIMBUS y el acceso web, ofrece múltiples opciones de monitorización e interacción de sus equipos conectados.

La serie es altamente adaptable, permitiendo configurar el equipo como convertidor de frecuencia, trabajar con transformador de salida y seleccionar la corriente óptima del cargador para cada configuración de baterías. Cuenta con **múltiples opciones de salida** para ofrecer una selección versátil de tomas, y **sistema de carga de baterías inteligente**, para prolongar su vida. La conectividad y protección se extiende al entorno IoT, gracias a la

inclusión de un puerto Ethernet y la opción del dispositivo WiFi, además de USB, RS-232 y la app y web NIMBUS, que permite monitorizar e interactuar con los equipos conectados.

Ofrece una potencia de **salida entre 1.000 VA y 10 kVA**, factor de potencia 1, y puede convertirse en formato torre o rack según sea necesario. También cuenta con un display rotatorio multifunción, que ofrece información clara sobre el estado del equipo. Los aspectos más destacados son su sistema de columnas de ventiladores de velocidad variable para optimizar las condiciones térmicas en el interior del equipo y las opciones de extensión de autonomía mediante módulos adicionales de baterías en formato rack de 3U.



Principales tendencias para el sector Retail en 2024

La experiencia del cliente seguirá siendo la prioridad número uno del retail en 2024 y la consolidación del modelo integrado de tiendas y digital –phygital store– permitirá fusionar las estrategias de comercio físico y digital para crear una experiencia consistente y unificada para el cliente, incluida la tecnología antihurto en la compra presencial. A su vez, la hiperpersonalización, que no es una tendencia nueva, será una de las grandes protagonistas de 2024, especialmente asociada a diferentes grupos generacionales de consumidores.

Cada uno con hábitos diferentes, los retailers utilizarán la tecnología para conocer cómo compran y ofrecer opciones a medida que proporcionen una experiencia ideal para cada uno de ellos y que influyan positivamente en sus decisiones de compra. Así, la experiencia de compra checkout-free fluida y sin fricciones, en la que los clientes simplemente entran y salen de una tienda y las compras se realizan de manera automática, será una realidad. La sostenibilidad es otra gran tendencia que se moldeará con el protagonismo de la IA, según Cognizant.

Según Luis Ávila, Head of Retail, Consumer Goods, Travel & Hospitality para España, Italia y Portugal de esta multinacional norteamericana especialista en Transformación Digital, “en 2024 el sector minorista está asistiendo a la aparición y amplificación de tendencias en torno a una feroz competencia de precios, especialmente en el sector de la alimentación. Un escenario donde destacará la introducción de nuevas tecnologías, incluida una aplicación más específica de la IA generativa, que permitirá ofrecer una experiencia hiperpersonalizada a las distintas generaciones de compradores, y la generalización de la experiencia de compra con checkout-free”.

- **Tendencia #1:** La consolidación del modelo integrado de phygital store
La investigación muestra que mejorar la experiencia del cliente sigue siendo la prioridad número uno para las empresas. El ascenso de un modelo phygital store es el resultado de una fusión de las estrategias retail físicas y digitales para crear un proceso de compra y experiencia de cliente consistentes y unificados.

El enfoque phygital store reconoce que los clientes se desplazan sin problemas entre puntos de contacto físicos y digitales cuando hacen compras. Mientras que los clientes saben cómo usar las tiendas onli-



Luis Ávila,
Head of Retail, Consumer Goods, Travel & Hospitality
para España, Italia y Portugal de Cognizant.

ne para hacer sus compras, cuando van a las tiendas físicas, no sólo están buscando un producto específico, sino también una experiencia de compra. Para mantenerse competitivos, los retailers deben estar constantemente renovando y repensando su experiencia de cliente, y en los próximos doce meses veremos que lo digital se fusionará cada vez más con la tienda física, para crear nuevos contenidos y formas de comprar manteniendo el interés del cliente.

La tecnología en las tiendas físicas abarcará desde el uso de la IA y la realidad virtual y aumentada (VR/AR) para ofrecer eventos, clases y demostraciones, hasta continuar equipando a los empleados con tabletas y dispositivos para proporcionar asistencia más precisa –por ejemplo, indicando dónde se encuentra un artículo o su disponibilidad de stock– y recomendaciones personalizadas basadas en las compras anteriores de los clientes.

- **Tendencia #2:** El uso de la tecnología para hacer frente al fraude
Los retailers de todo el mundo están dando la señal de alarma sobre el impacto fi-

nanciero que están teniendo los pequeños hurtos y los peligros de que este tipo de fraude continúe. En Estados Unidos, el año pasado la pérdida de inventario supuso unas pérdidas de 112.100 millones de dólares, frente a los 93.900 millones de 2021. En el Reino Unido, en 2023 se registraron 365.164 delitos de hurto hasta junio, un 25% más que en los doce meses anteriores. Los retailers han avanzado mucho en la prevención del fraude en sus plataformas de comercio electrónico, utilizando la IA para identificar patrones y tratar de bloquear los ataques antes de que se produzcan. En 2024, la industria minorista buscará implementar esta tecnología también en espacios físicos.

La tecnología, incluida la IA generativa, junto con el reconocimiento de imágenes y una variedad de sensores, se utilizará cada vez más para apoyar a los empleados de los retailers en las tiendas físicas y hacer así frente al fraude. Por ejemplo, gracias al reconocimiento de imagen, la IA puede determinar si el peso de una fruta o un vegetal en la bolsa de la compra se corresponde con la información reflejada en la propia báscula.

- **Tendencia #3:** Ajuste a los diferentes estilos de compras para mayor comodidad

La hiperpersonalización no es una nueva tendencia, pero será una de las grandes protagonistas de 2024, especialmente asociada a diferentes grupos generacionales de consumidores. Cada generación tiene hábitos de compra diferentes, y los retailers utilizarán la tecnología para conocer cómo compran y ofrecer opciones a medida que proporcionen una experiencia ideal para cada una de ellas e influyan positivamente en sus decisiones de compra. Las empresas tienen más datos que nunca sobre sus clientes, lo que proporciona una comprensión detallada de cómo compran diferentes tipos de personas y de cómo les gusta interactuar con las marcas.

Los Boomers en general prefieren ir a una tienda física primero, pero están abiertos a que eso se complemente de algún modo con lo digital. Esta generación utiliza cupones y otras promociones online, si eso les ayuda a ahorrar dinero, mientras que tienden a mantenerse alejados de la realidad aumentada. Los Millennials están a caballo entre todas las tendencias y están abiertos a aprovechar tanto las compras físicas como las online, en función de lo que les resulte más cómodo y fácil. Tanto los mejores precios como la comodidad son factores clave, y están dispuestos a esforzarse para optimizar el resultado. En efecto, el comercio minorista debe ser fácil, barato y lo más rápido y flexible posible, ofreciendo experiencias en tienda, online o una combinación de ambas.

Los Genzers comienzan su experiencia de compra online, o a través de enlaces de las redes sociales y publicaciones con las que se relaciona, antes de continuar su búsqueda digital. Este boom del comercio social, es decir, navegar por las redes sociales para ver las últimas tendencias, se acelerará y, por lo tanto, la oportunidad de involucrar, aprovechar y orquestar influencers seguirá siendo clave para la relevancia y el crecimiento de la marca dentro de esta generación. A este grupo no le importa estar en la tienda para elegir sus propias comidas y, si van a la tienda, quieren una experiencia sin fricciones, por ejemplo, way finders y balizas para dirigirlos al lugar correcto entrando y saliendo de la tienda lo más rápido posible. La Generación Z es menos leal a una marca en particular, pero se preocupa por el impacto social y la sostenibilidad de los productos.

Las herramientas y los canales que utilizarán los retailers para mantener a su amplia base de clientes fiel a la marca varían desde cupones digitales directos por correo electrónico, hasta la participación de influencers para atraer a compradores expertos en redes sociales, pasando por la utilización códigos QR para evitar recibos en papel y mejorar la experiencia de la aplicación.

