

tai price[®] book

Septiembre
2025



Tu aliado de confianza en la gestión del Kit Digital

Proporcionamos una solución integral para Agentes Digitalizadores

- Amplio stock de equipos homologados
- Financiación a medida
- Plataformado de la solución
- Entrega al cliente final
- Creación y entrega de paquetes de evidencias exigidas por red.es
- Soporte Help Desk
- Acompañamiento y soporte hasta el fin del proceso

Descubre más



Solicita información en kitdigital@dmí.es

PROGRAMA KIT DIGITAL COFINANCIADO POR LOS FONDOS NEXT GENERATION (EU)
DEL MECANISMO DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA

SALICRU

Sistemas de Alimentación Ininterrumpida (SAI/UPS)

Pequeños y a la vez tan grandes.



**Soluciones Salicru SAI/UPS
para Hogar y Oficina**

- Stand-by / Line-interactive / On-line
- De 500 VA a 3.000 VA
- Formatos multibase y torre
- Software de monitorización
- Interface de comunicación USB(HID)
- Opciones de ampliación de autonomía

Descubre el modelo que necesitas: SELECTOR.SALICRU.COM



Síguenos en:



¡PROTÉGETE! PALABRA DE EXPERTO.

938 482 400 WWW.SALICRU.COM

SALICRU

60 AÑOS

tai price[®] book

Septiembre
2025



MCR inaugura nueva sede y 25.000 m2 de almacén

Reinaldo Rodríguez (Infinigate):
«Queremos doblar el tamaño de la compañía»

Borja Pérez (Stormshield):
«Los partners deben especializarse en servicios recurrentes»

El desembarco de los cables submarinos en España

Informe sobre los smartphones plegables

Somos el canal del distribuidor informático

21 Nueva sede de MCR con el doble de espacio para almacén

MCR ha inaugurado sus nuevas y amplias instalaciones en Getafe, consolidando su operativa logística y centralizando equipos en coincidencia de su 25 aniversario. El mayorista, que mantiene un crecimiento destacado por encima de la media del sector, refuerza su rol más allá de la distribución de producto, impulsando nuevas divisiones y promete un gran evento para conmemorar su trayectoria este mismo mes.



13 Infinigate apuesta todo al doble

El Grupo Infinigate, mayorista de infraestructura de Ciberseguridad, Nube y Redes, quiere distinguirse por una dedicación personalizada basada en la confianza y el uso extensivo del modelo basado en MSSP. Su director general en Iberia, Reinaldo Rodríguez, nos hace una puesta al día tras su primer año fiscal.



17 Stormshield aboga por los servicios recurrentes

Las empresas y organismos públicos necesitan garantizar sus infraestructuras críticas, sus datos sensibles y sus entornos operativos. Certificadas y cualificadas al más alto nivel europeo, las tecnologías de Stormshield responden a esos retos, como nos cuenta Borja Pérez, su director general en Iberia.



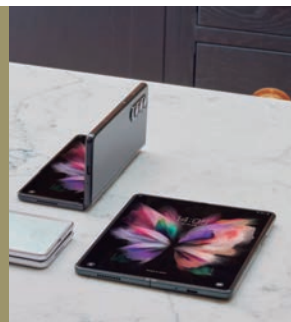
27 España, puerto de amarre de Internet

Los cables submarinos se han convertido en una infraestructura crítica, pues transportan más del 95% del tráfico internacional de datos y son responsables de respaldar todo, desde transacciones financieras hasta la transmisión de contenidos y las comunicaciones diarias. Y la península ibérica se ha convertido en piedra angular de la Web.



33 Los smartphones plegables prometen

Los 'Fold' están de moda en la franja más premium. Aunque apenas suponen un 2% del total de teléfonos vendidos, el valor que entregan al distribuidor y al canal de venta los hacen cada vez más golosos, intentando todos darles presencia en sus catálogos. Y las expectativas es que siga creciendo hasta un 7% antes del 2030.



35 OPPO puso alfombra roja en Callao

La marca OPPO, de referencia en dispositivos inteligentes como teléfonos, relojes y tabletas, presentaba por todo lo alto, en los cines Callao de Madrid, su nueva familia Reno 14, entre prensa, clientes y distribuidores, influencers y público en general. Una serie que a un precio de gama media-alta incorpora prestaciones de premium sin pestañear.



41 LedaMC apuesta por la QA

En esta entrevista, su CEO Dácil Castelo nos habla del papel estratégico de la tecnología, la importancia de la calidad en el desarrollo de software y cómo la IA está redefiniendo la manera en que las organizaciones gestionan la información. "Lo importante no es solo acceder a los datos, sino saber qué hacer con ellos".



44 OVHcloud Backstage 2025

En un evento exclusivo celebrado en el Pompá Tardeo Club de Madrid, la compañía proveedora de IaaS soberana ha congregado por primera vez al ecosistema en conjunto para promover la innovación y las sinergias entre todos sus miembros: partners, startups, editores de software y aliados tecnológicos.



47 Nueva norma EN 18031 en vigor

Europa bloqueará la venta de dispositivos electrónicos que no cumplan la nueva normativa en ciberseguridad. Desde el 1 de agosto se imponen tres requisitos para poder obtener la certificación necesaria para su venta en todo el espacio de la Unión Europea. Pero ¿cuáles son estos requisitos y cómo saber si lo que tenemos en almacén los cumplen?



El mes del pinchazo: de las mochilas de ruedas a los rodines de las bicis

Septiembre. Un mes que, en España, no es solo la puerta al otoño, sino el crisol donde se funden rituales ancestrales con los desafíos del futuro. Es el mes de la vuelta al cole, de la vuelta ciclista y de la vuelta a más de lo mismo. Al enfangamiento del discurso, al deslizamiento hacia arenas movedizas, al garrotazo despiadado en el lomo. Estandartes de guerra, pañuelos de rendición. Desfilando por las pantallas, clamando el derecho de antena, sin miedo a la desconexión.

Hubo otros septiembres también, más negros. La OLP haciendo amigos en el reino hachemita de Jordania. Fedayines con la bolsa de Munich'72 bañando de sangre la villa olímpica. Aviones de pasajeros secuestrados aterrizando en los pisos altos de las Torres Gemelas en Manhattan. Y más meses oscuros. Diez mochilas abandonadas en hora punta con su carga de odio y resentimiento en cuatro cercanías de Madrid en marzo con parada en el infierno. Comandos de milicianos de Hamás en parapente motorizado en avanzadilla asaltaron los cielos de un festival de música un día de octubre y masacraron a discreción todo lo que se movía. Nuevas pruebas de repesca para repetidores, los ciclistas como sinónimo de genocidas, derribados a banderazos y amortajados con sus telas cuatricromas en las cunetas de media España.

Y como los experimentos con gaseosa son cosa de risa, y estamos en el todo o nada, se van a apagar todas las pantallas en las aulas, incluidas pizarras electrónicas. No dejar en las taquillas los móviles, no. Cerrar los portátiles y volver al boli y al bloc. Décadas de inversión arrancada a los presupuestos autonómicos y estudios sesudos financiados por lobbies interesados, directamente a la papelería para calmar los grupos de wsspp de las apas y amas echando humo. El mundo será cada vez más digital, pero parece que a algunos les interesa que estemos más adentro de las cavernas. Generación analpha. Alfalfa para pollinos, pedales de curdas de sobresaliente en botellódromo municipal.

El sol en los dibujos de párvulos tiene hoy un color distinto. No es el amarillo chillón del verano, sino un ocre mediocre que se filtra entre las persianas a medio bajar. El primer día de clase, los pasillos eran un reguero de dragones y unicornios, de drones y cohetes, todos enfilando hacia destino incierto. A la salida, tras sonar el timbre, el cemento de la plaza, aún achicharrante, se sentía vivo bajo las suelas de sus zapatillas. Lucas notó que las banderas que colgaban de los balcones no eran las de siempre. Eran banderas con colores nuevos, con símbolos que nunca había visto. El niño se acercó a su abuelo y le preguntó: —¿Abuelo, por qué las banderas han cambiado? Don Anselmo se frotó la barbilla: —Verás, Lucas, las banderas son como los sueños de la gente. Cuando cambian los sueños, cambian las banderas.

De repente, una luz intensa y un zumbido. En la plaza, frente a la tienda de electrodomésticos, la pantalla gigante que anunciaba la Vuelta parpadeó y se desvaneció. En su lugar, apareció un canal de televisión que Lucas nunca había visto. El presentador no era un hombre, sino un holograma con la forma de un robot. Al principio, solo mostraba imágenes de cables de fibra óptica enterrándose en la tierra, de satélites orbitando, y de algoritmos danzando en pantallas. Pero pronto, el canal se volvió más extraño. Los ciclistas de la Vuelta se convirtieron en figuras de neón que volaban por un cielo digital. La mochila de Lucas se transformó en un portal por donde salían hadas agénticas diminutas que le leían cuentos.

El punto culminante de la transformación fue cuando los niños que volvían al colegio dejaron de ser visibles. Los adultos los veían, pero Lucas y Don Anselmo solo podían percibir su presencia como un leve parpadeo. En su lugar, vieron algo que nunca hubieran imaginado: los niños ahora navegaban por una red de datos que se había materializado en el aire. Sus cuerpos eran píxeles. Sus mochilas, bibliotecas digitales flotantes. En lugar de correr por el patio, volaban sobre mares de datos. Los ciclistas ya no competían en la carretera, sino que hacían carreras a través de este mismo mar moviendo monocascos voladores en la America Cup a golpe de pedal en las cicla-winchs.

Lucas miró a su abuelo, que no parecía sorprendido: —¿Y ahora, abuelo? Don Anselmo sonrió: —Ahora, Lucas, es la hora de jugar. La vuelta al cole ha terminado. Es hora de la vuelta al mundo. Y este, este es el mundo que hemos creado. Y sin decir más, Don Anselmo se metió en la pantalla. Se convirtió en una ráfaga de luz y se mezcló con los ciclistas de neón y los niños de píxeles. Lucas lo siguió, y al cruzar la pantalla, se convirtió en una idea que volaba en la inmensidad del espacio digital, con su mochila dragón flotando a su lado. La realidad, para ellos, se había convertido en un sueño hecho de un par de fibra óptica en un cable submarino.

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 Renovel
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.

Westcon reconocida como Partner del Año 2024 por Juniper

Westcon-Comstor, proveedor global de tecnología y distribuidor especializado, ha anunciado que ha sido reconocida como Partner del Año 2024 por Juniper Networks, ahora integrado en Hewlett Packard Enterprise (HPE). Este galardón celebra el desempeño excepcional del mayorista como partner destacado en la entrega de soluciones de redes nativas de IA innovadoras, impulsando mejores experiencias para el cliente y logrando resultados consolidados de negocio. Westcon-Comstor ha sido galardonada como Partner del Año tanto en la categoría de Distribución Global como en Distribución APAC (Asia-Pacífico), lo que subraya su éxito en impulsar y escalar la adopción de las soluciones de redes nativas de IA de Juniper en distintas regiones.



Los premios Partner del Año 2024 de Juniper se celebraron en el marco del programa Juniper Partner Advantage (JPA), que reconoce a los partners por su rendimiento excepcional y su impacto en la transformación digital de los clientes. Más allá del reconocimiento, el programa JPA ofrece a los partners las herramientas y el soporte necesarios para construir, consolidar y hacer crecer su práctica con Juniper, facilitando la entrega de soluciones de redes nativas de IA de nueva generación. Como partner estratégico de distribución de Juniper Networks, Westcon-Comstor desempeña un papel esencial en la formación y capacitación de partners, apoyado por un equipo interno de especialistas dedicados exclusivamente a Juniper.

Salicru Services crece y estrena una nueva sede



Salicru Services, la división de servicios del fabricante de SAI, ha inaugurado al inicio del verano una nueva sede que supone un importante salto adelante en capacidad y operatividad. Las nuevas instalaciones de 1.000 m² permiten duplicar el espacio destinado al taller, lo que me-

jorará los procesos de reparación, mantenimiento y logística de los equipos. Además, se incorpora un aula de formación completamente actualizada, pensada para ofrecer sesiones técnicas tanto al personal interno como a clientes y colaboradores. Este nuevo espacio permitirá potenciar la transmisión de conocimiento y la formación continua, siguiendo la estrategia de proximidad de Salicru.

El crecimiento de Salicru Services también se ha visto acompañado por la ampliación del equipo a lo largo de este año, tanto en la sede central como en las delegaciones. Actualmente, la empresa cuenta con 14 centros territoriales en España y presta servicio internacionalmente, ya sea desde su equipo central o a través de una red de partners distribuidos en más de 130 países del mundo, manteniendo una posición de referencia en servicios posventa en la industria de la electrónica de potencia. Salicru Services ofrece servicios de asesoramiento, preinstalación, venta, durante la vida útil del equipo y de final de vida. Cuenta con decenas de técnicos de campo que desarrollan puestas en marcha, visitas preventivas e intervenciones correctivas.

Netgear presenta su punto de acceso de pared más compacto hasta la fecha

Netgear acaba de lanzar WAX610W, un punto de acceso WiFi6 compacto de montaje en pared, diseñado para ofrecer conectividad de alto rendimiento y rentable para entornos hoteleros, educativos y unidades multifamiliares (MDU). Creado para simplificar la implementación y la gestión, a la vez que mejora la experiencia de huéspedes y residentes, este PA combina un rendimiento de clase empresarial con la simplicidad de la gestión en la nube.

Con un rendimiento total de hasta 1,8 Gbps en doble banda, el WAX610W garantiza una

conectividad inalámbrica rápida y fiable en entornos de alta densidad. Cuenta con un puerto Gigabit PoE-In para alimentación y enlace ascendente, además de cuatro puertos Gigabit LAN para conectar directamente dispositivos como teléfonos IP, televisores inteligentes y proyectores. Con seguridad de nivel empresarial, roaming continuo y gestión remota mediante Netgear Insight, es fácil de escalar y mantener, y el Portal Cautivo opcional permite una experiencia WiFi para invitados con total personalización. Su diseño compacto y elegante se integra fácilmente en cualquier

interior, a la vez que proporciona una cobertura omnidireccional optimizada.

Compatible con otros puntos de acceso gestionados en Netgear Insight, el WAX610W se integra con redes Instant Mesh cableadas e inalámbricas para ampliar la cobertura de forma rápida y económica. Funciona a la perfección con dispositivos cliente actuales y antiguos, lo que garantiza una amplia compatibilidad y facilita futuras actualizaciones, cubriendo todas las versiones de WiFi4, WiFi5, WiFi6E y WiFi7. Y dispone de un soporte premium: cinco años de garantía y reemplazo al siguiente día laborable.

La marca Soundcore del fabricante Anker llega a Carrefour



Soundcore, la marca de audio premium de Anker Innovations, anuncia su entrada oficial en Carrefour, una de las mayores empresas de distribución en nuestro país. Gracias a esta alianza, un público aún más amplio podrá acceder a una cuidada selección de los auriculares y altavoces más innovadores de Soundcore, disponibles tanto en los hipermercados Carrefour, donde la compañía es pionera y

líder con 204 tiendas en España, como en su web Carrefour.es. La llegada de Soundcore a Carrefour responde al creciente interés de los consumidores españoles por dispositivos de audio de alta calidad y tecnología avanzada.

“Estamos muy agradecidos de poder unir fuerzas con Carrefour, un referente en la distribución a nivel nacional. Esta colaboración

nos da la oportunidad de acercar la experiencia de sonido premium de Soundcore a un público más amplio y así, seguir impulsando nuestro crecimiento en el mercado español”, afirma Jesús Fonseca, Regional Key Account Manager de Anker Innovations en España.

Los auriculares inalámbricos y altavoces de interior y exterior de Soundcore poseen diseños únicos compatibles con servicios de música en streaming, servicios de voz y un número cada vez mayor de productos domésticos inteligentes. Anker posee un amplio catálogo de productos para carga móvil, energía para el hogar y dispositivos inteligentes, así como “eufy gadgets” inteligentes y soluciones de seguridad doméstica.