- **Tendencia #4:** Retailers sostenibles y preparados para el futuro

Los retailers y las marcas se han enfrentado a una crisis debida al aumento del coste de vida de sus clientes en muchos lugares, y tienen que equilibrar esto con sus propios objetivos ambientales, sociales y de gobernanza (ESG), así como de sostenibilidad. De este modo, las empresas del sector Retail han estado haciendo grandes esfuerzos para mejorar sus prácticas de sostenibilidad, ya que saben que los clientes se preocupan mucho por hacer compras que sean

ambiental y socialmente responsables. Esto también incluye a los retailers que trabajan para mejorar la visibilidad de la cadena de suministro end-to-end, a fin de asegurar que los procesos sean eficientes y sostenibles a medida que los bienes se van moviendo del fabricante al consumidor.

Uno de los subsectores del comercio minorista en el que se verán grandes avances en sostenibilidad en los próximos doce meses es la moda. Según un estudio de Earth.org, cada año se desechan 92 millones de toneladas de residuos relacionados con la ropa, y el uso de prendas de vestir ha disminuido de manera constante en las dos últimas décadas: el número medio de veces que se usa una prenda ha descendido un 36% desde el año 2000.

En un futuro próximo, veremos a los retailers aprovechar nuevas tecnologías como la IA generativa para mejorar sus prácticas de sostenibilidad. Un asistente personal con IA generativa no sólo conocerá los hábitos de compra y las adquisiciones previas del cliente, sino que también tendrá en cuenta sus características físicas, así como el estilo con el que quiere vestirse o el propósito de compra (por ejemplo, una fiesta familiar de Navidad o un evento corporativo) para aconsejarle qué estilos le favorecen más.

Reducir los errores de compra y el coste por utilización de los artículos adquiridos ayudará a reducir el desperdicio en el comercio minorista. Además, los retailers están intentando reducir cada vez más los residuos en toda su cadena de valor revisando los productos circulares, como la ropa y los artículos para el hogar, así como minimizando los residuos de combustible o alimentos, teniendo en cuenta el uso de sistemas de gestión de edificios o utilizando envases reutilizables para productos envasados. Los retailers también buscan aumentar las ventas de sus productos de marca propia para aliviar la continua presión de los precios en el presupuesto doméstico.

La IA ya se utiliza para la gestión de inventarios y de la cadena de suministro, la atención al cliente o la investigación y el desarrollo. El siguiente paso es introducir las innovaciones que aporta la IA generativa para impulsar otras partes del negocio y capacitar a los clientes proporcionándoles un asesoramiento hiperpersonalizado.

- **Tendencia #5:** Checkout-free fluido y sin fricciones e hiperpersonalización mediante IA generativa

La experiencia de compra checkout-free fluida y sin fricciones, en la que los clientes simplemente entran y salen de una tienda

y las compras se computan y pagan automáticamente, será una realidad. Requerirá sistemas de información de productos, pasarelas de pago, motores de precios y promociones que integren sensores y cámaras, lo que permitirá a los compradores escanear los artículos a medida que avanzan por la tienda. La autenticación del cliente se establecerá automáticamente.

Este modelo ya se utiliza en las tiendas de alimentación Amazon Fresh de todo el mundo. Los cargos en las cuentas bancarias de los clientes se realizan automáticamente a su salida de la tienda, teniendo en cuenta los datos almacenados en sus cuentas de Amazon. En los próximos doce meses, esperamos ver el sistema extendido a otros retailers, pasando de los supermercados a los aeropuertos, estadios deportivos y campus educativos.

Además del checkout-free habilitado por los sensores, la IA generativa es la tecnología que cambiará fundamentalmente la experiencia de compra. En lugar de pasar por SKUs, se ofrecerá a los clientes una experiencia interactiva y personalizada. Entre las posibilidades virtualmente ilimitadas para la IA generativa en el comercio minorista, hay tres áreas que sentirán el impacto: el comercio, el marketing y el servicio al cliente. Como ejemplo, el retailer online The Man Company implementó un chatbot con capacidad de IA a través de WhatsApp para proporcionar recomendaciones personalizadas de productos basadas en las solicitudes de los compradores. Con este enfoque, la compañía triplicó las tasas de conversión en seis meses sin hacer ningún otro cambio en sus campañas de marketing o en la experiencia del comprador.

Moverse en la buena dirección

En los últimos años, hemos visto a grandes retailers adoptar las últimas innovaciones en IA para mejorar la experiencia del cliente y promover prácticas sostenibles, y anticipamos que estas tendencias continuarán a lo largo de 2024 y más allá. Con la incorporación de la tecnología en las tiendas, la creación de tiendas digitales, la utilización de la IA generativa para luchar contra el fraude, la prestación de un mejor servicio al cliente y una experiencia de compra más fluida, el sector minorista estará en la vanguardia de la innovación en el próximo año. Se espera que los retailers que adopten un enfoque pragmático para incorporar estas tendencias, a la vez que modernizan su infraestructura de TI actual, generen beneficios sostenibles. Seleccionar a los socios adecuados para asesorar, ejecutar y apoyar sus operaciones en este viaje les permitirá situarse por delante de la competencia en el complicado clima económico actual. [tp](#)

El comercio unificado rasca un 7% más de ingresos que el tradicional



Juan José Llorente, Country Manager de Adyen para España y Portugal.

Según el estudio global Adyen Index: Retail Report 2024 encargado a Censuwide, los retailers de España que utilizaron el comercio unificado el pasado año registraron un 7% más de crecimiento en sus ingresos en comparación con la media. Además, estas empresas también confían en el actual ejercicio, dado que el informe prevé un aumento del 8% en 2024 con respecto a la media del sector.

A pesar de ello, las empresas siguen luchando por aprovechar la tecnología para recopilar y analizar datos sobre sus clientes. Solo una cuarta parte (25%) de ellas considera que conoce a la mayoría de su clientela lo suficientemente bien como para personalizar artículos, descuentos y servicios. Este dato queda reflejado también en los consumidores, pues más de la mitad (61%) piensa que los retailers necesitan mejorar la forma en que los recompensan.

Al hablar sobre los beneficios que aporta este tipo de estrategias a los comercios de nuestro país, Juan José Llorente, Country Manager de Adyen para España y Portugal, asegura: “El año pasado se revelaba que el comercio unificado podría haber aumentado la facturación de las empresas españolas en hasta en casi 37.000 millones de euros. Hoy, con este nuevo estudio podemos comprender mejor la magnitud de la apuesta por el comercio unificado, dado que se prevé que los retailers que ya lo aplican presentarán a final de 2024 un crecimiento adicional de sus ingresos del 13% sobre la media de España”.

Llorente apunta una serie de razones clave: “Los motivos son muy evidentes, en Adyen creemos que el éxito de las empresas dependerá directamente del desarrollo de una experiencia phygital completa y estrechamente ligada a la tecnología, a la adaptación del mercado global y a la personalización de la experiencia del usuario”.

Cesión de datos

Casi la mitad (47%) de los consumidores está dispuesto a facilitar sus datos a los retailers, siempre que se les recompense a cambio con descuentos. Según el estudio de Adyen:

- Algo más de la mitad (58%) descargaría la aplicación de un comercio para recibir mejores bonificaciones o recompensas por fidelidad.

- A más de seis de cada diez (64%) les gustaría ver más descuentos personalizados en los comercios en los que compran con más frecuencia.
- El 61% cree que los retailers deben mejorar la forma en que recompensan a sus clientes por comprar con ellos.
- Por su parte, a los retailers les preocupa que la falta de datos y tecnología específica les impida conocer a sus clientes:
- El 19% no dispone de los datos necesarios para tomar decisiones inteligentes sobre la fidelidad de los clientes.
- Una cuarta parte (24%) afirma carecer de datos sobre el comportamiento de los clientes.
- Una cuarta parte (23%) cree que carece de la infraestructura tecnológica necesaria para personalizar la experiencia del cliente en todos los canales y a escala.
- Casi un tercio (34%) considera que es más difícil clasificar a los clientes por comportamientos y necesidades, ya que estos esperan ahora una experiencia verdaderamente personalizada.