Córners de Baseus en las tiendas FNAC

FNAC se convierte en el nuevo escaparate de la llegada de los displays promocionales de Baseus en sus tiendas de Madrid, Barcelona, Bilbao y San Sebastián. La firma asiática, referente en accesorios inteligentes, presenta su línea PicoGo, una gama que apuesta por la funcionalidad, el diseño y la comodidad para el día a día. Además, los nuevos espacios en FNAC no solo exponen producto: ofrecen una experiencia. Cada display refleja la esencia de PicoGo, una colección pensada para quienes buscan soluciones prácticas sin renunciar al estilo. Desde cargadores ultracompactos hasta cables que combinan portabilidad y potencia, con un diseño minimalista que se adapta tanto a entornos profesionales como personales.

Entre las soluciones destacadas de la gama PicoGo, que transforma la forma de trabajar, viajar o estudiar, se encuentran un cargador de 45 W, de tamaño mini y una excelente solución para usuarios de iPhone; un cable magnético 240 W, capaz de cargar un Mac rápidamente y muy fácil de guardar; y el powerbank magnético Qi2 con stand, compatible tanto con dispositivos Apple como con móviles Android, que además puede utilizarse como soporte para mayor comodidad.

Baseus mantiene una apuesta fuerte por el mercado español y lo hace con una estrategia directa: acercar la tecnología al consumidor de forma visual, accesible y tangible. En 2023 nace Baseus Iberia, una filial de la marca para distribuir sus productos en España y Portugal, donde ofrece más de 3.000 dispositivos diferentes a través de diferentes retailers. Con esta acción en FNAC se quiere demostrar que la innovación no necesita ocupar mucho espacio, solo hacerlo bien. Tecnología útil, compacta y pensada al milímetro, ahora al alcance de la mano.

TD Synnex amplía sus servicios de ciclo de vida gracias a un nuevo acuerdo con Cordon Group

TD Synnex ha anunciado un acuerdo estratégico con Cordon Group, compañía especializada en servicios para el ciclo de vida de productos electrónicos, y con su filial SLS (Second Life Solutions), proveedor acreditado de dichos servicios. Esta colaboración supone un importante avance en el programa Renew de TD Synnex, ya que amplía su cartera de servicios para el ciclo de vida con ofertas de intercambio de portátiles con sistema operativo Windows, consolas de videojuegos y otros equipos informáticos, y complementa los servicios existentes para dispositivos móviles.

Los partners pueden acceder sin problemas a esta oferta de ciclo de vida mejorado a través de la cuenta del portal TD Synnex Renew. El mayorista fomentará el desarrollo del negocio mediante campañas locales y apoyará los programas de actualización tecnológica con los proveedores de hardware de toda Europa, mientras que el grupo Cordon procesará los dispositivos gracias a sus competencias en TI circular de última generación. Además, el programa TD Synnex Renew incorporará ahora una gama más amplia de servicios de TI circulares, entre los que se incluyen servicios de borrado de datos certificados, eliminación de activos de TI (ITAD), reacondicionamiento, reparación técnica y servicios de custodia in situ.



Lenovo lanza un servicio DaaS modular que fomenta la contabilidad ESG



Lenovo introduce a principios de agosto TruScale DaaS for Sustainability (TruScale Dispositivo como Servicio para la Sostenibilidad), una solución modular que ayudará a las empresas a avanzar en sus objetivos de sostenibilidad al tiempo que modernizan su infraestructura informática. La solución proporciona nuevas herramientas para reducir la huella de carbono, extender la vida de los dispositivos y acelerar la transición hacia una economía circular, y todo ello con el respaldo de los más de quince años de experiencia de Lenovo en la recuperación de activos y más de un millón de dispositivos retirados de manera responsable.

En algunos despliegues, TruScale DaaS ha obtenido reducciones de más del 35% en costes informáticos relacionados con dispositivos según la ROI Tool de Lenovo –basada en precios mensuales medios, ciclo de refresco de tres años, tasa de reparación de 2%, y salario informático de 70.000 dólares–, y sin la carga de desembolsos iniciales de capital o complejos ciclos de aprovisionamiento. Estudios recientes del sector como el de Capgemini demuestran además que el 62% de las organizaciones invierten en la sostenibilidad por los ahorros de costes que conlleva, lo cual subraya el doble valor, tanto económico como medioambiental, de la propuesta de Lenovo.

Esta última adición del “for Sustainability” a la contrastada plataforma TruScale DaaS de Lenovo, que ya ha gestionado millones de dispositivos en todo el mundo, se centra en un modelo orientado a la sostenibilidad para unificar dispositivos, servicios y financiación bajo una única solución escalable por suscripción. Desde el primer día, cada dispositi-

vo sustenta una estrategia informática más circular, asequible y sostenible, además de proporcionar un retorno de la inversión medible en cuestión de semanas, en lugar de meses.

Por ejemplo, el Grupo de la Universidad de Coventry (Reino Unido) reemplazó su anticuada infraestructura informática mediante Lenovo TruScale DaaS y compensó 223 toneladas de CO2 utilizando los servicios de compensación de CO2 de Lenovo, incluidos como parte de su solución TruScale DaaS. El cambio ahorró 40 horas por semana en mano de obra informática y mejoró el suministro y soporte de dispositivos en las redes globales de profesorado.

Según McKinsey, hasta un 60% de las emisiones generadas por dispositivos de usuario final pueden reducirse mediante estrategias como la adquisición de menos dispositivos por usuario y extensión de la duración de los mismos. Lenovo TruScale DaaS for Sustainability sustenta este tipo de impacto al ofrecer opciones modulares que extienden la vida de los dispositivos, reacondicionar hardware y compensar emisiones durante todo el ciclo de vida.

Sostenibilidad mediante la informática circular

Lenovo TruScale DaaS for Sustainability proporciona un valor respaldado por resultados en cinco etapas clave del ciclo de vida de los dispositivos: Asesoramiento, Implementación, Soporte, Gestión y Retirada y Refresco. Este enfoque estructurado garantiza que los responsables informáticos puedan abordar tanto la eficiencia operativa como la responsabilidad medioambiental en cada momento. Las herramientas basadas en IA, como Leno-

vo Intelligent Sustainability Solutions Advisor (LISSA) (asesor inteligente de soluciones de sostenibilidad de Lenovo) y Care of One permiten orientar estrategias de refresco sostenibles y mejorar la experiencia de los empleados.

Las opciones modulares en cada etapa del ciclo de vida de los dispositivos contribuyen a reducir las emisiones, recuperar valor y eliminar desperdicio electrónico, incluyendo:

- Portal de Impacto de Carbono: información a nivel de dispositivo y en tiempo real para apoyar los informes ESG.
- Dispositivos reacondicionados y certificados: costes de renovación más bajos y reducción de la huella de carbono.
- Servicios de compensación de CO2: compensación de emisiones integrada durante el ciclo de vida, con acciones climáticas verificadas.
- Servicios de recuperación de activos: retirada de servicio protegida y recuperación de valor residual.

Beneficios demostrados

- Impacto de costes:
 - El 57% de las empresas que adoptan DaaS logran reducir los costes por usuario, según IDC
 - Los clientes de Lenovo reportan reducciones de un 20% en el coste total de adquisición
 - Ahorros en mantenimiento informático que oscilan entre el 10 y 40%
- Eficiencia energética de los dispositivos:
 - El 100% de los ordenadores portátiles y sobremesa comerciales de Lenovo, así como el 98% de los monitores, cuentan con la certificación Energy Star

snom



Otros hablan de telefonía IP. Nosotros llevamos 28 años mejorándola.

Le ofrecemos soluciones avanzadas para todas las necesidades empresariales y con los más altos estándares europeos de calidad. Más de 10.000 distribuidores de todo el mundo confían en nuestras soluciones y disfrutan de nuestra asistencia personalizada.

www.snom.com

Amenazas Internas y Rotación de Personal: Cómo Barracuda ayuda a mitigar riesgos invisibles pero críticos

En un entorno empresarial cada vez más digitalizado, la seguridad cibernética no solo depende de protegerse contra amenazas externas, sino también de gestionar adecuadamente los riesgos internos. Uno de los factores que más amplifica estos riesgos es la rotación de empleados. Barracuda, a través de su solución Managed XDR, ofrece herramientas clave para detectar y neutralizar amenazas internas antes de que se conviertan en incidentes graves.



El riesgo silencioso de la rotación de empleados

Cuando un empleado deja una organización, no solo se pierde talento, también se corre el riesgo de que ese individuo, voluntaria o involuntariamente, genere una brecha de seguridad. Los privilegios de acceso, el conocimiento profundo de los sistemas y procesos, y posibles resentimientos pueden convertirse en vectores de amenaza. Casos como el robo de datos en Tesla o el conflicto entre Waymo y Uber por la apropiación indebida de información confidencial, ilustran cómo una salida mal gestionada puede derivar en pérdidas millonarias.

Casos reales que evidencian el peligro

En el blog de Barracuda se destacan ejemplos como el de Coca-Cola, donde un ex-contratista retuvo un disco duro con datos personales de más de 8.000 empleados, sin que la empresa lo detectara durante meses. Estos incidentes demuestran que incluso empleados de confianza pueden convertirse en amenazas si no se aplican protocolos de seguridad adecuados durante el proceso de desvinculación.

La respuesta tecnológica: visibilidad, control y prevención

Barracuda Managed XDR ofrece una solución integral para afrontar este tipo de riesgos. Gracias a la supervisión continua del SOC (Centro de Operaciones de Seguridad), es posible detectar comportamientos sospechosos como descargas masivas o transferencias no autorizadas de datos, incluso antes de que el empleado haya abandonado oficialmente la empresa.

Además, herramientas como Barracuda Data Inspector permiten escanear la red en busca de archivos sensibles mal almacenados, mientras que los sistemas de control de acceso basados en el modelo zero trust aseguran que ningún privilegio quede sin revocar.

Buenas prácticas para minimizar el riesgo

Barracuda recomienda una serie de acciones concretas para reducir las amenazas internas asociadas a la rotación de personal:

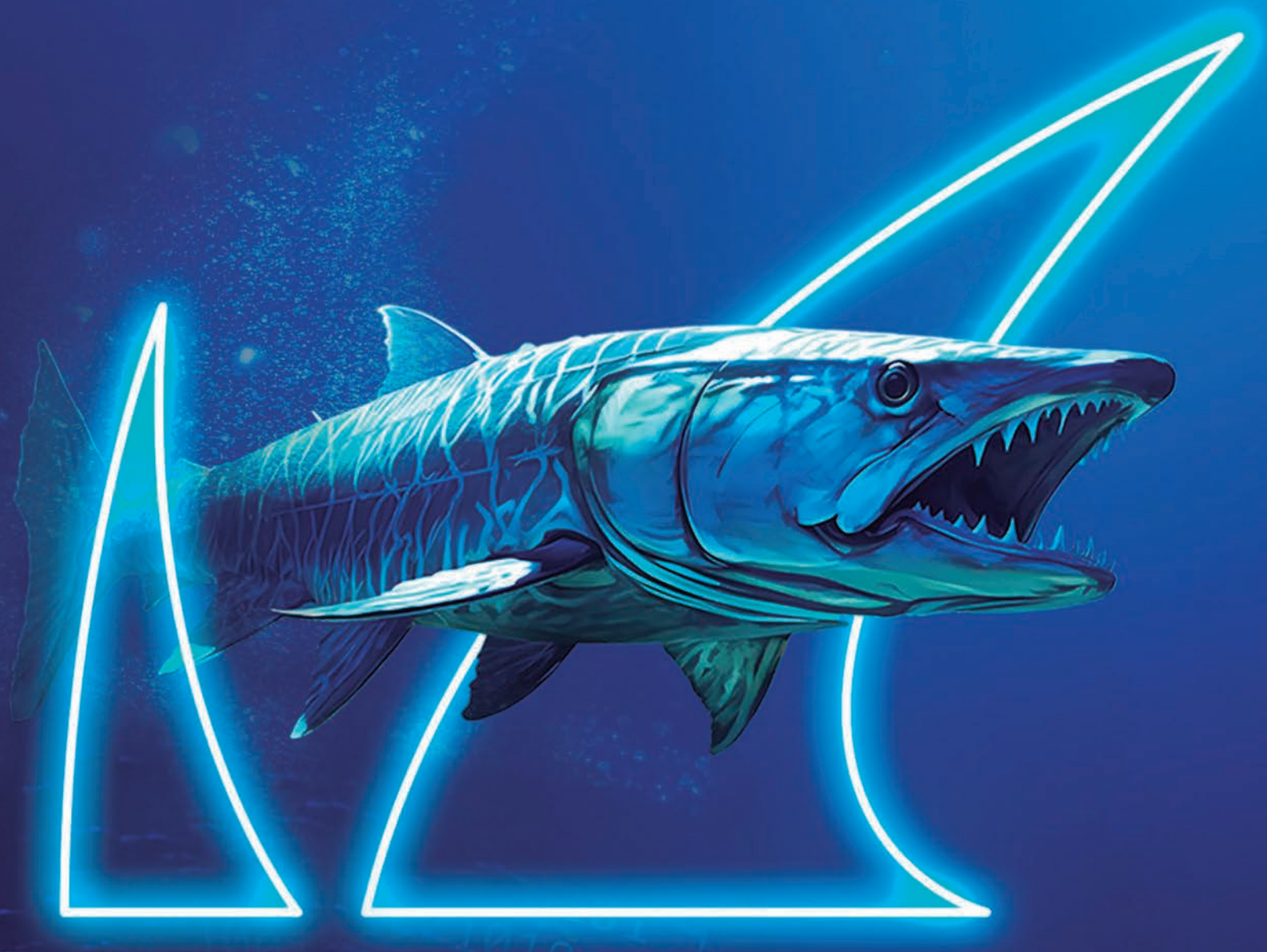
- Revocar inmediatamente los accesos una vez confirmada la salida del empleado.

- Realizar auditorías periódicas de privilegios y cuentas inactivas.
- Implementar el principio de mínimo privilegio.
- Capacitar regularmente al personal en prácticas de ciberseguridad, utilizando herramientas como Barracuda Security Awareness Training.

Conclusión: la seguridad empieza desde dentro

La salida de un empleado no debe suponer una vulnerabilidad para la empresa. Con las soluciones adecuadas y una cultura de seguridad bien establecida, es posible prevenir incidentes antes de que ocurran. Barracuda se posiciona como un aliado estratégico en esta misión, ofreciendo tecnología avanzada y asesoramiento experto para proteger los activos digitales desde todos los frentes, incluidos los internos.

En un mundo donde las amenazas evolucionan constantemente, contar con un enfoque proactivo y gestionado como el de Barracuda es esencial para garantizar la continuidad del negocio y la integridad de la información.



**LAS CIBERAMENAZAS PUEDEN
VENIR DESDE CUALQUIER PARTE.**

BARRACUDA TE PROTEGE EN TODAS PARTES.





Your business, secured.

PROTECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO

Proteja a los usuarios y los datos de las amenazas transmitidas por correo electrónico.

PROTECCIÓN DE LAS APLICACIONES

Proteja todas sus aplicaciones web y API con una plataforma unificada.

PROTECCIÓN DE LA RED

Proteja y optimice su red.

PROTECCIÓN DE DATOS

Proteja los datos para minimizar el tiempo de inactividad y evitar la pérdida de datos.

MANAGED XDR

Adelántese a los ciberataques con CyberSOC 24x7.

barracuda.com

Reinaldo Rodríguez (Infinigate): «Queremos doblar el tamaño de la compañía en 2025 y volver a hacerlo en 2026»

El Grupo Infinigate, mayorista de infraestructura de Ciberseguridad, Nube y Redes que cubre más de cien países en EMEA y ANZ, quiere distinguirse por una dedicación personalizada basada en la confianza y el uso extensivo del modelos basado en MSSP. Su director general en Iberia, Reinaldo Rodríguez, nos hace una puesta al día de la compañía tras su primer año fiscal, donde facturó 5 millones de euros.



Reinaldo Rodríguez, director general de Infinigate Iberia.

Hace ya un año Infinigate entraba en el mercado español. ¿Cuál ha sido la experiencia hasta este momento?

Para mí, y pienso que para todo el equipo de Infinigate Iberia, el último año ha sido desafiante. Asumimos el reto de implantar en España un modelo de negocio disruptivo, en el que los dos pilares estratégicos son la especialización técnica en un campo tan exigente como la ciberseguridad, junto con el acompañamiento a los partners.

La entrada en España supuso la creación de un equipo desde cero, construir asociaciones con proveedores de ciberseguridad y una red de partners. Volviendo la vista atrás, creo que ha sido todo un éxito esta primera fase de despliegue en el país: contamos con un equipo multidisciplinar y hemos trasladado a España y Portugal la propuesta de Infinigate Group y su forma de trabajar y aportar valor.

¿Cuáles son las principales marcas y tecnologías de su oferta en España?

Contamos ya con un portfolio de alrededor de 20 tecnologías, tras haber firmado alianzas con proveedores de ciberseguridad líderes en el mercado, como Barracuda Networks, Cato Networks, EnGenius, Fortra, GitHub, Kaspersky, Netscout, Progress, Riverbed, Sekoia, Skyhigh Security, Trellix, WatchGuard o WithSecure, entre otros. En breve, se sumarán bastantes más.

Además, hemos construido un ecosistema de más de 450 partners de canal, que nos permiten ofrecer cobertura en toda la geografía española.

¿Cuáles son los puntos diferenciales de su propuesta como mayorista?

El modelo de negocio de Infinigate Group a nivel mundial se basa en aportar valor a los partners a partir de la especialización y la cercanía. En muy poco tiempo, con estas máximas, nos hemos posicionado como mayorista de ciberseguridad que se distingue por una aportación de valor clara a nuestros socios, desde esa solvencia técnica, la cercanía y acompañamiento personalizado, junto a una serie de recursos de

Relevo en la cúpula

El Grupo Infinigate anunciaba poco antes del verano el nombramiento de Marco van Kalleveen como nuevo CEO de la compañía, tras la decisión de Klaus Schlichtherle de ceder el mando de la empresa tras ocho años de liderazgo, durante los cuales ha dirigido la expansión global de Infinigate a través del crecimiento orgánico y adquisiciones, al tiempo que ha logrado un crecimiento constante de dos dígitos en los ingresos a lo largo de su mandato.

Van Kalleveen comandará la próxima fase de desarrollo y expansión del mayorista, aportando más de veinte años de experiencia en puestos directivos en diversas organizaciones de Europa y Estados Unidos. En palabras recogidas en un comunicado de prensa emitido por la compañía, el nuevo CEO manifestaba que "la sólida posición de la organización en el mercado de la ciberseguridad ofrece una gran oportunidad para acelerar el crecimiento mientras trabajamos para alcanzar un papel más fuerte con los proveedores y socios de canal".



marketing, soporte y financiación, que les permite crecer. Nos hemos convertido en su socio de confianza en ciberseguridad.

¿Cómo evoluciona el negocio de la ciberseguridad en 2025 en España? ¿Cuáles están siendo los motores de la demanda?

El mercado de la ciberseguridad en España está experimentando un crecimiento significativo, impulsado por el aumento del número de amenazas digitales sofisticadas y la necesidad de proteger las infraestructuras, en un contexto marcado por la ines-

tabilidad geopolítico y económica. Además, las normas de ciberseguridad para conseguir una mayor resiliencia y capacidad de protección son cada vez más estrictas.

¿Qué previsión de negocio tiene Infinigate en España para este 2025?

Al final de nuestro año fiscal, que terminará en marzo de 2026, seguramente tendremos más de 25 vendedores en nuestro portfolio y más de 500 partners. Como ya he dicho en anteriores ocasiones, queremos doblar la compañía en 2025 y volver a hacerlo en 2026.

La IA está cambiando el escenario y el discurso tecnológico en casi todos los ámbitos. ¿Cómo está impactando en el mercado de ciberseguridad?

Sin duda, es una tecnología que cambiará la forma de operar de todos los sectores. En nuestro mercado, la IA está siendo utilizada para dotar de inteligencia a los sistemas de detección, prevención y respuesta, lo que está reforzando la defensa de las organizaciones, automatizando tareas de análisis, y casi toda la industria ha integrado sus capacidades en las soluciones. [tp](#)

Cinco tendencias clave en ciberseguridad

La ciberseguridad sigue siendo una prioridad para empresas de todos los tamaños, especialmente ante el continuo incremento de ciberataques de año en año. Durante 2024, aproximadamente siete de cada diez compañías han sido víctimas de ransomware, phishing o ataques a la cadena de suministro. En este contexto, los expertos de Infinigate Iberia han identificado estas tendencias en ciberseguridad, basándose en la evolución del panorama de amenazas y las necesidades empresariales en materia de protección de activos digitales:

- *Los servicios gestionados de ciberseguridad ganan protagonismo*

El aumento de las amenazas obliga a las empresas a reforzar su resiliencia digital. Sin embargo, muchas pymes cuentan con presupuestos limitados para invertir en infraestructura y personal especializado, lo que ha impulsado la demanda de servicios gestionados de ciberseguridad. Se estima que este mercado alcanzará los 67.000 millones de dólares en 2025. En España, donde las pymes representan una parte significativa del tejido empresarial, estos servicios están en auge. Abraham Vázquez, ingeniero de ventas de ciberseguridad en Infinigate Iberia, destaca que esta tendencia supone una oportunidad para el sector. Infinigate ha desarrollado su modelo de Distribuidor de Servicios de Seguridad Gestionados (MSSD), ofreciendo gestión activa, monitorización continua y corrección dentro del entorno de seguridad.

- *El aumento de la inversión en ciberseguridad*

La ciberseguridad ha pasado de ser una preocupación exclusiva de los CISO a convertirse en una prioridad para la alta dirección. Según Gartner, el gasto mundial en este ámbito alcanzará los 212.000 millones de dólares en 2025, con un crecimiento del 15,1% respecto a 2024. Los expertos de Infinigate Iberia señalan que las principales áreas de inversión serán las soluciones de seguridad en la nube, los servicios de seguridad gestionados y la consultoría. Benjamín Zamora, ingeniero preventa en Infinigate, subraya que las plataformas integradas, en lugar de soluciones aisladas, serán clave en la estrategia de ciberseguridad de las empresas, con un papel destacado para los socios del canal.

- *La presión regulatoria de la UE en ciberseguridad*

La Unión Europea ha reforzado su marco normativo con directivas como DORA, NIS2 y CRA, con el objetivo de mejorar la ciberresiliencia en el territorio. Sin embargo, muchas empresas enfrentan dificultades para traducir estos requisitos en planes de acción concretos. Para cumplir con las nuevas regulaciones, las organizaciones necesitan un conocimiento detallado de sus activos digitales, así como procesos documentados y tecnología adecuada. Aquellas que carecen de recursos internos recurrirán a socios especializa-



dos para garantizar su conformidad normativa y mejorar su postura de seguridad.

- *La adopción de SASE avanza en 2025*

Las soluciones Secure Access Service Edge (SASE) están ganando terreno como respuesta a la necesidad de proteger activos digitales y garantizar la resiliencia empresarial. Esta arquitectura de red y seguridad integrada combina múltiples funcionalidades en una solución unificada basada en la nube. Según IDC, el 82% de las empresas europeas considera prioritaria la adopción de SASE, mientras que Gartner estima que seis de cada diez compañías a nivel global tendrán planes concretos para su implementación. Abraham Vázquez destaca que la elección del socio adecuado será clave para el éxito de estos proyectos, con un papel fundamental para los distribuidores especializados.

- *La aplicación de inteligencia artificial en ciberataques y defensa*

La IA está transformando el panorama de la ciberseguridad, tanto para atacantes como para defensores. Los ciberdelincuentes la utilizan para desarrollar malware avanzado, recopilar inteligencia y automatizar ataques con mayor precisión. Por otro lado, los Centros de Operaciones de Seguridad (SOC) están incorporando IA en motores de correlación, detección de anomalías y análisis de amenazas para mejorar la protección. Los expertos de Infinigate Iberia subrayan la importancia de capacitar a los empleados en el uso responsable de la IA y evaluar sus implicaciones de seguridad antes de activar nuevas funciones basadas en esta tecnología.

El impacto de estas tendencias en el sector

Por tanto, el panorama de la ciberseguridad está marcado por la consolidación de los servicios gestionados, el aumento de las inversiones, la presión de regulaciones específicas de la UE, la adopción de tecnología SASE y el doble papel de la inteligencia artificial en ataques y defensa. Las empresas deberán adaptar sus estrategias a estas tendencias para hacer frente a un entorno de amenazas en constante evolución, apoyándose en socios especializados para garantizar la protección de sus activos digitales.

Las Comunicaciones Unificadas y la Colaboración siguen siendo la música del futuro

Aunque la idea de las Comunicaciones Unificadas y Colaboración (UC&C), es decir, la consolidación de todos los canales de comunicación bajo una única plataforma, lleva años en la agenda considerándose como modelo de referencia en la comunicación empresarial, su aplicación práctica sigue estando muy lejos de la visión inicial.



El concepto de soluciones integrales que combinan voz, email, chat, vídeo y colaboración aparece de manera recurrente en documentos estratégicos y presentaciones de marketing, pero la realidad en la mayoría de las empresas es muy diferente. En la práctica, conviven multitud de sistemas aislados y solo un pequeño porcentaje de organizaciones ha conseguido integrar realmente todos los canales de comunicación de forma sistemática. En muchos casos, las centralitas IP modernas —ya sea en la nube o en instalaciones locales— se gestionan por separado de las infraestructuras de correo electrónico o de las herramientas de colaboración. La mensajería instantánea, por ejemplo, funciona en plataformas independientes que apenas están vinculadas con la telefonía. Así, el objetivo central de las UC&C —la integración de la comunicación en una plataforma unificada— sigue siendo

para la mayoría de las compañías un proyecto de futuro.

Diferentes análisis de mercado lo confirman. El mercado europeo de Comunicaciones Unificadas y de Colaboración está valorado actualmente en unos 49.000 millones de dólares y presenta una tasa de crecimiento anual del 18% hasta 2030¹. En Europa Occidental, más del 65% de las empresas ya han adoptado, al menos parcialmente, herramientas de comunicación en la nube, pero solo en torno al 49% sigue una estrategia coherente mobile-first². Esto significa que las soluciones de comunicación se optimizan cada vez más para smartphones, tablets o portátiles, pero no implican una verdadera integración entre canales. En muchos casos, los sistemas siguen funcionando en paralelo y simplemente son accesibles desde dispositivos móviles, sin que la telefonía, el chat, el vídeo y el correo

estén realmente interconectados. El interés por las UC&C es alto, pero es un hecho que la realidad sigue fragmentada.

Obstáculos subestimados... y muy reales

Una de las principales razones de esta brecha entre expectativas y realidad reside en la complejidad que implica implantar estas plataformas. Aunque en teoría una solución unificada promete centralizar todos los canales de forma eficiente, en la práctica, para las empresas supone una intervención profunda en estructuras y procesos que ya funcionan. Es necesario consolidar sistemas, formar a empleados, adaptar procesos y resolver cuestiones de cumplimiento normativo. En Europa, el cumplimiento de GDPR tiene un peso clave. La integración de voz, vídeo y chat en una única plataforma en la nube plantea tanto retos técnicos como legales y organizativos. Para muchas compañías, esto



supone un esfuerzo técnico y de tiempo considerable que a menudo se evita, sobre todo porque los supuestos beneficios en eficiencia no se perciben de inmediato, sino tras meses o incluso años.

Otro aspecto clave es el coste. Las plataformas modernas de UC&C —que combinan voz, chat, videoconferencias y colaboración— no solo son costosas en la adquisición, sino también en su operación. Licencias, cuotas periódicas, formación y adaptación de la infraestructura TI requieren inversiones significativas. Por ello, muchas empresas coinciden en que resulta más eficiente mantener soluciones fragmentadas, como operar la telefonía IP por separado de los sistemas de correo y colaboración. De hecho, diversos estudios muestran que las plataformas de telefonía IP modernas —en la nube u on-premise— pueden generar ahorros de entre un 30 y un 40% en comparación con los sistemas de telefonía clásicos¹. Esto demuestra que una solución sólida de voz puede ser rentable y a la vez estar preparada para el futuro, sin necesidad de asumir la complejidad de una plataforma UC&C completa.

Además, muchas de las funciones que las UC&C prometen ya se encuentran disponibles

en herramientas especializadas: el correo en Microsoft Exchange o Google Workspace, el chat y la colaboración en Slack, Microsoft Teams o Zoom. Estas soluciones se han convertido prácticamente en estándares. Migrar a una plataforma UC monolítica crearía en muchos casos duplicidades y costes adicionales, sin mejorar la calidad de la comunicación. En el ámbito de la voz, las empresas confían cada vez más en la estabilidad y fiabilidad de las soluciones IP frente a intentos complejos de integración total.

La voz, en el núcleo de la comunicación

El valor práctico de las plataformas UC&C totalmente integradas sigue siendo limitado, ya que las necesidades principales de comunicación aún se cubren mediante la voz. Cuando la precisión, la cercanía y la respuesta inmediata son críticas, la voz manda y, por tanto, el teléfono sigue siendo el medio más importante en el día a día empresarial.

Los teléfonos y sistemas IP modernos ya ofrecen todo lo necesario para un trabajo eficiente: audio en HD, integración con los sistemas de TI existentes, soporte para modelos de trabajo remoto y compatibilidad con las plataformas más utilizadas. Por ello, muchas compañías consideran que una plataforma UC&C

integral no aporta un valor diferencial frente a una infraestructura de telefonía IP potente.

En este escenario, Snom, especialista alemán en comunicaciones, se posiciona con una propuesta única de valor: desde el diseño propio de hardware y firmware hasta la interoperabilidad certificada. Sus dispositivos no son simples teléfonos, sino terminales inteligentes que se integran sin problemas en las infraestructuras existentes y facilitan nuevos modelos de trabajo y organización. En este sentido, la productividad ya no depende de un puesto de oficina fijo, sino de la capacidad de alcanzar objetivos desde cualquier ubicación.

En entornos industriales, sanitarios o logísticos, la robustez, la seguridad y la fiabilidad resultan determinantes. Los terminales profesionales DECT de Snom destacan en estos casos, ya que permiten no solo telefonía clásica, sino también la integración en sistemas de alarmas, localización o incluso aplicaciones de transcripción con IA. Gracias a su alta calidad de audio, garantizan una transmisión clara y estable de la voz, aspecto clave para las aplicaciones basadas en IA.