En tiendas físicas, a través de comercio electrónico, desde el móvil o mediante las redes sociales, los retailers se enfrentan al reto de conectar e integrar canales de pago, a la vez que garantizan una experiencia coherente en cada uno. Si tenemos en cuenta que además el 27% de los consumidores ya ni siquiera lleva cartera y confía en la posibilidad de pagar con su teléfono, todo ello nos sitúa en un contexto cada vez más global y con una rápida evolución de las demandas de los consumidores donde las diferencias competitivas y el aumento de los ingresos dependerán de las capacidades para adoptar un modelo personalizado y optimizado basado en el comercio unificado donde el cliente pueda elegir a su conveniencia. Según el último estudio de Adyen, el 55% de los consumidores abandonan una compra si no pueden pagar como quieren.

El directivo español concluye: “En un entorno cada vez más complejo de normativas cambiantes, nuevos métodos de pago, la llegada de tecnologías como la IA, nuevos competidores globales y nuevos modelos de negocio, es una necesidad imperiosa contar con un partner de pagos idóneo que sea capaz de adaptarse, y que a su vez, pueda trabajar continuamente por mejorar las cuentas de resultados de sus clientes ofreciendo en una única solución global capacidades de pago de inicio a fin”.

*«El éxito de las empresas dependerá directamente del desarrollo de una experiencia phygital completa y estrechamente ligada a la tecnología, a la adaptación del mercado global y a la personalización de la experiencia del usuario»
(Juan José Llorente, Adyen)*

Tendencias tecnológicas que cambiarán la experiencia gastronómica en el sector restauración



Daniel Taboada, CEO de Arbentia.

La consultora Arbentia analiza las principales tendencias y los retos que afronta el sector de la restauración en el ámbito de las TI durante este 2024. Un año que se perfila como revolucionario para la industria, con la tecnología emergiendo como un pilar fundamental para el avance de técnicas gastronómicas, en el que las innovaciones están redefiniendo la experiencia tanto para los comensales como para los propietarios de establecimientos.

“Pronto, la tecnología en los restaurantes trascenderá de la mera automatización, convirtiéndose en una experiencia inmersiva y eficiente. Innovaciones como los asistentes de cocina activados por voz, la impresión de alimentos en 3D y los sistemas de pago biométrico están diseñados para mejorar la eficiencia y la experiencia del cliente, pero su despliegue eficaz también será fundamental para que el sector monetice sus ventajas”, explica Daniel Taboada, CEO de Arbentia.

Para los propietarios de restaurantes, adoptar la tecnología de vanguardia no es solo cuestión de modernización, sino una estrategia esencial para seguir siendo competitivos, destacando los avances en el ámbito como:

- **Tecnología en el punto de venta:** Los sistemas POS están evolucionando, integrando pagos biométricos y reconocimiento facial para agilizar el pago de las cuentas. Esta tecnología no sólo acelera el proceso de pago, sino que añade una capa adicional de seguridad a las transacciones financieras realizadas in situ.

- **Sistemas de gestión de pedidos:** La Inteligencia Artificial está revolucionando los sistemas de gestión de pedidos para permitir una mejor predicción de los patrones de pedidos y una gestión de inventario más eficiente. Esto reduce el desperdicio y mejora la rentabilidad al tiempo que mantiene a los restaurantes bien abastecidos.
- **Planificación de empleados y turnos:** La IA también está transformando la planificación de empleados y turnos, con diferentes herramientas que optimizan la programación del personal. Esto no solo mejora la eficiencia operativa, sino que ayuda a prever los costes de mano de obra y alimentos.
- **Campañas de email marketing:** El email marketing se ha vuelto más sofisticado con la automatización, permitiendo a los restaurantes personalizar las comunicaciones y mejorar la experiencia del cliente. Esto es crucial en un momento en que la interacción digital con los clientes es más importante que nunca para conseguir no solo atraerlos por primera vez, sino fidelizarlos para que regresen de forma recurrente.

En cuanto a las innovaciones tecnológicas dirigidas a mejorar la experiencia del cliente, al que dotan de una mayor comodidad, personalización y eficiencia en cada aspecto de su interacción con el restaurante, destacan especialmente:

- **Aplicaciones móviles y programas de fidelización:** Se han convertido en de-

terminantes para el éxito de la interacción cliente-restaurante. Ofrecen una plataforma para programas de fidelización personalizados, permitiendo recompensar a los clientes habituales con ofertas y descuentos exclusivos. También facilitan la reserva de mesas, pedidos y pagos, lo que mejora la experiencia general.

- **Sistemas de reservas online:** Son fundamentales no solo desde el punto de vista del negocio, sino también para la experiencia del cliente. Permiten a los comensales reservar con facilidad, a cualquier hora y desde cualquier lugar, reduciendo las esperas y mejorando la planificación del restaurante. A menudo incluyen opciones para preferencias de asientos y solicitudes especiales, como una trona para bebés, lo que asegura una experiencia 100% personalizada.
- **Métodos de pago rápidos y ágiles:** Los pagos sin contacto están ganando terreno en la industria hostelera. Estos métodos de pago ofrecen una transacción rápida y segura, lo que es esencial en la era digital. La adopción de estas tecnologías refleja el compromiso de los restaurantes con la innovación y la satisfacción del cliente. También abrir opciones al pago con criptomonedas se verán más a menudo.
- **Realidad aumentada en menús:** Está transformando la forma en que los clientes interactúan con los menús. Mediante aplicaciones móviles, los clientes pueden ver imágenes tridimensionales de los platos, obtener información detallada y visualizar su preparación, lo que enriquece la experiencia de elección y anticipa la calidad del plato.
- **Realidad virtual y recorridos virtuales:** Esta tecnología ofrece una vista previa inmersiva del ambiente y los servicios, mejorando la experiencia del cliente antes de que incluso pise el establecimiento y predisponiendo a vivir una experiencia gastronómica positiva.

Como partner de Microsoft experto en el área de solución de aplicaciones de negocio, Arbentia acompaña a las empresas en sus procesos de digitalización, entregando soluciones de negocio innovadoras, conectadas, inteligentes, responsables y sostenibles.

Productividad y eficiencia en los ordenadores All in One de Primux



All in one Primux 2201FT
Celeron N5095 | 4GB RAM
128GB SSD | 21,5" FullHD Táctil
Windows 11 Pro

All in one Primux 2404F
Celeron N4020 | 4GB RAM
128GB SSD | 23,8" FullHD
Teclado y ratón incluidos



¡Empieza a preparar la vuelta al cole!

Primux ioxbook K15

Core i3/i5 | 8GB RAM
256GB/512GB SSD | 15.6" FullHD
Teclado retroiluminado
Carcasa metálica



Primux ioxbook 15CA

Celeron N4000 | 8GB RAM
256GB SSD | 15.6" FullHD



Huawei presenta en España el programa 'Digital Pioneer' para pymes

En línea con la agenda España Digital 2026, Huawei Cloud ha presentado su programa 'Digital Pioneer' durante el evento Huawei Cloud Summit España 2024, celebrado recientemente en Madrid. La compañía china se ha comprometido a trabajar durante los próximos cinco años para apoyar al objetivo de España de ayudar a más de 500.000 pequeñas y medianas empresas a acelerar su transformación digital.



El programa Digital Pioneer ofrece una guía para optimizar y coordinar los recursos necesarios para acelerar la digitalización y el crecimiento de startups y pymes, apoyando la actividad de sus áreas de desarrollo de negocio y marketing, entre otras. Con el objetivo de promover nuevas experiencias, modelos de negocio y eficiencia para clientes y socios locales, Huawei Cloud también brindará capacitación integral adaptada a las necesidades de las nuevas empresas, incluidos campos de formación temáticos y seminarios para emprendedores, CEO's/CTO's y desarrolladores de negocio.

Durante el Huawei Cloud Summit, que ha reunido en el Estadio Civitas Metropolitano a más de 300 personas, con presencia de representantes gubernamentales y del sector empresarial, se han presentado productos de vanguardia, concebidos como valiosas herramientas de productividad, entre los que se incluyen una plataforma de servicios en la nube híbrida, una base de datos distribuida en la nube, un modelo de lenguaje de grandes dimen-

siones (LLM), su plataforma de producción de contenidos MetaStudio actualizada y su plataforma de análisis de datos.