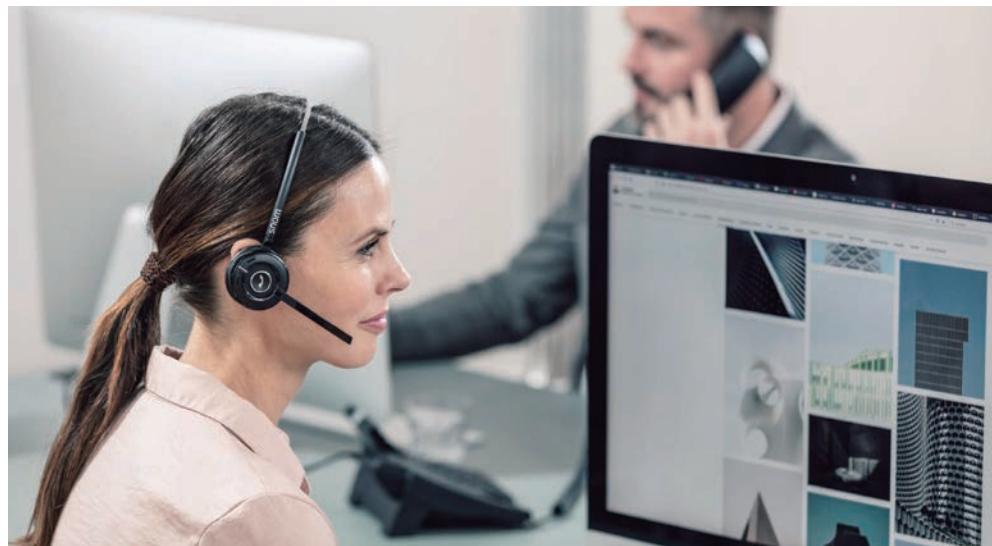
No sorprende, por tanto, que muchos responsables de TI consideren las UC&C como una visión de futuro, mientras que en el presente optan por soluciones modulares que combinen telefonía IP con herramientas de colaboración y correo ya consolidadas. En 2025, las UC&C siguen siendo para muchas empresas más un concepto de futuro que una práctica real, mientras que las soluciones de voz basadas en IP continúan manteniendo su protagonismo con elemento clave para garantizar una comunicación clara, fiable y eficiente.

Miguel Anillo,
Channel Manager Snom Iberia

¹Grand View Research, Europe Unified Communications & Collaboration Market Report 2024

²Global Growth Insights, Unified Communications and Collaborations Market Growth 2033

³Verified Market Research, Europe IP Telephony and UCaaS Market 2024



Borja Pérez (Stormshield): «Los partners han tenido que especializarse, convirtiendo sus propuestas en servicios recurrentes»

Las empresas, las instituciones gubernamentales y las organizaciones de defensa de todo el mundo necesitan garantizar la ciberseguridad de sus infraestructuras críticas, sus datos sensibles y sus entornos operativos. Certificadas y cualificadas al más alto nivel europeo, las tecnologías de Stormshield responden a los retos a los que se enfrentan las TI y las OT para proteger sus actividades. Su misión: aportar a sus clientes “ciberserenidad” para que puedan concentrarse en sus actividades principales.



Borja Pérez, director general en España y Portugal.

Porque la ciberseguridad, o también siguiendo el concepto que menciona el fabricante galo Stormshield de la ciberserenidad, es algo que es crucial para el buen funcionamiento de nuestras instituciones, nuestra economía y los servicios prestados a nuestros ciudadanos. Stormshield quiere convertirse en ese proveedor de ciberseguridad europeo de confianza. Sin embargo, como también afirma rotundo Borja Pérez, Country Manager de Stormshield Iberia, “aunque parezca una obviedad, los fabricantes de soluciones de seguridad nos hemos convertido en el blanco primordial de

los ataques”. En este escenario de guerra total, tuvimos la oportunidad de conocer más sobre la compañía, por boca de su director general en España y Portugal.

Actualmente, el área de la ciberseguridad es compleja y los ciberataques están en continua evolución, ¿cuál es el enfoque de Stormshield al respecto?

Sin duda, y por la evolución constante de las ciberamenazas, el mercado de ciberseguridad es uno de los más dinámicos dentro de las TI. Desde hace años registra importantes crecimientos, gracias a empresas consolidadas como Stormshield, que desarrollan

nuevas soluciones y aplican avances como el cifrado cuántico o la IA a las mismas, y a sus partners, que crean nuevos servicios para sus clientes.

Stormshield lleva la ciberseguridad en su ADN y como parte del grupo Airbus, una de las principales corporaciones industriales de Europa, uno de nuestros enfoques es la protección de redes operativas. Esta especialización ha quedado marcada también por una estrecha colaboración con otros actores clave del sector industrial, con quienes cooperamos desde el principio en el desarrollo de nuestras soluciones. Esta cooperación no solo nos ha permitido adquirir un conocimiento profundo de los protocolos industriales, sino que, además, ha impulsado nuestra entrada en el sector, al contar con el respaldo de uno de los principales proveedores de PLC [Controlador Lógico Programable] a nivel mundial.

Además, ponemos especial foco en la interoperabilidad de nuestros productos, como es el caso de la arquitectura XDR (Extended Detection and Response), por ejemplo, que combina las capacidades de detección de los firewalls Stormshield Network Security (SNS), con las del agente de Stormshield Endpoint Security (SES). En esta misma línea, destaca la labor de nuestro equipo de ciberinteligencia, que aprovecha las funcionalidades de análisis de la solución de SIEM/SOAR, Stormshield Log Supervisor (SLS), con la capacidad de reacción y remediación otra vez de SNS y SES.

A destacar que esta interoperabilidad también es necesaria con soluciones de terceros. Todos los fabricantes de ciberseguridad somos conscientes de la imposibilidad de dar respuesta a todas las necesidades de todos los clientes. Por eso, la integración con soluciones de terceros es fundamental.

Stormshield se posiciona como referente, no solo en la protección del punto final y datos, sino también de redes operativas OT, uno de los principales objetivos de los ciberdelincuentes. ¿Cuál es su estra-

¿Qué estrategia dentro de este mercado de la ciberseguridad industrial?

Efectivamente, vivimos momentos en los que los ataques hacia infraestructuras críticas, incluyendo hospitales y utilities, siguen creciendo. En este sentido, la estrategia de Stormshield se basa en varios aspectos. Para empezar, la propia seguridad de nuestros productos. Aunque parezca una obviedad, los fabricantes de soluciones de seguridad nos hemos convertido en el blanco primordial de los ataques. Los criminales saben que comprometiendo una determinada solución de ciberseguridad tienen acceso a su objetivo final, que puede ser una infraestructura crítica.

Por otro lado, Stormshield posee la certificación de seguridad IEC 62443-4-1, parte de la norma que especifica los requisitos para garantizar un ciclo de vida de desarrollo seguro. Este hecho confirma nuestra capacidad para proporcionar soluciones de protección preparadas para gestionar los riesgos en sistemas IACS. Además, también es una garantía de que nuestros productos se han desarrollado de acuerdo con las mejores prácticas de ciberseguridad aplicables a un sistema industrial complejo. De este modo, se alinean con los exigentes requisitos de seguridad de los entornos industriales complejos.

Sin embargo, minimizar los riesgos en infraestructuras complejas con una única técnica de seguridad, es bastante difícil, y lo que llamamos 'defensa en profundidad' alcanza mayor valor. ¿Por qué es tan importante implementar múltiples capas de seguridad en entornos industriales y qué beneficios concretos ofrece?

El concepto de Defensa en Profundidad es clave en cualquier entorno, aunque en los industriales cobra especial relevancia por las consecuencias que un fallo operacional puede implicar para el funcionamiento de un país.

Una estrategia de ciberseguridad sustentada en múltiples capas de protección ayudará a contener los posibles impactos de un ciberataque, limitándolos a un único activo o servicio. Esta orientación es esencial a la hora de intentar preservar la continuidad del proceso, o, en el caso de que se produzca una interrupción, para intentar recuperar el servicio lo antes posible.

A destacar que a diferencia de lo que ocurre en otros sectores, en el industrial resulta relativamente sencillo cuantificar el impacto económico derivado de una parada. Este hecho impulsa la priorización de una estrategia de defensa en profundidad como mecanismo para proteger la continuidad operativa.

Con la irrupción de tecnologías como la IA generativa, ¿hacia dónde se dirigen los futuros desarrollos de Stormshield?

La IA es una herramienta más dentro del conjunto de tecnologías que utilizamos en Stormshield, tanto a nivel interno para generar documentación o hacer pruebas de vulnerabilidades de código, como en el desarrollo de algunos de nuestros productos. Eso sí, siempre sin perder de vista la seguridad.

A este respecto, nuestro objetivo no pasa por introducir nuevas herramientas que puedan suponer una mayor exposición a ataques, sino integrarlas con cuidado, de forma controlada. Además, es importante precisar que, por sí misma, la IA no tiene la capacidad de resolver un problema. Puede optimizar determinadas características de un producto bien diseñado, pero nunca convertir un mal producto en uno bueno; en el mejor de los casos, lo hará parecer simplemente aceptable.

La protección de infraestructuras críticas requiere contar con un canal especializado, ¿qué busca Stormshield en su canal para cubrir su oferta tecnológica? ¿Ha cambiado el perfil de partner de hace unos años?

La búsqueda y materialización de nuestra red de distribución siempre ha estado orientada hacia la especialización. Por los sectores hacia los que nos dirigimos y las soluciones que fabricamos, es importante que los socios posean un conocimiento técnico profundo que les permita valorar las capacidades de estos productos. También, por supuesto, es crucial que sean percibidos por los clientes como consultores expertos o como su propio equipo de ciberseguridad.

Para Stormshield, es imprescindible la colaboración con nuestros socios, nuestros mayoristas TD Synnex y ALSO con los que actualmente trabajamos. Se trata de una figura muy valiosa porque aportan capilaridad, conocimiento de nuestras soluciones y, sobre todo, capaces de complementarlas en proyectos complejos con otras soluciones de su portfolio, tanto de ciberseguridad como de otras áreas TI.

De este modo, y como no puede ser de otra manera en este sector, conforme evoluciona el mercado de la ciberseguridad, el perfil del partner también lo hace. Ahora bien, debemos remarcar que, más que instaladores, estas figuras han pasado a convertirse en proveedores de servicio. Como decíamos, han tenido que especializarse, convirtiendo su propuesta a sus clientes en servicios recurrentes.

Hablando de sus mayoristas, ¿qué papel juegan para formar a su canal y abordar este mercado tan exigente? ¿Cuál será vuestra propuesta de valor para el canal a corto/medio plazo?

Como he comentado anteriormente, el papel de nuestros mayoristas es fundamental; tienen personal certificado que ayuda al canal en sus despliegues y puede formar, además, a los técnicos de nuestros part-

ners. Se han convertido en consultores de confianza a los que acuden nuestros partners para diseñar las mejores configuraciones combinadas, o no, con otras soluciones. También dan un primer nivel de soporte cuando los partners tienen alguna duda o necesitan resolver algún problema.

Sin embargo, destacar que la formación y la certificación del canal por parte de Stormshield no es perseguir una cifra de negocio en sí mismo, sino la de contar con técnicos especializados capaces de desplegar proyectos de manera profesional y generando confianza en los clientes. Gracias a esta estrategia tenemos la garantía de que los partners conocen bien nuestras tecnologías y por experiencia sabemos que, un mayor número de técnicos mejor preparados, repercutirá positivamente en el negocio.

En esta línea, y además de las certificaciones formales, organizamos talleres periódicos con nuestros mayoristas o creamos contenido tanto técnico como de negocio en nuestra web.

En cuanto a los próximos años, si analizamos nuestro roadmap, vemos que estamos enfocados en producir soluciones sobre las que el canal pueda crear servicios. No buscamos que los partners revendan servicios creados por Stormshield, aunque podamos hacerlo puntualmente siguiendo una estrategia adoptada por otras empresas con éxito. Nuestra intención, sobre todo, es proporcionar a nuestros socios las herramientas apropiadas para que puedan generarlos y, de esta forma, obtener unos márgenes empresariales mucho mayores.

¿Qué nuevos desafíos anticipan en el ámbito de la ciberseguridad industrial?

La creciente adopción de gemelos digitales aporta un gran valor en ámbitos como el mantenimiento predictivo y la explotación de datos, pero también amplía considerablemente la superficie de ataque.

Del mismo modo, la expansión del IoT industrial (IIoT) representa un desafío significativo para la ciberseguridad. La incorporación masiva de sensores y dispositivos conectados incrementa la complejidad de la red y multiplica los puntos vulnerables. Muchas de estas tecnologías no han sido concebidas originalmente con criterios de seguridad, por lo que resulta fundamental tener en cuenta este factor en su despliegue, y optar por soluciones tecnológicas que la lleven integrada en su diseño.

Los firewalls industriales de Stormshield son capaces de identificar protocolos IIoT y microsegmentar las redes industriales, asegurando así un control eficaz y una defensa en profundidad. 

Aliado clave también para una Administración Pública más interconectada y segura

La transformación digital de los servicios públicos también tiene un reverso de la moneda: aumenta la superficie de riesgo y no siempre está bien defendido, quedando las autoridades sobre todo con menos recursos como las locales cada vez más expuestas a las ciberamenazas. Frente a esta vulnerabilidad, Stormshield se ha propuesto garantizarles una ciberseguridad completa sin comprometer la continuidad operativa o el cumplimiento.

La creciente interconexión de las infraestructuras, las redes improvisadas o el mantenimiento a distancia expone los sistemas informáticos de las administraciones locales a un importante riesgo de intrusión. Del mismo modo, el gran número de actores implicados -fabricantes, proveedores de servicios y socios tecnológicos-, unos presupuestos a menudo limitados o la falta de experiencia interna están provocando que la tarea de asegurar y coordinar los ecosistemas digitales sea una labor compleja.

Ante esta realidad, algunas voces se cuestionan si sería mejor dar marcha atrás en la transformación digital de los servicios al ciudadano para ganar en seguridad. La respuesta es no. Existen métodos de ciberprotección que aplicados correctamente permiten a las administraciones públicas avanzar hacia un modelo digital responsable, resiliente y seguro.

“Ninguna autoridad local del mundo es inmune a las ciberamenazas y las consecuencias de los ciberataques son múltiples y de gran alcance”, explica Borja Pérez. “Para paliar estos riesgos que pueden poner en peligro la integridad de los datos, la protección de los ciudadanos o

paralizar el funcionamiento cotidiano de la administración, estas entidades deben desplegar una estrategia de seguridad que aúne colaboración entre los distintos actores, protección eficaz y cumplimiento. Solo así será posible garantizar la continuidad de los servicios ante cualquier circunstancia”.

Un enfoque colectivo en ciberseguridad

Una estrecha colaboración entre representantes electos, operadores de redes y fabricantes de software es esencial para un enfoque colectivo de la ciberseguridad. Esta sinergia reparte las responsabilidades, pone en común los conocimientos y favorece un enfoque coordinado de las amenazas. Al diversificar las partes interesadas, refuerza la resistencia colectiva y limita los puntos únicos de fallo. Para una protección eficaz, se debería adoptar una estrategia de seguridad global desde el inicio de la transición digital, seguridad por diseño, primero. Esto significa adaptar las medidas de protección a las características específicas de cada sistema de información, considerando al mismo tiempo las particularidades organizativas y los riesgos asociados a cada componente de la infraestructura digital. Y para ello se requiere personal especializado con conocimientos tanto de la ciberseguridad como de los requerimientos locales.

El cumplimiento de las recomendaciones de las autoridades competentes también es vital. Los avances normativos, como la directiva NIS2 y el GDPR, están imponiendo normas más estrictas, en particular para los agentes críticos. Su aplicación no solo está encaminada en reducir las vulnerabilidades, sino que

también aumenta la confianza de los ciudadanos y atrae inversiones.

Para que innovación y protección vayan de la mano, es clave incorporar la ciberseguridad al proceso de planificación de los proyectos de ciudades inteligentes. La instalación de sensores y equipos conectados en toda la región permite establecer una red mallada capaz de detectar incidentes y reaccionar rápidamente ante ellos.

Por último, la adopción de soluciones avanzadas, como Stormshield XDR, optimiza la protección de las infraestructuras al tiempo que mejora la eficiencia operativa. Combinando las capacidades de Stormshield SNS para proteger la red y Stormshield SES para salvaguardar los endpoints, con Stormshield XDR es posible gestionar todos los incidentes de seguridad a través de una única plataforma. Con ello, las entidades locales consiguen mejorar la eficacia operativa y su nivel de protección porque, además de las alertas, facilita la gestión de los elementos de respuesta y remediación.

La consola de gestión de Stormshield (Stormshield Management Center, SMC) permite centralizar la gestión de múltiples dispositivos Stormshield, facilitando la supervisión, configuración y administración desde una única interfaz. Esto es especialmente útil para ayuntamientos y diputaciones con sedes descentralizadas, ya que centraliza la gestión de la seguridad de red en todos sus emplazamientos. La solución Stormshield SLS complementa esta funcionalidad, proporcionando visibilidad de los eventos y registros de la red.

Para las autoridades locales, la transición digital representa una gran oportunidad de modernizar los servicios públicos, pero no puede lograrse sin un enfoque sólido de la ciberseguridad. Solo integrando la seguridad en el diseño de los proyectos y apoyándose en socios especializados cuyos productos estén certificados y cualificados para trabajar con la administración pública, estas entidades lograrán proteger sus sistemas esenciales mientras aprovechan las ventajas de la innovación. Este equilibrio entre modernización y resiliencia es esencial para responder a las expectativas de los ciudadanos, garantizar la continuidad de los servicios y preservar la confianza.



Seguridad garantizada en cadenas de restauración gracias al SPS ONE

En el sector de la restauración moderna, donde los sistemas de cobro electrónico (TPV) y la gestión digital de comandas son el corazón del negocio, una interrupción eléctrica puede significar mucho más que un inconveniente: pérdida de ventas, largas esperas de clientes, fallos en la facturación y daños a la reputación del establecimiento. Por ello, varias cadenas de restauración de ámbito nacional han apostado por los SAI/UPS **SPS ONE** de Salicru como solución de confianza para asegurar la continuidad de su operativa diaria.

En bares y restaurantes, los momentos de mayor actividad coinciden con el mayor número de transacciones en los TPV. Un corte de luz de apenas unos segundos puede paralizar la facturación y generar colas, reclamaciones e incluso pérdidas económicas irreversibles. Además, los equipos asociados —routers, pantallas de gestión de comandas o pequeños servidores locales— son sensibles a picos de tensión y microcortes que, acumulados, reducen su vida útil.

La serie **SPS ONE**, con potencias desde 500 a 2000 VA, aporta el equilibrio perfecto entre seguridad y simplicidad. Su tecnología **Line-interactive** con **AVR (regulación automática de tensión)** protege frente a fluctuaciones sin desgastar innecesariamente la batería, lo que resulta esencial en entornos urbanos con red eléctrica inestable.

Además, ante cualquier corte, el respaldo de batería permite mantener los



TPV activos el tiempo suficiente para finalizar cobros en curso o realizar un apagado seguro, evitando pérdidas de datos y daños en la electrónica. Gracias a su **interfaz USB HID** y software de monitorización para Windows, Linux y Mac, el personal de IT puede configu-

rar parámetros y garantizar cierres ordenados de aplicaciones de gestión, algo especialmente valorado en cadenas con múltiples puntos de venta.

Desde su implementación, estas cadenas han experimentado una reducción total de incidencias relacionadas con microcortes y caídas de tensión. Los TPV permanecen operativos incluso en situaciones de apagones breves, manteniendo la facturación y la satisfacción de los clientes en horas críticas. Su **formato compacto de minitorre** facilita la integración en mostradores o zonas de back office, y la disponibilidad en versiones **Schuko** o **IEC** asegura compatibilidad con distintos entornos de instalación. Todo ello, unido a su autonomía de hasta 20 minutos y baterías reemplazables de fácil mantenimiento, se traduce en un excelente coste total de propiedad para el negocio.



Nueva sede de MCR en Getafe bajo la apuesta por el valor en su 25 aniversario

MCR ha inaugurado sus nuevas y amplias instalaciones en Getafe, consolidando su operativa logística y centralizando equipos en su 25 aniversario. La compañía española, que mantiene un crecimiento destacado por encima de la media del sector, refuerza su rol más allá de la distribución de producto, impulsando nuevas divisiones y un gran evento para conmemorar su trayectoria.

El mayorista español especializado en soluciones tecnológicas y distribución profesional MCR ha marcado un hito significativo en 2025 con la inauguración de sus nuevas oficinas en Getafe (Madrid), coincidiendo con la celebración de su 25 aniversario. Este movimiento estratégico busca unificar espacios de trabajo, modernizar sus instalaciones y, crucialmente, ampliar su capacidad logística, sumando en la actualidad más de 25.000 m² de almacén entre sus dos naves para responder al crecimiento de sus nuevas divisiones de negocio.

Rafael González, director de Recursos Humanos, hizo de cicerone para enseñarnos las nuevas oficinas, en un espacio totalmente diáfano y donde llamó mucho la atención la calidad de las sillas (todas de gaming y no había dos modelos iguales) y el tamaño de los monitores (eso quien no tuviera dos o tres), en este caso no se aplica el dicho de cuchara de palo en casa del herrero.

El directivo destacó que la nueva sede centraliza a todos los equipos en un espacio más amplio, moderno y colaborativo, fomentando la cohesión y la eficiencia. MCR cuenta con una plantilla general de 233 empleados contando las delegaciones de Barcelona y Oporto, más personal volante que cubre el resto del territorio, de los que 120 tienen puesto en estas oficinas del polígono de Getafe (más la gente que están en almacén).

El nuevo espacio ofrece mayor confort a la hora de trabajar, con climatización centralizada, zonas comunes, salas de diferente tamaño y equipamiento para reuniones y otras actividades, y una moderna recepción con control de acceso. “Una mudanza es estresante para todos, pero en nuestro caso, también es un símbolo de éxito, la completamos en una semana, incluido el almacén. Alguna cosa falló, como el sistema de reserva de salas y teníamos que poner post-its, o el aire acondicionado que no arrancaba, pero ya está todo en orden. Tenemos un ambiente de trabajo muy bueno y estamos muy orgullosos de ello, porque así todo es más sencillo. Los pocos que se nos van, se van llorando de emoción, y alguno incluso ha vuelto”.



MCR promociona una política de recomendación entre sus trabajadores, ya que tienen comprobado que se reducen los costes de recruitment y los estándares de satisfacción y clima laboral aumentan, así como el compromiso y la productividad. En el caso del almacén, todavía es más crítico, debido a la cantidad de mercancía que se mueve y al alto valor de muchos de sus productos.

“Si alguien tiene a alguien que quiere trabajar en MCR, siempre hay oportunidades. Nos gusta meter gente de confianza, gente que va a mirar esto como si fuera su casa. Y luego, también, prefiero gente conocida a desconocida, sobre todo para el área de almacén y camiones”, apunta González. “Aunque por supuesto, también tenemos convenio con la Carlos III o la Rey Juan Carlos y otros organismos para las prácticas. O la búsqueda de gente muy especializada, como en el caso del área de los drones profesionales”.

Logística más ágil

La nueva zona del almacén, con 16 muelles de carga y descarga, y una altura de más de cuatro pisos, alberga capacidad para más de 30.000 puntos de almacenaje y picking, la mitad inferior de las estanterías directamente para palés (15.000 m²). Algo más de

sesenta personas operan en tres turnos (24 horas, cinco días a la semana), se tienen que ver con más de 16.000 referencias que maneja MCR, para lo cual se está implementando nuevas soluciones de automatización y un avanzado Software de Gestión de Almacén (SGA) para agilizar la preparación de pedidos, que incluye localización, agrupamiento y etiquetaje.

Como centro neurálgico del negocio de MCR, dispone de avanzados sistemas de seguridad, tanto para proteger al personal de posibles accidentes, como del valioso y costoso material que en el mismo se guarda. Como nos detalla Pedro Vela, responsable de logística de MCR, “tenemos más de 150 cámaras de videovigilancia, además de contar con una empresa de seguridad para proteger toda la instalación. Estamos ultimando el sistema de semi automatización, ya que hemos pasado de tres a cinco zonas de picking, donde el operario coge el producto, y unos 15.000 huecos para descargar palés, adaptando la logística a diferentes formatos de producto. La parte más automatizada es la de preparación del pedido y embalaje, pues también trabajamos para terceros como Amazon haciendo el envío”.

Como nos subrayaba más tarde Pedro Quiroga, CEO de MCR, la relevancia de este salto cualitativo va a ser clave para el futuro: “Hemos ampliado nuestra capacidad logística para adaptarnos a los volúmenes crecientes, especialmente en áreas como el audiovisual profesional, donde cada vez se demandan más productos y de mayor tamaño”.

El rediseño de las oficinas también responde al crecimiento interno de la compañía. En los últimos dos años, MCR ha lanzado exitosamente nuevas divisiones. Una de las más destacadas es la de drones profesionales, donde actúan como master distribuidor de DJI para España y Portugal, compañía que abarca aproximadamente el 95% del negocio en este segmento profesional y ofreciendo además las certificaciones oficiales a sus clientes, en estos momentos unos 20 adquirientes.

«Hemos ampliado nuestra capacidad logística para adaptarnos a los volúmenes crecientes, especialmente en áreas como el audiovisual profesional, donde cada vez se demandan más productos y de mayor tamaño. Ya no somos solo un proveedor de producto. Nos piden también servicios financieros, gestión logística avanzada y certificaciones oficiales, como en el caso de DJI. No hemos parado de crecer desde nuestro nacimiento, pero si tuviéramos esos contratos [con HP o Lenovo] podríamos llegar a los 1.000 millones de euros de facturación. Preferimos siempre consolidar; lo demás, ya vendrá» (Pedro Quiroga, MCR)

Otra es la división Enterprise & System, lanzada en 2024 y centrada en soluciones empresariales con marcas como Huawei



Enterprise, H3C, QNAP y APC. Eduardo Moreno, director general de MCR, destacó la evolución positiva de estas divisiones: “Estamos viendo una gran acogida en el sector público y privado. Nuestra previsión es cerrar 2025 con un crecimiento notable, consolidando una tendencia que ya apunta a seguir fuerte en 2026”.

En cuanto a su rendimiento de negocio, MCR ha mantenido un sólido crecimiento. A pesar de una ligera desaceleración del sector en el segundo trimestre de 2025, la compañía ha logrado un crecimiento de entre el 16% y el 17%, muy por encima de la media del mercado, según datos de Context.

«Estamos viendo una gran acogida en el sector público y privado. Nuestra previsión es cerrar 2025 con un crecimiento notable, consolidando una tendencia que ya apunta a seguir fuerte en 2026. El año pasado fue de lanzamiento para Enterprise & System, pero ya estamos viendo resultados. Trabajamos especialmente con Huawei, que representa el 90% del negocio, pero también con QNAP, APC o Zyxel. El mayorista ha ido transitando hacia el valor, asumiendo nuevas competencias de cara a los clientes, que recurren cada vez más al mayorista para que les proporcione no solo stock de producto, sino servicios financieros e, incluso, de envío final» (Eduardo Moreno, MCR)

Pedro Quiroga señaló el buen momento de la empresa, impulsado por su diversificación y la fortaleza de sus nuevas líneas de negocio. Aunque el retail todavía representa el 30% de sus ventas gracias al tirón de MCR Mobile, el negocio profesional (MCR Pro y MCR SE) y el canal TI tradicional están ganando terreno y ya suponen la mitad de la facturación de Enterprise & Systems, unos 250 millones de euros según algunas fuentes del sector. Sin descuidar a AB Materials, que bolígrafo a bolígrafo contribuyen con el 3%.

Los directivos de MCR también reflexionaron sobre la evolución del papel del mayorista en el ecosistema tecnológico. Pedro Quiroga explicó: “Ya no somos solo un proveedor de producto. Nos piden también servicios financieros, gestión logística avanzada y certificaciones oficiales”. Eduardo Moreno complementó esta idea, indicando que “el mayorista ha ido transitando hacia el valor”, asumiendo nuevas competencias y brindando servicios añadidos como logística directa y soporte.

Evento estrella en septiembre

Como parte de la celebración de su 25 aniversario y para mostrar su músculo y catálogo, MCR ya prepara el evento clave del año: el MCR Global Experience, que se celebrará como no podía ser de otra manera un día 25, el de septiembre que ya está a la vuelta de la esquina, en el Palacio Municipal de Congresos de Ifema (Madrid).

Carmen Martínez, directora de marketing y comunicación, ya nos adelantó que será el mayor evento organizado por la compañía hasta la fecha, unificando sus principales citas anuales de gaming y profesional (incluidos AV Pro, papelería y drones) en un formato que ocupará por completo la tercera planta del edificio, con más de 110 stands de fabricantes, un área especializada en gaming, y un programa repleto de charlas, demostraciones y oportunidades de networking.

“¡MCR cumple 25 años y lo celebramos con un evento inolvidable! El MCR Global Experience te mostrará el porfolio más grande y amplio de producto de todas las líneas de negocio de MCR, acercándote las novedades del mercado, reunidas en un solo lugar. Un punto de encuentro privilegiado por y para profesionales, con diferentes áreas de negocio para que descubras nuevas oportunidades de negocio y hagas crecer tu oferta. ¡Te esperamos!”

En el MCR Global Experience cada marca presente contará con su stand en la zona de exposición de la parte Enterprise en la planta superior a la que se suma movilidad y seguridad electrónica, se está armando una completa agenda de ponencias y debates bajo el sello Let's Talk en corners y salas, habrá una zona

Gaming específica con demostraciones e incluso montaje de ordenadores, y otra de papelería y material de oficina con la división de AB Materials en una zona lateral de la entrada.

El evento abrirá sus puertas a las 10:00h de la mañana registro y bienvenida, y la zona de exposición estará hasta las 19:00h, mientras que las conferencias terminarán media hora antes a las 18:30h. Permanentemente estará disponible para los asistentes varios coffee corners (de 10:00h a 12:00h y de 16:00h a 17:00h), un brunch patrocinado por HP (de 13:00h a 13:45h), el cocktail lunch (de 14:00h a 15:30h) y la party final (de 19:00h a 21:00h) “llena de sorpresas para cerrar la jornada brindando juntos por estos 25 años... y por todo lo que está por venir”.

Reconocen que, aunque han hecho “pinitos” en el mundo del software, sigue siendo una “asignatura pendiente” que abordarán con cautela en el futuro, priorizando la consolidación de sus divisiones actuales antes de abarcar nuevos frentes. MCR, que se enorgullece de ser el único mayorista 100% nacional con una facturación de unos 500 millones de euros y cerca de 10.000 clientes (5.000 activos), prefiere el crecimiento orgánico a las grandes adquisiciones.

Adicionalmente, MCR ha lanzado un plan de fidelización para sus clientes activos, que estará en vigor hasta el 31 de diciembre, ofreciendo viajes de incentivo para clientes premium y programas de puntos canjeables por productos para el resto. Previamente, posiblemente en torno al 6 de noviembre, se celebre la fiesta de entrega de premios a los mejores productos del canal, cita que es ya tradicional.

En resumen, MCR se consolida como un mayorista clave en el mercado tecnológico, apostando por la expansión logística, la diversificación de su catálogo con divisiones estratégicas como drones y enterprise, y la evolución de su rol para ofrecer servicios de valor añadido, todo ello mientras celebra 25 años de trayectoria con un crecimiento sostenido y una visión de futuro prudente pero ambiciosa. 

Pedro Quiroga (MCR): «El negocio ha cambiado, cada vez se quiere menos stock y un servicio más premium»

Otra vez duplicando la capacidad, siempre os quedáis cortos...

Estábamos ya en la idea de la mudanza, porque siempre se nos quedan pequeños el almacén. Y en mitad de esta operación salió la oportunidad de coger la otra nave y aunque las decisiones se toman con mucho tiempo, esta tenía su justificación. Esta tiene 20.000 m² de almacén. La otra nave satélite que decimos tiene 5.000 m² de planta, más unos 800 m² aproximadamente de oficina, que es donde vamos a montar el showroom. Todo dentro del mismo polígono y demás. La verdad es que la cogimos y la necesitábamos, allí montaremos un showroom. Nos sobran los motivos, como canta Sabina.