En su intervención, el CEO de Huawei Iberia, Andrés Yin Hui, ha manifestado: "Me gustaría destacar que el firme compromiso de Huawei con la digitalización de la sociedad española va mucho más allá del ámbito empresarial. Espero que esta edición del Huawei Cloud Summit sirva para impulsar aún más la colaboración públi-

co-privada y que juntos sigamos construyendo un futuro digital mejor para todos en España". A continuación, Yin Hui destacó las cuatro áreas clave en las que Huawei quiere dejar huella: el talento, la inclusión, la confianza y la sostenibilidad.

Huawei Cloud ha destacado su estrategia de "Everything as Service", ofreciendo de forma conjunta las mejores capacidades de software, para que los usuarios y abonados puedan disfrutar de servicios tecnológicos actualizados, sin tener que asumir el elevado coste que supondría tener que actualizarlo todo por su cuenta.

Tim Tao, presidente de Huawei Cloud Europa, ha afirmado que espera que la compañía desempeñe un papel relevante en la redefinición del futuro de las industrias en Europa "en el momento crucial de la España Digital 2026". Igualmente, añadió que "la innovación tecnológica y la experiencia en la industria de Huawei Cloud están impulsando a las empresas europeas en esta vía rápida de transformación digital".

Por su parte, Robbie Wang, director general de Huawei Cloud España, destacó el compromiso de Huawei Cloud con la transformación de la industria local. "Estamos aportando innovación tecnológica de vanguardia y conocimiento

«El catálogo completo de productos, soluciones y servicios de Huawei es competitivo y seguro. A través de la colaboración con los socios del ecosistema, creamos un valor añadido para nuestros clientes, contribuyendo al desarrollo de la estrategia digital del país que va mucho más allá del ámbito empresarial» (Andrés Yin Hui, Huawei)

de la industria a España, contribuyendo al desarrollo de la estrategia digital del país. Huawei Cloud continúa el espíritu pionero español, impulsando el desarrollo industrial a través de avances tecnológicos”.

Novedades en la oferta


Entre los productos y servicios de Huawei Cloud presentados durante el evento destaca Hybrid Cloud HCS8.3, un completo servicio de nube híbrida, que integra a la perfección las capacidades de nube privada y pública. Además, la base de datos de nube distribuida de nueva generación ofrece alta seguridad, elasticidad e inteligencia. Su objetivo es ser una opción óptima para las empresas globales.

Huawei Cloud también presentó sus modelos de grandes dimensiones de Pangu, una arquitectura desacoplada de tres niveles que permite a las empresas en-

treñar sus grandes modelos propietarios utilizando sus datos. Huawei ha explicado que le gustaría que su modelo de lenguaje de grandes dimensiones sirva para cubrir las necesidades de las diferentes industrias. El MetaStudio actualizado, con datos de audio y vídeo previamente entrenados a nivel de PB, permite un modelado rápido, logrando una precisión de sincronización de labios del 95% para los avatares digitales.

Huawei, como player mundial en infraestructura digital, ha generado un impacto en diversos sectores de la industria, como son los medios de comunicación y el entretenimiento, el turismo y la atención médica. En lo que concierne a medios y entretenimiento, MetaStudio mejora la eficiencia de la creación de contenido, mientras que la solución OTT proporciona experiencias interactivas globales y de transmisión en vivo de baja latencia.

En turismo, por ejemplo, Huawei Cloud ha ayudado a TravelGate, la principal plataforma de viajes de España, a conectar a más de mil proveedores de hoteles, mejorando el rendimiento en un 35% y la utilización de recursos en un 40%. En salud, QuironSalud, un hospital español, se benefició de la solución “Cloud-Native Data Lake” y logró un rápido reconocimiento de casos y una gestión eficiente.

Huawei Cloud es una de las unidades de negocio de Huawei, compañía que opera en España desde 2001. La tecnológica ha sido un socio clave en el proceso de transformación digital del país, ayudando a los operadores a construir redes de telecomunicaciones y proporcionando soluciones de TI y dispositivos inteligentes a los consumidores. Hasta la fecha, Huawei Cloud tiene una presencia global de 93 zonas de disponibilidad en 33 regiones. 

Andrés Yin Hui estrena la jefatura de Huawei Iberia

Huawei había nombrado a Andrés Yin Hui responsable máximo de la región Iberia lo justo para preparar la Cloud Summit España 2024. La intención es seguir dando continuidad al impulso de la actividad de la compañía china, manteniendo su compromiso de colaboración, junto a sus socios dentro del ámbito tecnológico y de la innovación, para el avance de España y Portugal en su proceso de transformación digital.

Yin Hui se incorporó a Huawei en 2005 y, desde entonces, ha ocupado distintos cargos de responsabilidad en la compañía. Antes de su actual nombramiento, fue director de Operaciones (COO) en la Oficina del Presidente de Huawei para Europa, Jim Lu. También desempeñó su actividad como vicepresidente de Recursos Humanos de Huawei en la Región de Centro y Norte de Europa. Igualmente, y dentro de Huawei, ha trabajado en distintos países latinoamericanos, concretamente, cinco años en Argentina, cuatro años en Perú, dos en Bolivia y dos en Brasil. Es licenciado en Informática por la Universidad de Ciencia y Tecnología de Huazhong y en Marketing por la Universidad de Wuhan.

Ahora, en su actual puesto como CEO de Huawei Iberia, Yin Hui seguirá liderando la actividad de Huawei y promoviendo la innovación en áreas como conectividad y redes de telecomunicaciones de última generación, Cloud, energía digital y dispositivos inteligentes. “Es un honor recoger el valioso legado de contribución que Huawei ha realizado en la región durante más de veinte años. En ese sentido, abordo con verdadero entusiasmo el reto de seguir potenciando el importante papel que nuestra compañía ha desempeñado en el avance de la digitalización, contribuyendo a mejorar la vida de ciudadanos, impulsar el entorno empresarial y apoyar a sus instituciones”, manifestaba Yin Hui. “Para ello, todo el equipo seguirá trabajando para construir, junto a nuestros clientes y socios, un sólido ecosistema tecnológico y digital que aporte un creciente valor a la sociedad”.



Huawei es un proveedor global de soluciones de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), infraestructuras y dispositivos inteligentes con un amplio offering de extremo a extremo, que se articulan en cuatro entornos clave: redes de telecomunicaciones, TI, dispositivos inteligentes y servicios en la nube. “El catálogo completo de productos, soluciones y servicios de Huawei es competitivo y seguro. A través de la colaboración con los socios del ecosistema, creamos un valor añadido para nuestros clientes y trabajamos para empoderar a las personas, enriquecer la vida en los hogares e inspirar la innovación en organizaciones de todo tipo”, señalan desde la compañía. “Nos comprometemos a llevar la digitalización a cada persona, hogar y organización para lograr un mundo totalmente conectado e inteligente”.



**CON LA CONFIANZA
DE LOS PROFESIONALES.
HECHO PARA GANADORES.**

RAZER.COM

Copyright © 2023 Razer Inc. All rights reserved. Actual product may differ from pictures. Information correct at time of printing.

**GRUPO
MCR**

Distribuidor exclusivo de la marca Razer
Encuétranos en: mcr.com.es

SAMSUNG

PCIe® 4.0 NVMe™ SSD
990 PRO | 990 PRO con Heatsink
Blistering speed, endless victory



WORLD'S
No. 1
FLASH MEMORY
SINCE 2003
SAMSUNG

* Source: 2003-2021 IHS Markit data:
NAND suppliers' revenue market share.

WD_BLACK

■ DRIVE YOUR GAME



LOADING.



Juega sin límites.

Desempeño superior con los procesadores Intel® Core™.



intel.

CORE

i5

intel.

CORE

i9

intel.

CORE

i7

Sé todo lo que quieras ser, dentro y fuera del juego, con un desempeño optimizado y nuevas funciones que te permitirán jugar con más intensidad y trabajar con más inteligencia.

Las tecnologías Intel podrían requerir la activación de hardware, software o servicios, algunos de los cuales pueden no estar disponibles en todos los sistemas. Consulte con el fabricante las especificaciones completas del sistema. Los resultados pueden variar.

© 2023 Ubisoft Entertainment. All Rights Reserved. Assassin's Creed, Ubisoft, and the Ubisoft logo are registered or unregistered trademarks of Ubisoft Entertainment in the U.S. and/or other countries.

© Intel Corporation.

Miguel Almeida (Westcon): «2024 empezó de forma tranquila, pero se esperan buenas perspectivas para la segunda mitad»

Con el inicio de su año fiscal 2023-24, en marzo del año pasado, el mayorista Westcon reincorporaba como Country Sales Director para Iberia a Miguel Almeida, que ya había ocupado este puesto en Portugal antes de su breve paso por CrowdStrike durante apenas el año de 2022. Por la naturaleza de este mayorista, especializado en un ramillete de grandes fabricantes internacionales en el ámbito de las redes y la ciberseguridad y que en España se mueve en la tabla media con una plantilla entono a los 300 empleados, el foco está en ampliar la oferta de servicios específicos al canal.

Su primer año no se dio ni tan mal, con un crecimiento del 20% que unido al 41% del 22-23 le sitúa como el VAR con mejor progresión desde la pandemia. Este año la lucha continúa trasladándose al negocio cloud y el modelo de suscripción, introduciendo soluciones a través del marketplace de AWS sin olvidar la capa tecnológica del fabricante que se traduce en un mejor servicio para cubrir las necesidades del cliente final. “El reto es construir el equipo, cuidar de nuestros fabricantes, entender lo que necesitan nuestros fabricantes y nuestros partners, y al final, conseguir esa magia de estar tanto con los fabricantes como con los partners y que el negocio pueda fluir”, afirma Almeida. Pero aún tenía mucho más que contarnos, y fue en el marco del pasado Digital Enterprise Show (DES).

¿Por qué acudir al DES?

Queríamos probar la experiencia. Tras una propuesta del equipo de marketing para este año fiscal, aceptamos el reto de estar aquí, y sinceramente nos ha gustado mucho. El DES tiene una organización excelente, no solo por el sitio y la asistencia de profesionales, también detalles como el auditorio o la parte del catering. Todavía es temprano para medir el retorno. Es una inversión para estar cerca con nuestros partners y fabricantes, acompañarles y proporcionarles más contactos y negocio, que es el valor añadido que pueden encontrar a través de nosotros. Todos los días aprendemos algo y el mercado nos enseña qué camino seguir.

¿Cómo se está dando este año y previsiones para 2025?

Este 2024 empezó de forma tranquila y así ha sido en general todo el primer semestre, pero se esperan buenas perspectivas para la segunda mitad del año, la información que nos llega de las consultoras indican mejora apoyándonos en fondos de la UE a final de año y la llegada de las normativas NIS2 y DORA. Es una oportunidad gigantesca para el canal.



Miguel Almeida, Country Sales Director de Westcon en Iberia.

*«Disponemos del Plan Flex con el que ayudamos a financiarse al partner, que permite ayudarle a cerrar proyectos a cinco años pudiendo ofrecer calendarios de pagos mensuales, trimestrales o anuales a sus clientes. Flex no es un modelo de SaaS»
(Miguel Almeida, Westcon)*

Iberia supone un 10% de la facturación de la compañía en EMEA, esperamos seguir creciendo en el mercado nacional y estar entre el 7% y el 10% de cuota de mercado. Nuestro mensaje es de confianza para el 2024-25. Las dos líneas negocio principales, ciberseguridad y networking, siguen creciendo, y más ciberseguridad. La ciberseguridad va muy rápido, cada día genera nuevas necesidades y tenemos que estar ahí para afrontar los desafíos constantes y ayudar al partner en lo que necesite, somos su distribuidor valor añadido.

¿Cómo se organiza vuestra estructura de mayorista?

Tenemos una estructura dividida en Ventas, Desarrollo de negocio y Cuentas clave nacionales. El equipo de key accounts está concentrado en el top 5. Estos socios principales son Palo Alto, Juniper, Extreme Networks, Zscaler y CrowdStrike. Para el mercado SMB español tenemos otro equipo de desarrollo que lo lidera en exclusiva, y en Portugal igual, que se encargan del acompañamiento, trabajando con los fabricantes sus necesidades por regiones. En total gestionamos más

de 450 partners en Iberia, y una oferta de más de 40 fabricantes, aunque realmente ponemos foco en unos quince donde aparecen nombres como Cisco, F5 Networks, Anomali, Netscout, Ordr o Infoblox.

Luego tenemos tres áreas principales: Ciberseguridad, Networking (redes, wifi, switching...) y NextGen Solutions (fabricantes de nicho o que están despegando). Solo trabajamos con fabricantes internacionales, la selección y gestión se hace desde la central en EEUU y ahí es donde se decide para todo el mundo. Todos los años se da la entrada

de unos fabricantes y la salida de otros, es una cosa normal en la generalidad de los mayoristas. La última gran incorporación ha sido Proofpoint para la comercialización de su protección del correo electrónico en nuevos países como España, Portugal y Alemania, y también recientemente se ha ampliado la relación con Nokia con el objetivo de desarrollar el negocio en torno a las redes 5G y la entrada de su portfolio de Nokia Drone Networks.

La ciberseguridad presenta importantes oportunidades. Tenemos segmentos muy

consolidados como el de los cortafuegos, con Juniper, que sigue creciendo año a año, y otros como son las aplicaciones en la nube y los endpoints con grandes perspectivas de crecimiento. En SASE mantenemos grandes expectativas, con fabricantes como Palo Alto y Zscaler, pero en realidad muchos fabricantes de redes están accediendo al mundo de la ciberseguridad por esta vía, donde destaca firmas como Extreme Networks en switching o últimamente Ruckus con fuerte presencia en hospitality y logística con sus equipos wifi. Las redes procesan cada vez más cantidad de usua-

Westcon muestra en el DES su potencial tecnológico para el canal

Westcon-Comstor, mayorista de valor por sus soluciones, conectadas, seguras y productivas, participó por primera vez activamente en la última edición de Digital Enterprise Show (DES) celebrado en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga por tercer año. La compañía realizó diferentes actividades para mostrar su propuesta tecnológica al mercado, en especial sobre inteligencia artificial, ciberseguridad y networking, así como para dar a conocer a participantes y socios la nueva Directiva NIS2, y su potencial de negocio a través de sus soluciones de vanguardia.

Recién aterrizados de su Sales Kick Off en Tenerife, el equipo de Westcon Iberia tuvo el tiempo justo de montar el stand en el recinto del FYCMA malagueño. También tenían por medio una mesa sobre Inteligencia Artificial generativa, moderada por Paulo Neves, Sales & Vendor Director Networking Iberia & NGS Portugal de Westcon, donde participaron los ponentes Jorge Franco (director Telefónica Global Account en F5 Networks), Juan Istúriz (Regional Sales Director en CrowdStrike) y Lucas Nicolás

Scola (Partner Sales Engineer en Juniper Networks). En ella se puso de manifiesto cómo esta tecnología está ayudando a empresas y organizaciones a abordar la ciberseguridad de manera más proactiva. Los participantes pusieron de relieve cómo la IA conseguirá democratizarse, avanzará en su regulación y permitirá nuevas posibilidades de negocio a la vez que facilitará el networking y la agilización de los procesos. No sin antes o durante, responder a las cuestiones éticas que se plantean, cómo quién es el responsable último o subsidiario en un conflicto con la IA por medio (caso de un accidente debido a un coche autónomo, por ejemplo).

Según Miguel Almeida, Country Sales Director de Westcon en Iberia, "nuestra participación en Digital Enterprise Show (DES) ha contribuido a demostrar que, junto a nuestros partners, damos respuesta efectiva a las necesidades del canal en nuevas tecnologías como la IA. La Inteligencia Artificial ofrece amplias posibilidades de negocio que, junto con la formación necesaria y los

valores que proporcionamos, son un diferencial significativo en el mercado. De ahí nuestra continua evolución y desarrollo vayan acompañados por los principales fabricantes, que nos permiten ofrecer las soluciones más adecuadas y avanzadas para sus clientes y negocios".