Bueno, tenemos que adaptar las logísticas a los distintos mercados, porque es verdad que tenemos alguna más puñetera que otra. No es lo mismo mover una pantalla de gran formato, que se puede ir a las 100 pulgadas, que productos como bolígrafos o gomas de borrar. Que aunque todo vaya en cajas, luego tienes que montar el tetrís, por decirlo de alguna manera. Entonces, claro, tener la logística para manipular ambos, pues no es tan fácil, y menos con productos frágiles. Pero bueno, llevamos toda la vida en esto, bueno, en realidad “solo” 25 años.

Os vienen con nuevas demandas al mayorista

Porque también nos hemos metido en negocios de mucho volumen, con fabricantes como Dreame y demás, que te requieren mucho espacio. Incluso los mismos drones también te requieren espacio. Y luego la parte audiovisual, cada vez se venden más pantallas, más grandes, que también necesitan más sitio. Y como luego en muchas de estas operaciones el trabajo de los mayoristas es guardar la mercancía porque los clientes realmente son instaladores y casi les tienes que mandar el producto al punto de la insta-

lación en el último momento, hacemos de depósito.

Los instaladores de AV Pro no suelen trabajar como si fuera un distribuidor informático que tiene su propio almacén y despacha desde ahí. Incluso los integradores grandes no tienen sitio donde recibir mercancía. Entonces somos los mayoristas los que tenemos que hacer la logística, y luego lo mandamos directamente al instalador. Si mañana se instala una pantalla en una gasolinera de Cepsa, el distribuidor ya te dice directamente el tipo de pantalla y la dirección, y antes yo no lo hacía. Necesitas un poco más de espacio de almacén y una rotación que te permita hacer este servicio.

¿En esta evolución del papel del mayorista hacéis más de consejeros?

Bueno, es verdad que si repasamos la historia, vemos que efectivamente el mayorista estaba muy basado antiguamente en consumo, y hoy estamos transitando a ser también parte de valor. Entonces ya somos un mayorista que no solo mueve cajas, sino que aporta valor, y lo vemos como una clara tendencia del negocio. Antiguamente incluso las mismas empre-

sas compraban productos en tiendas. Ahora ya no, acuden a integradores especialistas, a distribuidores especialistas para empresas donde pueden comprar producto de manera más organizada. Entonces los mayoristas, y hablo en general de mayoristas, hemos dado cada vez más importancia a la parte profesional y del producto profesional dentro de la oferta.

Es verdad que ha habido esa transición también porque en algunas figuras han visto a un Amazon con una idea muchas veces de no tener que pasar directamente por el mayorista, y hacer un negocio directamente con el fabricante. En algunos casos lo va a conseguir y en otros casos no, porque efectivamente, los mayoristas lo que sabemos adaptar también a la logística es la financiación. Hay muchos retailers, por solvencia económica y por logística, que son capaces de poder comprar directamente al fabricante, pero prefieren trabajar con el mayorista por estos detalles.

Y hay fabricantes que deciden trabajar desde el principio con el mayorista porque le aportan una serie de ventajas, como llegar a clientes más pequeños. Ese breadth, esa penetrabilidad dentro del mercado nacional, le permite efectivamente dar esa cobertura. Y luego, financieramente, estamos preparados y no somos como los retailers, que de alguna manera tienen otros ratios y se miden de otra forma. Entonces hay muchos fabricantes que quieren seguir trabajando con el mayorista.

¿Sigue habiendo miedo a los grandes marketplaces?

Yo creo que el mayorista que hace unos años, hace diez, quince años, tenía dudas, incluso a nosotros nos surgieron dudas en el momento que entró Amazon por medio a ver qué iba a pasar, pero hemos visto que quitando el caso de Amazon para

«El negocio está evolucionando a que los distribuidores tengan menos stock y nosotros seamos un mayorista más logístico, más financiero y más de servicios. Esto ha crecido, y es lo que ha cambiado bastante en los últimos 25 años»
(Pedro Quiroga, MCR)

el resto del mercado el mayorista sigue siendo importante. Es más, sigue siendo muy importante y cada vez facturamos más. O sea, la suma total del negocio que movemos, según Context, cada vez es superior.

Sabemos que por nuestras manos pasa muchísimo negocio del mercado total. El propio fabricante ve en el mayorista una figura importantísima, no se lo puede saltar. No puede pensar hacer negocio sin nosotros. Y ya ni te cuento si además el fabricante no tiene ni oficina ni almacenes en Europa. Hay multitud de fabricantes chinos que no tienen almacenes, por ejemplo DJI sin ir más lejos; bueno, miento, tiene un pequeño depósito en Europa, por temas de regulación, para garantizar los accesorios.

El negocio, desde hace 25 años, ha evolucionado, como decía. Sobre todo, a partir también de cuando entró Amazon. El comercio electrónico y los marketplaces no existían hace 25 años. Todo era la pequeña tienda, era donde más se concentraba el negocio, luego surgieron cadenas, y grandes superficies. Y todo eso ha ido evolucionando, incluso yo diría que a día de hoy, sigue cambiando.

¿Qué sería lo más crítico de ese cambio?

El negocio ha cambiado a que cada vez se quiere menos stock por parte de los clientes y un servicio más premium, que es lo que estamos dando a través del cross shipping. Tú me pones todo tu stock a mi disposición y yo lo voy vendiendo, y me encargas de hacerlo todo, hacemos el envío directamente, facturamos al cliente, todo nosotros.

Entonces eso cada vez está evolucionando más, está evolucionando a que ellos tengan menos stock y nosotros seamos un mayorista más logístico, más financiero y más de servicios. Esto ha crecido, y es lo que ha cambiado bastante en los últimos 25 años. Es un concepto que ha variado desde no plantárselo nadie en el 2000, cuando prácticamente nadie vendía online. Luego llegó la pandemia y a partir de ahí parece que solamente exista eso, ¿no? Antes de la pandemia ya estaba Amazon, pero la pandemia fue lo que hizo que supusiera ya un boom total, vamos.

Al final, todo retailer que tiene su propio marketplace y vende de otros, tienes que darle soporte a ellos mismos incluso a los más grandes, que te dicen oye, lo que he vendido, este producto, le cuelgas el stock y directamente se lo mandas tú.



Pedro Quiroga, CEO del Grupo MCR.

Luego le pasas la factura y fuera. Y en esta dinámica, las tiendas más pequeñas e incluso de grandes retailers, son las que han desaparecido.

¿Cómo veis ese segundo escalón más tradicional? ¿Hay salvación?

Pues bueno, las cadenas de tiendas de barrio, que también tienen que comprar, están mirando hacia la pyme. En Madrid ya hace casi diez años que han desaparecido, sobreviviendo muy pocas tiendas. Y es justo tras entrar Amazon en 2012. ¿Qué es lo que pasa? Para estas pequeñas cadenas de tiendas, estas pequeñas tiendas de barrio, es difícil competir con los precios que da el online, no solo Amazon, sino el online en general.

Entonces al final sí que se especializan en servicios. ¿Por qué? Porque cuanto más tecnología tengamos en nuestras casas, más problemas tendremos de configuración de software, de que esto no me arranca, me ha entrado un virus... Al final ellos sí que se están especializando en dar estos servicios, que al final es una forma de subsistir bastante buena.

Y después lo que decía también, la profesionalidad. Hay muchas empresas, cada vez más tecnológicas, que necesitan pequeñas empresas que te den el servicio de atención inmediata. Nosotros al final somos tecnológicos, pero si vendiésemos papel o vendiésemos alimentación, tendríamos que tener también alguna empresa cercana que nos diese un servicio de, oye, que hoy no me funciona, no me ha arrancado el servidor. Ahí es donde yo creo que está virando todo este negocio.

¿Compráis siempre directamente al fabricante, o a su vez compráis a otro distribuidor en China? ¿Y cómo llega?

Desde China, los productos de gran volumen suelen venir en barco. Por ejemplo, una silla de gaming tiene volumen grande y valor pequeño, porque cubica

mucho para su margen. Así que tiene que venir por mar. Un chasis de ordenador de gaming vale 70 dólares, por barco también. Pero los drones, 4.000 euros, vienen por aéreo. Placas madre, tarjetas gráficas, los fabricantes ya suelen tener un hub en Holanda, y lo mandan desde allí, a veces por tierra. Y luego la parte de móviles es todo aéreo, porque el tema de las baterías está condicionado por el agua salada del mar, y además es considerado transporte especial. Es verdad que luego el transporte depende de quien lo pague, alguna vez el fabricante te lo paga y te lo trae puesto desde el aeropuerto de Barajas, y otras veces nos toca ir a nosotros y lo recogemos allí. Depende del acuerdo, depende de los acuerdos logísticos. Se hacen las dos.

Y de cara a coordinar los nuevos lanzamientos, ¿con cuánta antelación trabajáis? ¿Lo tenéis antes del anuncio?

Sí, normalmente sí. Normalmente el mayorista tiene que tener el producto antes para el lanzamiento. A lo mejor te dicen a partir del día tal los de marketing van a anunciar que está a la venta, y tiene que estar ese día ya en todos los retailers. Entonces nosotros lo tenemos que tener una semana antes. Y podemos hacer dos cosas: o esperar al día de antes del lanzamiento para mandárselo, para no tener el riesgo de que se pongan a venderlo antes de tiempo; o si la relación con el fabricante es seria, y el cliente es serio, El Corte Inglés por ejemplo te va a decir que ellos lo deben de tener una semana antes para tenerlo bien colocado el día uno en todas sus tiendas y escaparates. Porque si no, no da tiempo.

Y hay alguno, por ejemplo Wortex, si es más rápido a la hora de publicar lo que quiera en la web, porque claro, sabiendo que ya la mercancía ha salido hacia ellos, ya pueden publicarlo diciendo que mañana, el día uno, ya lo pueden comprar con descuento. Bueno, pues eso ya es un acuerdo entre los retailers con los fabricantes. Pero cuando se lanza una novedad en canal suelen ser más cautelosos, por si sale alguno raro que incumpla el embargo.

¿Y cuánto inmovilizado tenéis en mercancía? ¿O es en depósito?

Es una cifra que no se puede decir. Pero, vale, mucho. Tú tienes unos vencimientos cuando compras al fabricante. Entonces al vencimiento pagas y ya está, es tuya. Pero todavía nadie ha vendido, ¿no? Ahí está la magia.

Hechos extraordinarios relativos a la visión de las redes

Así se llamaba el artículo que John Dalton escribió en 1794. Bueno, en realidad terminaba con “los colores”. En él contaba cómo él y su hermano veían el mundo de forma distinta. No era que no vieran colores, sino que los confundían. Y así nació lo que hoy conocemos como **daltonismo**.

Yo también soy daltónico. Lo descubrí hace años (todo un drama en ese momento, la verdad) y aunque no me impide vivir ni trabajar (aunque no puedo ser astronauta, que es lo que realmente me hubiese gustado), sí me ha enseñado a mirar las cosas desde otra perspectiva. A veces, lo que para otros es evidente, para mí no lo es. Y eso, curiosamente, me ha hecho pensar mucho en cómo gestionamos las redes.

Las redes han cambiado muchísimo. De los módems y bridges de antes, hemos pasado a ecosistemas con satélites, fibra, IoT, firewalls, switches... Cada vez más elementos, cada vez más complejidad. Y con ella, más dificultad para entender qué está pasando cuando algo falla. Cada fabricante tiene su propia plataforma, su propio lenguaje, su forma de mostrar alarmas (si es que las muestra), su interfaz. Y tú, como administrador, tienes que moverte entre todos esos mundos, intentando descifrar qué está pasando. Es como si cada parte de la red tuviera un color distinto. Y tú, en medio de ese arco iris, tratando de encontrar el tono exacto que está dando problemas.

Para alguien como yo, que no distingue bien ciertos colores, esa imagen tiene aún más sentido. Pero más allá de lo visual, lo que realmente importa es lo emocional, la presión de no saber dónde está el fallo, la responsabilidad de tener que resolverlo rápido, la frustración de no tener una visión clara. Porque cuando la red se cae, no se cae solo un sistema. Se cae la confianza, se cae el ritmo de trabajo, se cae la tranquilidad.

Y ahí es donde entra la idea de una red “daltónica”. Una red que no te obligue a distinguir entre colores, sino que te muestre todo con claridad. Una plataforma única, donde puedas ver, gestionar, monitorizar y resolver sin tener que adivinar. Donde no haya ruido, solo respuestas. Donde no tengas que perder tiempo saltando entre interfaces, sino que puedas centrarte en lo que importa: **solucionar**.

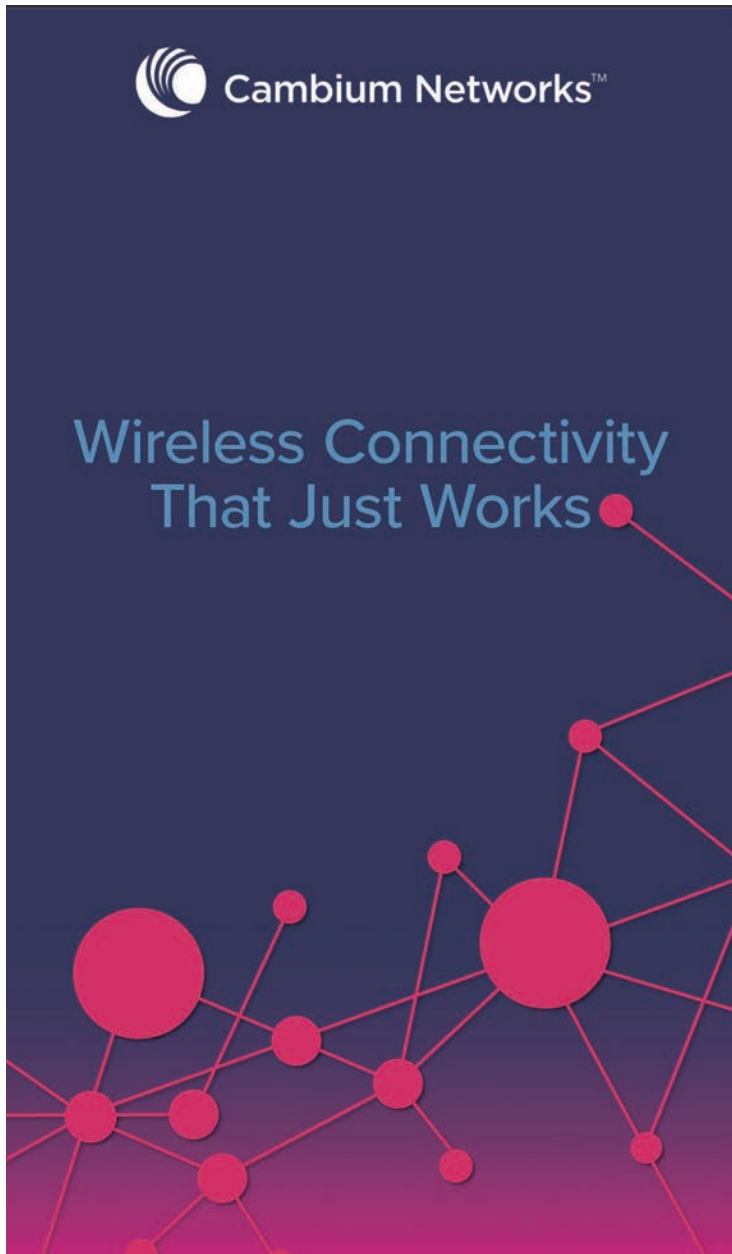
Imaginate que, además, esa plataforma te ayuda con IA. Que te sugiere soluciones, que te anticipa problemas, que te reduce los tiempos de incidencia en más de un 40 %. No estamos hablando solo de eficiencia, sino de recuperar el control. De poder respirar tranquilo. De saber que, pase lo que pase, tienes una herramienta que está contigo, no contra ti.