Diseñando el futuro de la distribución

Igualmente, Westcon demostró en la pasada edición de DES cómo crea valor para sus socios a través de su sólida propuesta que combina relaciones sólidas con los fabricantes, visión de mercado, servicios y formación con su experiencia. De ahí que la compañía destaque por iniciativas como la comunidad Tech Xpert, punto de contacto de partners y fabricantes en el ámbito de la ciberseguridad, o su entorno multifabricante 3DLabs, para pruebas de casos de uso combinados y mejora del conocimiento, que ofrecen una ayuda exclusiva al canal.

Además, Westcon realizó para sus partners un evento externo exclusivo en el malagueño Muelle Uno para ampliar su networking, compartir experiencias profesionales y disfrutar del entorno tras las jornadas de trabajo en Digital Enterprise Show. Con más de 35 años de experiencia, trabaja en más de 70 países para ofrecer valor y oportunidades a las empresas a través de una red de 12.000 partners a través de diez centros de soporte internacional que da servicio de entrega en 180 países, a la vez que dispone de 18 instalaciones logísticas.

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



rios concurrentes y datos, que exigen más rapidez e infraestructuras más robustas, lo que genera muchas oportunidades al canal.

Respecto a Next Generation Solutions, fue creada hace cuatro años para acoger en el portfolio aquellos fabricantes más especializados que en el futuro pensamos van a ser importantes, y de hecho de ahí han salido cuentas como Zscaler (Zero Trust), CrowdStrike (endpoint), Okta (gestión de identidades) o Vectra (NDR). En el caso de Zscaler y CrowdStrike los resultados han sido tremendamente positivos repercutiendo sensiblemente en nuestra cifra de negocio. El perfil de los clientes va desde la gran cuenta a organismos públicos que están haciendo una importante innovación en temas de ciberseguridad y networking, que realmente son las que luego ayudan al resto de empresas sean grandes o pequeñas. Pero en muchas ocasiones se han estado implantando varias tecnologías y ahora se puede optar por consolidar y elegir a uno o dos fabricantes que den respuesta a ambas áreas.

¿Qué herramientas diferenciadoras proporcionáis al canal?

Para la transformación digital una pieza fundamental es nuestro marketplace PartnerCentral, que canaliza toda la relación con Westcon, desde la compra de equipos o ayuda para marketing y todo lo que necesite hasta el acceso a su cuenta de cliente o el histórico de facturas. Además disponemos del Plan Flex con el que ayudamos a financiarse al partner, que permite ayudarlo a cerrar proyectos a cinco años pudiendo ofrecer calendarios de pagos mensuales, trimestrales o anuales a sus clientes. Flex no es un modelo de SaaS, pero ofrece flexibilidad del pago para que el cliente pague como pueda, dando mayor flexibilidad al partner y al cliente.

En cuanto a estrategia y nuevo offering, ¿que estáis proponiendo?

Hemos dado entrada a un nuevo modelo negocio en el ecosistema, el de los hiperesca-

lares, este año cerramos un acuerdo a nivel mundial con AWS, para que nuestros partners puedan comprar a través de su plataforma. Estamos empezando y las cifras aún son pequeñas, pero creo que hemos acertado en la apuesta por AWS. Las empresas quieren aprovechar los recursos que estos hiperescalares ofrecen y nuestra tarea como VAR es ayudar a los partners a aprovechar esta oportunidad.

Otra iniciativa que estamos llevando son los 3DLabs, una infraestructura en la nube disponible para partners y fabricantes para poder probar demos en entornos controlados y ver cómo desarrollarlos en un proyecto. Funciona como un banco de pruebas y permite crear entornos gemelos para optimizar su rendimiento, un elemento muy diferencial de nuestra oferta. Si el cliente lo requiere, también podemos destinar nuestros equipos técnicos incluso de manera presencial. De hecho, contamos con una comunidad propia, los Tech Xpert, que pueden suministrar todo tipo de manuales, documentación avanzada, vídeos y webinars.

Además de nuestra especialización en fabricantes de ciberseguridad y networking, estamos apostando en ofrecer el mejor servicio profesional de soporte al partner, tanto en management services como también en training ATC (somos centro certificador de casi todos nuestros fabricantes). Según los analistas, los MSP y MSSP son un segmento con gran perspectiva de crecimiento, y Westcon cuenta con capacidades propias de un SOC para seguridad y de un NOC para redes 24x7. También podemos tunear equipos a medida y realizar configuraciones específicas de componentes y software a nivel de supply chain. Para ello contamos en Holanda con un gran centro logístico que da servicio a toda EMEA en tiempos muy competitivos.

Por resumir, prestación de asistencia técnica, formación específica, marketing y financiación flexible a pymes afianzan la confianza de mayoristas, integradores de sistemas y proveedores de servicios constantemente.

¿Qué tendencias detectas y destacas en el sector TI?

Sin duda la IA es el trending topic, al final todas las tecnologías la están incorporando, desde un SOC para reducir falsos positivos hasta un Copilot en el ordenador, incluso nosotros ya los usamos de manera interna. Y tecnologías como SASE, que significa la convergencia de la ciberseguridad con el networking, SASE ha venido para quedarse y se va a hablar mucho de ella, aunque aún no está plenamente asentada. También la adaptación a los modelos hiperescalares que va demandando el mercado cada vez más. Y por supuesto una mayor flexibilidad a la hora de contratar y pagar. Todos estos desafíos nos ponen por delante los retos a afrontar.

¿Cómo es vuestra relación con los partners?

Tenemos una red de partners bien consolidada. La compañía ofrece incentivos de forma continua a su red de socios para premiar su esfuerzo y fidelidad. Hemos puesto en marcha el programa "Westcon Five Stars Partnership" con nuevos incentivos para premiar a nuestro canal durante este año. Se trata de una iniciativa para seguir creando un continuo círculo de valor que constituye las bases de una estrecha relación con los socios, y premiar a los partners más comprometidos con el negocio. El premio consiste en un viaje a Punta Cana durante una semana en un hotel de cinco estrellas en el que puede participar toda la red de partners. Es un nuevo paso para agradecer a nuestra red de socios su apuesta por Westcon.

Además, celebraremos el gran evento anual con los partners el próximo 14 de noviembre, siendo Florida Park de Madrid el marco elegido en esta ocasión. El pasado año, acudieron a la cita más de 600 socios que pusieron de relieve cómo la buena relación de Westcon con sus socios es más estrecha año tras año, y para nuestra fiesta prenavideña esperamos reunir a más de 800 personas.

¿Próximas citas en la agenda?

Durante el presente año, en Westcon estamos posicionando las soluciones de ciberseguridad entre los partners con diversas actividades entre las que destacan formación y eventos que se suman a nuestra continua entrega de valor al canal. Además de los Westcon Digital Innovation Hubs (el último lo realizamos el 6 de junio en Madrid) y del DES de Málaga, tenemos prevista la asistencia al Madrid Tech Show los próximos 16 y 17 de octubre en el Palacio de IFEMA de Madrid, donde mostraremos las últimas soluciones en ciberseguridad, cloud, IA y big data, asimismo estaremos presentes en el 18ENISE los días 22 y 23 de octubre en León, el foro de referencia para la industria de la ciberseguridad que organiza INCIBE. [tp](#)



Maite Arcos (ESYS): «A veces el mayor peligro de un CPD es el cubo de agua de la limpieza»

Durante la visita al stand de Westcon en el DES, pudimos asistir a la conversación entre Maite Arcos, directora general de Fundación Empresa, Seguridad y Sociedad Digital, y María Isabel Arias, directora de Ciberseguridad de Westcon Spain, donde se fueron desgranando algunas de las claves e interrogantes de la nueva Directiva NIS2 que entrará en vigor en los próximos meses. Una charla que ya han paseado por otros eventos itinerantes organizados por el mayorista de cara al canal. De la nueva normativa se desprende que todas las empresas, y no solo las que tenían una concepción anterior de infraestructura crítica, deben prepararse para afrontar el nuevo reto, abarcar su responsabilidad a todos los niveles corporativos, conocer las penalizaciones y aplicar la normativa transparentemente para beneficio de los clientes.