Eso es lo que ofrecemos desde **Cambium Networks** con **cnMaestroX**. Una red daltónica, sí, pero en el mejor sentido. Una red que no te confunde, que no te exige interpretar señales, que no te hace perder tiempo. Una red que te entiende, que te acompaña, que te da claridad.

Y lo digo desde la experiencia... Porque cuando vives con daltonismo, aprendes a valorar lo que se ve claro. Lo que no te obliga a dudar. Lo que simplemente funciona. Y eso, en el mundo de las redes, es oro. Porque al final, lo extraordinario no es tener mil colores.

Lo extraordinario es poder ver con claridad. Y seguir adelante.

David Tajuelo,
Regional Sales Manager IBERIA





Cambium Networks™

Optimiza la expansión de tu red
WISP “Bring a Friend”: acceso
inmediato a equipos ePMP
4500L y Force 4518,
escalabilidad eficiente y
rendimiento probado
en campo.

[Saber más](#)

BRING A FRIEND
Programa para WISP

España, nodo estratégico de la conectividad global como puente y puerto

En un entorno en el que la conectividad es el motor de la economía digital, los cables submarinos se han convertido en una infraestructura crítica para el desarrollo tecnológico y económico mundial. Estos sistemas, que transportan más del 95% del tráfico internacional de datos, son responsables de respaldar todo, desde transacciones financieras hasta la transmisión de contenidos y las comunicaciones diarias.



España, gracias a su privilegiada ubicación geográfica y a su avanzada infraestructura, se ha convertido en un eje estratégico de esta red global, consolidándose como un puente esencial entre Europa, África y América. En este contexto, actores clave como el Grupo Aire están desempeñando un papel fundamental para garantizar que estas conexiones no solo sean eficientes, sino también seguras y resilientes, contribuyendo directamente al liderazgo del país en el ámbito de la conectividad.

La posición de España como intersección natural entre tres continentes le confiere un papel clave en la conectividad global. Ciudades como Bilbao, Barcelona y Santander se han convertido en nuevos puntos neurálgicos para el aterrizaje de cables submarinos, destacando proyectos recientes como el cable Sol, desarrollado por Google, y el cable Anjana, impulsado por Meta.

Estas infraestructuras no solo refuerzan la conectividad transatlántica, sino que también ofrecen capacidades de transmisión masivas y latencias optimizadas, esenciales para soportar la creciente demanda de datos en la economía digital. Al mismo tiempo, empresas como Grupo Aire trabajan para maximizar el uso de estas infraestructuras mediante so-

luciones avanzadas de telecomunicaciones que garantizan una experiencia robusta y eficiente para usuarios y empresas.

Además, también es crucial destacar el papel de Portugal como un importante hub de cables submarinos, tanto antiguos como nuevos. Este país concentra conexiones estratégicas que enlazan África y América Latina con Europa. Gracias a la infraestructura desarrollada por Aire, todas las estaciones de amarre de cables en Portugal están conectadas con España, creando un corredor de comunicaciones que facilita la integración de los cables que llegan desde África o LatAm hacia Europa, Asia y África.

Esta red fortalece la posición de la península ibérica como puerta de entrada para las telecomunicaciones globales. Aunque el cable Canalink, que une las Islas Canarias con Marruecos y otras regiones de África Occidental, ha sido históricamente relevante, hoy en día existen infraestructuras más modernas, como el cable 2Africa, que están impulsando aún más el desarrollo digital en los mercados emergentes.

A nivel europeo, España también ha asumido un papel de liderazgo en iniciativas como Gaia-X, un proyecto que busca garan-

tizar la soberanía digital del continente mediante la creación de una infraestructura de datos segura e interoperable controlada por actores europeos. Los cables submarinos son esenciales para el éxito de Gaia-X, ya que proporcionan la base física necesaria para conectar los nodos distribuidos de esta red. En este sentido, la capacidad de España para gestionar estas infraestructuras refuerza su relevancia dentro del ecosistema europeo.

Proyecto paneuropeo

Grupo Aire, uno de los principales operadores de telecomunicaciones de España, lidera la iniciativa del nodo español de Gaia-X. La empresa ha demostrado un fuerte compromiso con la soberanía digital europea, aprovechando su experiencia en redes de alta capacidad y baja latencia para posicionarse como un actor clave en este proyecto. “Nuestra participación en Gaia-X refleja nuestra visión de un futuro digital en el que la seguridad, la privacidad y la innovación son pilares fundamentales”, afirma Santi Magazú, director general de Grupo Aire. Además, la empresa destaca por su inversión en infraestructuras avanzadas que garantizan la resiliencia y la eficiencia de las conexiones

«Estamos convencidos de que España tiene el potencial para ser un referente mundial en conectividad y transformación digital, siempre y cuando sigamos apostando por la colaboración público-privada y la inversión estratégica» (Santi Magazú, Grupo Aire)

internacionales, lo que contribuye directamente al liderazgo de España en este ámbito.

Sin embargo, a pesar de sus ventajas estratégicas, España se enfrenta a varios retos en el ámbito de los cables submarinos. Uno de los retos más notables es su dependencia de infraestructuras propiedad de empresas no europeas, lo que supone un riesgo para la soberanía digital. Además, la seguridad y la resiliencia de estos sistemas son una preocupación constante, dado que los cables submarinos son vulnerables a ciberataques, sabotajes físicos y roturas accidentales. A esto se suma la necesidad de equilibrar la instalación de nuevos cables con la protección de los ecosistemas marinos, un aspecto cada vez más relevante en el contexto de la sostenibilidad global.

Pero las oportunidades que se presentan superan con creces estos retos. La mejora continua de la infraestructura de cables submarinos puede atraer importantes inversiones tecnológicas, fomentar la innovación y consolidar a España como un centro digital líder. Además, la participación activa en proyectos como Gaia-X refuerza el liderazgo del país en la construcción de una economía digital soberana y sostenible. “Estamos convencidos de que España tiene el potencial para ser un referente mundial en conectividad y transformación digital, siempre y cuando sigamos apostando por la colaboración público-privada y la inversión estratégica”, añade Magazú.

Autopistas submarinas

Los cables submarinos no solo son esenciales para la conectividad global, sino que también representan una oportunidad única para que España consolide su posición como centro estratégico en el panorama digital internacional. Desde su papel como puente entre continentes hasta su contribución a iniciativas europeas como Gaia-X, el país está bien posicionado para liderar la transformación digital global.

Actores como Grupo Aire seguirán siendo fundamentales en este proceso, aportando su experiencia y compromiso para garantizar que España mantenga su ventaja competitiva. La compañía cuenta con presencia en más de 20 centros de datos en la península ibérica, ocho de ellos propios, lo que hace que garantice la cercanía del dato. Dispone también de una red de conectividad de más de 33.000 kilómetros y cuenta con PoPs en los tres principales puntos de amarre europeos de cable submarino: Marsella, Barcelona y Lisboa.

Pero el principal actor en las infraestructuras de cables submarinos es la española Telxius, ahora filial de Telefónica. Junto a Meta y Microsoft, es propietaria de Marea, toda una auto-



Santi Magazú, director general de Grupo Aire.

pista para datos que mide 6.605 kilómetros y conecta Virginia Beach (Virginia, EEUU) con Bilbao (Vizcaya, España). El otro cable operativo es Grace Hopper, el primer cable que Google instaló con amarre en nuestras fronteras hace cuatro años. Es de los más largos, con 7.191 kilómetros, ya que partiendo de Bellport (Nueva York, EEUU) llega a Sopelana (Bilbao) y termina en Bude (Cornualles, Inglaterra), y hace la competencia al Anjana, propiedad de Meta, que mide 7.121 kilómetros, de 24 pares de fibras y con una capacidad de 500 Tbps.

Pero sin duda el más impresionante es el 2Africa, un cable submarino internacional que rodea el continente africano para conectar Europa y Oriente Medio por la ruta del Atlántico, con una longitud de 45.000 km a través de 33 países y que interconecta 46 estaciones de servicio (entre ellas las de CLS en Barcelona y Vodafone y Canalink en Gran Canaria). Sin embargo sus 16 pares de fibras ofrecerá una capacidad de “solo” 180 Tbps. Iniciado en 2020, se espera que para finales de este año llegue a destino.

Aunque Meta ya ha anunciado su intención de construir otro megacable de 50.000 km de longitud que dé la vuelta al mundo. Bautizado como Waterworth, se convertirá en el más largo de 24 pares e interconectará las dos costas de los EEUU a través de los océanos y los cinco continentes con paradas en Brasil, Sudáfrica, India y Australia. Una inversión multimillonaria que necesitará de varias fases a lo largo de los años y salvar simas abisales a 7.000 m de profundidad y fallas tectónicas de alto riesgo sísmico. Para hacerse una idea, el cable de Google para unir Japón y la costa oeste de Estados Unidos costará unos mil millones de dólares. Y es que tenemos ya tantos cables submarinos que podrían dar una vuelta al Sol.

Es por ello que para lograr y mantener esta posición en esta carrera desbocada y crucial, España debe seguir invirtiendo en infraestructuras, reforzando la seguridad y promoviendo políticas que favorezcan la innovación y la sostenibilidad. Solo así podrá explotar plenamente su potencial como epicentro de la conectividad global en el siglo XXI, superando

la vocación telco hacia una más techco. Y si los cables no puedan ser más largos, habrá que hacerlos más anchos. Un ejemplo de ello es WL6e.

Tecnologías que retuercen la capacidad

La empresa Telxius, filial de Telefónica, en alianza con la alemana Ciena, anunciaban un hito sin precedentes en la industria: una transmisión de datos de 1,3 Tbps utilizando una única longitud de onda, realizada a través del cable submarino Marea de 6.600 km que la compañía española tiene tendido entre Virginia Beach (Virginia, EEUU) y Bilbao (Vizcaya, España). La proeza ha sido posible gracias a la tecnología WaveLogic 6 Extreme (WL6e) de Ciena, con la que también se logró la transmisión con mayor eficiencia espectral jamás registrada a través del Atlántico, alcanzando un récord de 7,0 bits/s/Hz.

“Estamos comprometidos con la mejora continua de nuestra red mediante la incorporación de sistemas nuevos y optimizados para dar un mejor soporte a nuestros clientes”, afirmó Carlos Dasi, CTIO, Telxius. “Con avances como WaveLogic 6 Extreme de Ciena, desplegar más capacidad de la forma más eficiente posible ya es una realidad. Este último hito demuestra nuestro potencial para ofrecer esa capacidad incluso a través de las distancias más largas, en una economía digital cada vez más exigente en términos de ancho de banda”.

WL6e es el primer transceptor coherente de alta capacidad que utiliza tecnología de silicio de 3 nanómetros de última generación, lo que permite importantes beneficios económicos para los operadores, incluida una reducción del 50% en espacio y consumo energético por bit. “Este logro junto a Telxius es el más reciente de una serie de hitos pioneros de Ciena en el ámbito de la óptica coherente”, señaló Thomas Soerensen, vicepresidente de Global Submarine Solutions en Ciena. “WL6e permitirá a Telxius ofrecer rutas de gran capacidad, diversas y con la menor latencia a través del Atlántico, anticipándose a las necesidades cambiantes de sus clientes, a medida que crece la demanda de aplicaciones de inteligencia artificial, contenido, video y servicios en la nube”.

Telxius, que cuenta con más de 82.000 kilómetros de cables submarinos y 25 estaciones de amarre en 17 países, confirma que ya tiene previsto desplegar WL6e en sistemas submarinos seleccionados de su extensa red a lo largo de este año y en adelante. En este contexto, la relevancia de España como Puerto Digital y el valor de los cables submarinos para el posicionamiento de nuestro país como nodo de interconexión en el sur de Europa, se encuentra garantizado.

“Somos la espina dorsal de las comunica-

«No existe hoy una tecnología alternativa a los cables submarinos, primero por el volumen de datos que somos capaces de transmitir; segundo por la latencia; y en tercer lugar, por la seguridad y alta disponibilidad»

Mario Martín (Telxius)



Mario Martín, CEO de Telxius.

ciones internacionales. Jugamos un papel crítico en un ecosistema digital que va más allá de la costa, donde están las infraestructuras terrestres y los centros de datos”, señalaba Mario Martín, CEO de Telxius, en unas pasadas jornadas con Digital Realty. “Utilizando el símil del aeropuerto mencionado por Assink, nosotros seríamos los aviones, en un ecosistema donde todos estamos interrelacionados. No existe hoy una tecnología alternativa a los cables submarinos, primero por el volumen de datos que somos capaces de transmitir; segundo por la latencia; y en tercer lugar, por la seguridad y alta disponibilidad”, concluía.

tp

Google traerá un segundo cable submarino a España

El hiperescalar norteamericano anunciaba el pasado julio en un comunicado la próxima llegada de un nuevo cable transatlántico con amarre en Santander. Bautizado como Sol, saldrá de Palm Coast (Florida) y enlazará a través de las islas Bermudas y Azores hasta llegar a las costas cántabras. Los servicios de amarre ya están concertados con la empresa española Telxius (ahora en manos de Telefónica Infra y Pontegadea de Amancio Ortega).

“En Telxius estamos encantados de apoyar a Google en la llegada del cable Sol a España, un hito clave que reforzará la conectividad transatlántica con mayor capacidad, fiabilidad y resiliencia. A través de nuestros servicios de amarre de cables submarinos, aceleramos la implementación de proyectos y contribuimos a la expansión de redes globales para nuestros clientes”, afirmaba Mario Martín, CEO de Telxius.

Sol será el segundo cable submarino que conectará Estados Unidos con Es-

paña, tras Grace Hopper, puesto en funcionamiento en 2020. Junto con otras infraestructuras de cable como Nuvem, Firmina y Equiano, contribuirá a establecer Santander como otro punto clave de conectividad en el Atlántico junto a Bilbao. A diferencia del primer cable que contiene 16 pares de fibra óptica, este nuevo ya contará con 24 pares. Esto reforzará las economías locales y permitirá llevar los beneficios de la IA a personas y empresas, añadiendo mayor capacidad, aumentando la fiabilidad y reduciendo la latencia para los usuarios de Google y los clientes de Google Cloud.

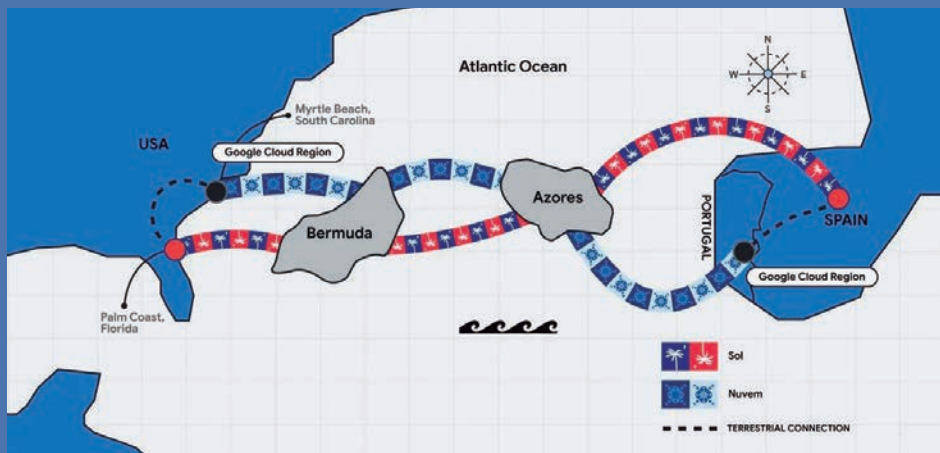
“La conectividad digital es hoy un factor estratégico para el desarrollo económico y social de cualquier ciudad. Desde el Ayuntamiento de Santander estamos comprometidos con facilitar este tipo de infraestructuras, porque su implantación atrae inversión, talento y empresas tecnológicas, además de generar empleo y posicionarnos como una ciudad preparada para el teletrabajo, los servicios avanzados y el modelo Smart City. Por eso

agradecemos el interés que Google ha mostrado por nuestra costa y por elegir Santander como punto de conexión transatlántica”, señalaba Gema Igual, alcaldesa de Santander.