Maite Arcos, directora general de Fundación Empresa, Seguridad y Sociedad Digital (dcha), con M^a Isabel Arias, directora de Ciberseguridad de Westcon (izqda).

¿A quién compete y le impacta NIS2?

Ya no es solo a dispositivos conectados, IoT, etc de las infraestructuras críticas, también a las personas y a sus puestos de trabajo y que va mucho más que el propio CISO. Que se caiga la web causa impacto en la vida normal, por ejemplo en el suministro de respiradores o mascarillas como se vio en la pandemia. Sobre los sectores afectados, hay una lista extensa anexa al NIS2, difícilmente alguna empresa se librará, y se añaden a las Administraciones Públicas y algunas agencias locales según país.

Pero sobre todo ahora están implicadas cualquier empresa situada en cadenas de distribución: alimentos, medicamentos... Cualquier interrupción de la cadena logística, que se corte internet, trae consecuencias. Y no solo se trata de riesgos cibernéticos externos, a veces el mayor peligro de un CPD es el cubo de agua de la limpieza. Por eso se trata también de que los empleados no sean parte del problema, sino de la solución, y eso se consigue a través de la formación. Y otra consideración: los contratos de compra en informática cada vez se ajustan más a presupuesto, pero comprar barato igual sí afecta a la ciberseguridad y al negocio.

¿Existe una recomendación universal?

Tampoco existe una solución universal que valga para todo y para todos. La ciberseguridad es un traje a medida, no son solo los equipos informáticos o donde tengas alojados los datos, depende de los clientes que se tenga, de la zona geopolítica en la que se opere, si es una empresa que importa o exporta... Todo eso repercute también en su ciberseguridad. La idea básica de NIS2 es que

no se puede permitir que una pieza llegue a afectar a toda la cadena. Recordad el caso de una compañía (Colonial Pipeline) que suministraba el queroseno de los aviones que fue hackeada a través del sistema de facturas y dejó sin volar a Florida y el gobernador tuvo que decretar el estado de excepción.

Luego cualquier proveedor a una empresa tercera le atañe. Pongo otro ejemplo. La industria alemana era en un 90% dependiente del gasoducto ruso y cuando se cortó el grifo tuvo que buscar alternativas y empresas españolas de gas licuado de repente pasaron a tener un papel preponderante... poniéndose en el punto de mira de los chungos de Putin y sin tener nada que ver con la guerra de Ucrania te metes en el ojo del huracán, y de un día para otro el CISO de las compañías que no tiene por qué estar en la estrategia geopolítica tiene que hacer un curso acelerado de relaciones internacionales, y eso es en todo caso responsabilidad del consejo de administración. Por eso ya se habla de responsabilidades concretas de los puestos de dirección.

¿Están las administraciones públicas concienciadas o solo reglamentadas?

Cada normativa tiene su propio objetivo. NIS2 mira a la cadena de distribución. Otros miran datos personales como el RGPD, y otras normativas son más sectoriales como DORA para las entidades financieras. Normalmente se suman, pero a veces hay que mirar que no se contradigan, y eso no siempre está garantizado. Van a seguir viniendo de la Unión Europea y en plan reglamento, que es más duro que mediante directiva, pero para lo bueno buscando la solidaridad del marco europeo común.

¿Quién pone la multa? ¿Quién me ayuda? ¿Cómo salgo de esta?... Los Estados están para cuidar a sus ciudadanos y empresas, prevenir ataques, detectar amenazas y lanzar alertas. En España tenemos una larga serie de entes y organismos, aunque cada uno dependiente de un ministerio distinto, lo que puede inducir a confusiones contradictorias. Tenemos el DNS dependiente del de Presidencia (pertinente en el caso de espionaje Pegasus), el CCN del de Defensa (lanzó a nivel mundial el primer parche para desactivar WannaCry), el INCIBE del de Transformación Digital (que promueve la concienciación y resiliencia), la OCC/CNPIC del de Interior (que vela por las infraestructuras críticas), la AEPD del de Justicia (es la que regula y multa), el NIS2 de las distintas autoridades sectoriales... Falta una verdadera ventanilla única y no está nada definido, pero tampoco es un caos, suele haber bastante colaboración.

¿Alguna última recomendación?

Los clientes potenciales también deben cuidarse más allá de tener un CISO propio o delegado, y ahí entra a jugar el canal. ¿Cómo venderles la tecnología? La seguridad completa no existe, el objetivo es prevenir los ataques y detectarlos lo más pronto posible para que el impacto sea menor. Todo lo que está conectado es vulnerable, y además el perímetro es hoy más extenso. Hay que tener todo mapeado y tener pensado qué hacer si algo falla, los planes de contingencia son fundamentales. Por eso, pedagogía y mucha formación permanente, desde el Consejo de Administración hasta el último empleado.

Un abanico de posibilidades que los servicios gestionados brindan al canal

Arrow Electronics guía hacia adelante la innovación para miles de fabricantes líderes de tecnología y proveedores de servicios. Con ventas de 33.000 millones de dólares en 2023, el mayorista desarrolla soluciones tecnológicas que ayudan a mejorar los negocios y la vida diaria de sus partners de canal



El mercado mundial de servicios gestionados está creciendo rápidamente y se prevé que alcance los 731.000 millones de dólares en 2030. A pesar de la gran oportunidad de negocio que representan, incluirlos en su oferta puede ser una tarea compleja y costosa para muchos partners de canal.

Por un lado, por los recursos que requiere, como la adquisición de software y hardware, así como una inversión constante en investigación, desarrollo e infraestructura. Por otro lado, por la dificultad de contratar y formar a personal cualificado, ya que la creación de equipos eficaces es cada vez más difícil. Según un estudio de ManpowerGroup, el 75% de los empleadores de todo el mundo tiene dificultades para cubrir puestos cruciales, sobre todo en perfiles profesionales relacionados con TI y con el uso de datos.

Hoy en día, el aumento de los dispositivos conectados, impulsado por el trabajo remoto a nivel global y la adopción de la nube a gran escala, está creando ecosistemas cada vez más complejos de gestionar para los Managed Services Providers (MSP). Este cambio, con cargas de trabajo divididas entre múltiples entornos cloud y on-premise, requiere nuevas habilidades y estrategias para que los MSPs sean capaces de dar el soporte adecuado a los entornos híbridos de sus clientes. Esta situación se torna aún más compleja para los socios de canal más pequeños, para los que invertir el

tiempo y el dinero necesarios para convertirse en MSPs conlleva grandes desafíos.

Para abordar estos retos, aliarse con un proveedor externo de servicios gestionados puede ofrecer a los partners de canal una alternativa rentable y de bajo riesgo. En primer lugar, porque les permite acceder a un amplio equipo de expertos, a las últimas tecnologías y a las mejores prácticas sin necesidad de realizar una gran inversión inicial. Además, contar con distintas opciones de pago, como el pago por uso, y mantener costes predecibles les proporciona flexibilidad financiera.

En segundo lugar, el portfolio de servicios gestionados que puede ofrecer un distribuidor externo es capaz de cubrir todas las áreas de servicios, desde la seguridad y la gestión de datos y redes, hasta la orquestación de nubes y copias de seguridad, eliminando de forma eficaz cualquier laguna de conocimientos y experiencia.

Además, los partners pueden acceder a ventajas adicionales como una mejor calidad del servicio prestado, gracias a contar con un equipo de profesionales experimentados y certificados. Sumado a la reducción del riesgo de interrupciones y cortes en los servicios de TI mediante un acuerdo de nivel de servicio (SLA), permite a los distribuidores centrarse en sus competencias básicas gracias a la externalización de estos servicios.

Asimismo, las posibilidades de los servicios gestionados, proporcionados por un distribuidor de TI de valor añadido, van más allá del ahorro de costes y la adquisición de talento, abordando retos más amplios a los que se enfrentan los socios de canal que se aventuran en el mundo de los MSP. Los distribuidores pueden acceder al apoyo adicional de los equipos de servicios profesionales, que ofrecen asesoramiento sobre estrategias de TI, gestión de proyectos y asistencia en proyectos de TI complejos, yendo más allá de las ofertas de MSP convencionales.

El mercado de servicios gestionados está explotando, pero crear una práctica desde cero puede sobrecargar los recursos y desviar la atención del negocio principal. Trabajar con distribuidores de TI de valor añadido que ofrecen servicios gestionados ayuda a los socios de canal a salvar las distancias. Obtienen acceso a las competencias, los conocimientos y la experiencia necesarias para crecer, todo ello sin una fuerte inversión inicial. A su vez, esto permite a los socios de canal centrarse en sus puntos fuertes y establecer relaciones más sólidas y duraderas con sus clientes.

Ignacio López Monje,
vicepresidente para el sur de Europa de la división de negocio Enterprise Computing Solutions de Arrow

«El portfolio de servicios gestionados que puede ofrecer un distribuidor externo es capaz de cubrir todas las áreas, desde la seguridad y la gestión de datos y redes, hasta la orquestación de nubes y copias de seguridad, eliminando de forma eficaz cualquier laguna de conocimientos y experiencia» (Ignacio López Monje. Arrow)

¡Detenga más ransomware y ciberataques avanzados!

Automatice, simplifique y centralice la seguridad en: endpoints, redes, nubes, identidades y aplicaciones de productividad.

Bitdefender ha sido nombrado líder en
The Forrester Wave™: Endpoint Security, Q4 2023



Leer más:



Trusted. Always.





P.C.MIRA

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com

CAJONES PORTAMONEDAS



> HS-330A

- > 330 x 335 x 105 mm.
- > Color Negro. 4B/8M.
- > Conector RJ11 24V.

> HS-410B2

- > 410 x 415 x 110 mm.
- > Color Negro o Blanco.
- > 4B/8M.
- > Conector RJ11 24V.
- > Disponible Ap. Manual.

> HS-460

- > 460 x 465 x 110 mm.
- > Color Negro. 4B/8M.
- > Conector RJ11 24V.
- > Disponible frontal acero.

> HS-170

- > 460 x 170 x 90 mm.
- > Color Negro. 6B/8M.
- > Conector RJ11 24V.
- > Incluye tapa transporte con cerradura.

GAMA COMPLETA CON STOCK PERMANENTE

DISPONIBLES REPUESTOS COMO GAVETAS, TAPAS Y CERRADURAS.

> HS-415SUS

- > 410 x 415 x 114 mm.
- > Acero inoxidable. 4B/8M.
- > Conector RJ11 24V.
- > Súper resistente.



EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

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





PANEL PC Y MONITORES DE COCINA

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

SUNMI
Android POS Leader

UNICOPOS

imin
Intelligence for Business



> **SUNMI D2S KDS**

- > Pantalla 15.6".
- > S.O. Android 11. IP55.
- > Quadcore 1.8, 4+64GB.
- > Instalación en pared.
- > Power over Ethernet.

> **UNICO-W2141N**

- > Pantalla 21.5". IP54.
- > Windows/Android. IP65.
- > CPU J6412/i5, 4+128GB.
- > Instalación en pared o sobremesa opcional.

> **iMIN CRANE1**

- > Pantalla 16"/21"/27"/32".
- > Android 13. IP55.
- > Octacore 2.2, 4+64GB.
- > Instalación en pared o sobremesa opcional.

> **iMIN K1-101**

- > Pantalla 21.5".
- > Android 11. IP54.
- > Quadcore 2.0, 4+32GB.
- > Instalación en pared o sobremesa opcional.

TERMINALES ROBUSTOS PARA INDUSTRIAS O COCINAS.

SE PUEDEN COLGAR EN LA PARED MEDIANTE SOPORTES VESA O COLOCAR EN SOBREMESA MEDIANTE UN SOPORTE OPCIONAL. INCLUYEN TAPA CUBRECABLES.

EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

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





TERMINALES PUNTO DE VENTA WINDOWS

P.C.MIRA

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com

UNICOPOS



> **W64NP**

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



> **W51035NP**

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



> **WP64NP**

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



> **WP51035NP**

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



> **UNICO-W2164N**

- > Pantalla 21.5". 1920x1080.
- > CPU J6412, 4+128GB.
- > Disponible en Android e i5.
- > Panel PC o Monitor Cocina
- > Para colgar en la pared.



> **UNICO PT15/PT17**

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

EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

- > TPV WINDOWS.
- > TPV ANDROID.
- > TABLETS WINDOWS.
- > TABLETS ANDROID.
- > SOFTWARE PARA TPV.

- > QUIOSCOS.
- > PDA ANDROID.
- > PDA CON IMPRESORA.
- > LECTORES CÓDIGOS DE BARRAS.

- > CAJAS REGISTRADORAS.
- > CAJONES DE EFECTIVO.
- > IMPRESORAS TICKETS.
- > IMPRESORAS ETIQUETAS.
- > IMPRESORAS PORTÁTILES.





SOFTWARE PARA TPV ANDROID

P.C.MIRA

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com

FactoryPOS



> TPV

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

> COMANDEROS

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

> KDS COCINA

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

> KIOSCOS

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

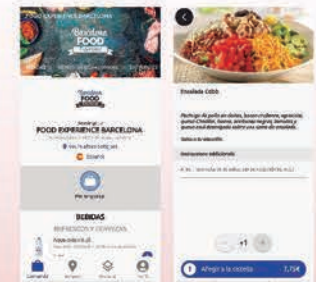
> BACK-OFFICE

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



> PEDIDOS ONLINE

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



EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

- > TPV WINDOWS.
- > TPV ANDROID.
- > TABLETS WINDOWS.
- > TABLETS ANDROID.
- > SOFTWARE PARA TPV.

- > QUIOSCOS.
- > PDA ANDROID.
- > PDA CON IMPRESORA.
- > LECTORES CÓDIGOS DE BARRAS.

- > CAJAS REGISTRADORAS.
- > CAJONES DE EFECTIVO.
- > IMPRESORAS TICKETS.
- > IMPRESORAS ETIQUETAS.
- > IMPRESORAS PORTÁTILES.





TPV ANDROID DE TERCERA GENERACIÓN

P.C.MIRA

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com

SUNMI
Android POS Leader



> D3mini-58

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



> D3mini-80

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



> T3 PRO

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



> T3 PRO MAX

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



> D3 PRO

- > Pantalla 15.6". A-13.
- > Opción Visor 10" con NFC.
- > CPU Qualcomm Hexacore
- > 4+64GB.



> V3 MIX

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

EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

- > TPV WINDOWS.
- > TPV ANDROID.
- > TABLETS WINDOWS.
- > TABLETS ANDROID.
- > SOFTWARE PARA TPV.

- > QUIOSCOS.
- > PDA ANDROID.
- > PDA CON IMPRESORA.
- > LECTORES CÓDIGOS DE BARRAS.

- > CAJAS REGISTRADORAS.
- > CAJONES DE EFECTIVO.
- > IMPRESORAS TICKETS.
- > IMPRESORAS ETIQUETAS.
- > IMPRESORAS PORTÁTILES.





TERMINALES PUNTO DE VENTA ANDROID

P.C.MIRA

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com



- > **D3**
- > Pantalla 15.6".
- > Opción 15.6" + 10".
- > Gama económica.



- > **D4/D4PRO**
- > Pantalla 15.6".
- > Opción 15.6" + 10"/15.6".
- > Impresora 80mm.
- > Gama profesional.



- > **SWAN/SWANPRO**
- > Pantalla 15.6".
- > Opción 15.6" + 10" + NFC
- > Gama profesional.



- > **KDS K1**
- > Pantalla 21.5".
- > Para colgar en pared.
- > Monitor en Cocina.
- > Gama industrial.



- > **D1**
- > Pantalla 10.1".
- > Impresora 57mm.
- > Visor trasero.
- > Gama económica.



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

EN PCMIRA SOMOS MAYORISTAS E IMPORTADORES DE:

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





Fortify Your Network

Fortinet
Global Cybersecurity Leader

The Fortinet Security Fabric is the industry's highest-performing cybersecurity platform, delivering broad, integrated, and automated cybersecurity capabilities supported by a large, open ecosystem. The Fortinet Security Fabric empowers organizations to achieve secured digital acceleration outcomes by reducing complexity, streamlining operations, and increasing threat detection and response capabilities.

Learn more at fortinet.com