Sol se fabricará en Estados Unidos mientras que por el lado español se cuenta con la colaboración de Telxius para proporcionar la infraestructura necesaria de aterrizaje del cable en Santander. Cuando entre en servicio, supondrá una integración muy mejorada de la región de Google Cloud España a su red mundial, reforzando la capacidad y fiabilidad de la red global de las 42 regiones que Google Cloud posee en todo el mundo.

“Sol viene a complementar la inversión del cable submarino Nuvem para aportar una doble resiliencia trasatlántica, con dos sistemas interconectados en tierra tanto en la península ibérica como en Estados Unidos y en las islas Bermudas y Azores”, contaba Brian Quigley, vicepresidente de Global Network Infrastructure de Google Cloud. “Google Cloud tiene previsto asociarse con DC Blox para establecer un nuevo centro de conectividad en Florida. Igualmente, la compañía desarrollará una ruta terrestre para unir Palm Coast con su región de nube de Carolina del Sur”.

Regiones en la nube de Google mejor interconectadas y redundantes para garantizar una mayor seguridad y resiliencia con amarres en España y Portugal, como alternativa a los que llegan a Francia, Irlanda o Inglaterra. Si los cables de fibra óptica son hoy esenciales para la banca online, el comercio electrónico o la televisión en streaming, lo serán aún más en la era de la IA en la que estamos entrando.



La infraestructura invisible que mueve el mundo digital

Los cables submarinos son pilares clave para la economía digital, conectividad global y seguridad nacional, aunque enfrentan desafíos regulatorios que encarecen y retrasan su despliegue. Avances recientes en Europa muestran el potencial para fortalecer la competitividad global y garantizar un ecosistema digital resiliente y preparado para el futuro.

Más del 99% de las comunicaciones globales, desde simples llamadas telefónicas hasta complejas transacciones financieras internacionales, viajan a través de cables submarinos. Estos sistemas, que suman millones de kilómetros bajo el océano, forman la columna vertebral de nuestra economía digital. Sin ellos, no podríamos disfrutar de servicios como el streaming de películas, la computación en la nube o el comercio electrónico global.

El ciclo de vida de un cable submarino

Diseñar, instalar, operar y mantener un cable submarino es una empresa monumental que puede extenderse por 25 o 30 años. Desde la selección de proveedores hasta la instalación en océanos y playas, pasando por las operaciones de mantenimiento y eventual desmantelamiento, cada etapa enfrenta desafíos logísticos, técnicos y regulatorios. Por ejemplo, en proyectos como Marea, un cable de 6.600 km que conecta España con Estados Unidos fue esencial coordinar permisos con múltiples administraciones a ambos lados del Atlántico, una tarea que tomó varios años.

Un laberinto administrativo

A pesar de su relevancia estratégica, los cables submarinos enfrentan un entramado regulatorio complejo y, en ocasiones, ineficiente. Cada fase del ciclo de vida requiere permisos específicos que involucren a diferentes niveles de gobierno:

Permisos de instalación: las autorizaciones para desplegar cables en aguas territoriales y zonas económicas exclusivas suelen



ser emitidas por administraciones nacionales y regionales. El desconocimiento técnico y la complejidad burocrática puede provocar largos retrasos.

Reparaciones: en aguas territoriales, cualquier reparación requiere un permiso especial que incluye el pago de fianzas onerosas para los barcos de reparación. Esto puede significar semanas de espera antes de poder restaurar el servicio.

Variabilidad en los requisitos: los marcos legales suelen cambiar a lo largo del tiempo, introduciendo nuevas exigencias documentales, especialmente ambiental.

Obligación de contratación de compañías locales: hay países en los cuales se exige la contratación de compañías locales para la ejecución de trabajos durante la instalación, reparación o retirada de un sistema de cable submarino. Esto es incompatible con la especialización que hay en el sector con una experiencia acreditada y de ámbito internacional para realizar los trabajos que se necesitan y que obliga a la contratación expofeso con carácter puntual de compañías que carecen de la experiencia.

El impacto de los retrasos y los costos asociados

La complejidad de los permisos no solo afecta los plazos, sino también la viabilidad económica de los proyectos. Según estimaciones del sector, los retrasos en la obtención de permisos pueden aumentar los costos especialmente si implican la paralización de barcos especializados que cuestan decenas de miles de euros al día.

En el caso de Marea, la eficiente gestión de permisos fue clave para completar el proyecto en tiempo récord y posicionarlo como uno de los cables más rentables, con una capacidad de transmisión de 200 Tbps.

El papel estratégico de los cables submarinos

Más allá de las telecomunicaciones, los cables submarinos son un elemento esen-

cial para la competitividad económica y la seguridad nacional de los países. Su capacidad para mover datos a velocidades inigualables ha sido clave para habilitar servicios críticos, desde la banca internacional hasta las plataformas de comercio digital.

Recomendaciones para un marco eficiente

Desde el sector, Telefónica y Telxius han impulsado propuestas para superar estos retos regulatorios y maximizar el potencial de los cables submarinos:

Estabilidad normativa: es crucial marcos legales claros y consistentes que permanezcan estables a lo largo del ciclo de vida de un cable. Esto evitaría sorpresas que encaezcan o retrasen los proyectos.

Ventanillas únicas especializadas: la designación de una autoridad central que gestione todos los permisos, con personal capacitado en cables, simplificaría enormemente los procesos administrativos.

Concienciación y formación: sensibilizar a los responsables políticos y técnicos sobre la importancia estratégica de los cables submarinos podría acelerar los trámites y reducir la percepción errónea de estos como simples infraestructuras civiles.

Avances en Europa: un modelo a seguir

Gracias al trabajo de interlocución con organismos como BEREC y la Comisión Europea, Telefónica ha contribuido a que se emitan recomendaciones clave para los Estados miembro. Estas incluyen digitalizar y agilizar los permisos, y designar autoridades coordinadoras que actúen como puntos únicos de contacto. Esta propuesta, adoptada en parte por países como Portugal, ha comenzado a reducir los tiempos de instalación y reparación, mejorando la competitividad de Europa en el ámbito global.

Mirando al futuro

A medida que la demanda de datos continúa creciendo, los cables submarinos seguirán siendo una infraestructura crítica para garantizar la conectividad global. Sin embargo, el éxito de estos esfuerzos depende en gran medida de políticas públicas que fomenten la colaboración entre operadores y administraciones. Solo así será posible construir un ecosistema de conectividad robusto, resiliente y capaz de soportar las exigencias del futuro digital.

Agustín Gutiérrez Arroyo (jefe de Wet Plant - Telxius) y Paloma Villa Mateos (gerente de Políticas Públicas Digitales - Telefónica)





PEDRO PORTO
DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO



LA INNOVACIÓN QUE SE ADAPTA A TU NEGOCIO

Un sistema modular flexible, con el mejor rendimiento y la mejor relación calidad-precio del mercado.



Rendimiento Premium, Precio Imbatible.

La solución modular que crece contigo y con tu negocio.

Periféricos versátiles



Sustitución fácil caja I/O



Intel® N97
Intel® i3-1215U
RK3568
RK3576

Visores de cliente



Pantalla



Caja I/O



Soporte



Propuesta modular

15" / 15.6" / 18.5" / 21.5"
i3-1215U / Intel® N97
RK3568 / RK3576

Elige la configuración que mejor se adapta a tu negocio.

Tu negocio cambia, tu TPV se adapta.

El M6 está diseñado para ofrecerte flexibilidad total. Sustituye la caja I/O cuando lo necesites y mantén tu sistema siempre actualizado de forma rápida y sencilla

• +40 AÑOS DE EXPERIENCIA

• COMPROMISO CON LA CALIDAD

• LÍDER EN EQUIPOS TPV

• ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA

• CONFIANZA Y CREDIBILIDAD

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO

SAM4S

Sapphire

POTENCIA Y ELEGANCIA EN TU TPV

Equipado con el procesador Intel® N97, RAM de 4GB y SSD de 128GB, el nuevo Sapphire garantiza fluidez, velocidad y fiabilidad en cada operación.



SAM4S

LA ESENCIA DE LA EXCELENCIA

Con presencia en más de 60 países, SAM4S asegura equipos **fiables, duraderos y eficientes**, creados bajo el principio "Calidad Primero". Respaldados por un equipo de I+D experimentado, sus soluciones ofrecen **rendimiento superior y máxima satisfacción**.



VISOR CLIENTE VFD



VISOR CLIENTE DE 9.7"



VISOR CLIENTE DE 15"



PANTALLA DE 15.6"



PANTALLA DE 15.6"



Eficiencia energética con baja generación de calor



Acceso rápido a interfaces desde la parte inferior



Protección IP55 contra polvo y agua en panel frontal

Europa se prepara para el crecimiento de los smartphones plegables

Los Fold están de moda en la franja más premium. Aunque actualmente apenas suponen un 2% de los teléfonos vendidos, el valor que entregan al distribuidor y al canal de venta los hacen cada vez más codiciados, intentando darles presencia en sus catálogos. Y las expectativas es que siga creciendo el interés por parte de fabricantes y usuarios.

A sí, 2024 fue un año crucial para el mercado europeo de teléfonos inteligentes plegables. Aunque sigue siendo un segmento relativamente pequeño, que representa alrededor del 2% del mercado total de smartphones, las ventas de plegables aumentaron un 37% con respecto al año anterior, según datos de Counterpoint Research.

Dentro de este segmento, el principal impulsor fue el formato tipo libro, cuyas ventas aumentaron un 60% con respecto al año anterior. No obstante, los plegables tipo libro siguen representando menos del 1% del mercado total, debido a las preocupaciones de los consumidores en cuanto al precio, la durabilidad y los casos de uso.

La competencia se amplía en 2024

Una de las razones clave del crecimiento en 2024 fue el aumento de la competencia. Anteriormente, gracias a su temprana entrada en el segmento y a su posición de liderazgo en el mercado en cuanto a ventas totales de teléfonos inteligentes en la región, Samsung disfrutaba de un cuasi monopolio en el mercado de los teléfonos plegables. En 2022, Samsung

representaba el 98% de las ventas de smartphones plegables tipo libro en Europa.

Pero a finales de 2023, la cuota de Samsung se había reducido al 73%, ya que Honor contraatacó con su Magic Vs, y otros fabricantes de equipos originales como Google, OnePlus y Tecno entraron en el mercado europeo de los plegables con sus propios dispositivos tipo libro, incluidos el Pixel Fold, el Open y el Phantom V Fold, respectivamente.

Esta tendencia continuó en 2024, cuando muchos fabricantes lanzaron versiones actualizadas de sus dispositivos plegables, pero el mayor impacto lo tuvo Honor. El fabricante que se independizó en su día de Huawei dio continuidad a su popular Magic V2, que representó el 27% de las ventas de dispositivos plegables tipo libro en Europa en 2024, con una nueva versión, el Magic V3, que supuso un gran salto adelante en términos de hardware. Fue el dispositivo plegable tipo libro más delgado y resistente hasta la fecha, y contaba con una tecnología de cámara y batería líder en el mercado.

Los Magic V2 y V3 ayudaron a Honor a conver-

tirse en el fabricante de dispositivos plegables tipo libro de más rápido crecimiento en Europa en 2024, con un aumento de las ventas del 377% interanual y una cuota de mercado que se triplicó hasta alcanzar el 34%. Otros fabricantes también mejoraron su oferta, por ejemplo, con el Google Pixel 9 Pro Fold y el Tecno Phantom V Fold 2. Aunque seguía liderando el mercado, el futuro parecía "sombrio" para Samsung, ya que aparentemente tenía dificultades para introducir mejoras importantes en su gama Galaxy Fold. Pero parece que eso estaba a punto de cambiar.

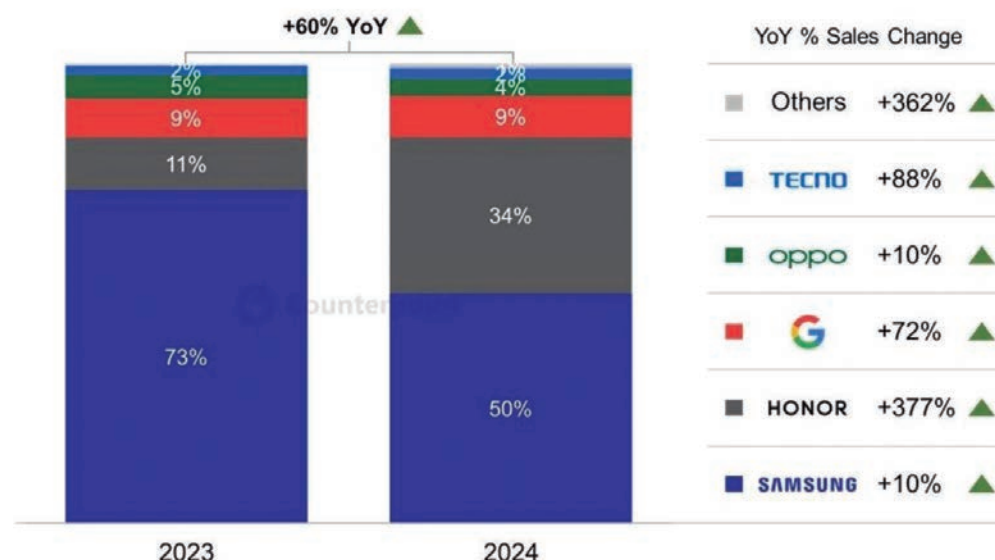
Samsung contraataca en 2025... y Honor también

En julio de 2025, Samsung presentó por todo lo alto el unboxing del Galaxy Z Fold7, su smartphone plegable más delgado, ligero y potente hasta la fecha. Tras años de mejoras iterativas, el Fold7 supone un gran avance y Samsung ha logrado finalmente acortar distancias con la competencia. Con solo 4,2 mm de grosor cuando está desplegado y un peso de 215 g, el Fold7 es el plegable tipo libro más delgado y ligero disponible en Europa (según el último informe de Counterpoint). Y con su módulo de cámara mejorado y las avanzadas funciones de Galaxy AI, se espera que el Galaxy Z Fold7 sea el plegable tipo libro más popular de Samsung hasta la fecha.

Pero Honor no se ha quedado de brazos cruzados y parece dispuesto a acortar distancias con su mejor dispositivo plegable hasta la fecha, presentando el Magic V5 en China en julio y lanzado ahora en Europa el 28 de agosto. Con un grosor de 4,1 mm, Honor Magic V5 recuperará el título del dispositivo plegable tipo libro más delgado de Europa, pero tiene otras cosas de las que presumir. Cuenta con una enorme batería de 5.820 mAh, que eclipsa a la de 4.400 mAh del Fold7, y además se carga mucho más rápido. También tiene la clasificación IP59, en comparación con la clasificación IP48 del Fold7, y con la bisagra Super Steel Hinge más resistente y avanzada de Honor, es probable que sea más duradero.

Google también tiene previsto el inminente lanzamiento de su último modelo plegable, pero la información es limitada en el momento de concluir este informe de Counterpoint

Europe Book-type Foldable Smartphone Sales by OEM



Research. Sin embargo, se puede afirmar con seguridad que los principales fabricantes de equipos originales europeos están intensificando sus esfuerzos en el ámbito de los dispositivos plegables, lo que convierte este momento en uno muy emocionante para el sector.

Se espera que Apple impulse el mercado en 2026

Se prevé que la competencia se intensifique aún más en 2026 con la supuesta entrada de Apple en el mercado de los teléfonos inteligentes plegables. Se espera que Apple presente un modelo plegable tipo libro en 2026, inicialmente en sus mercados más importantes, como Norteamérica, China, Japón y Europa Occidental, y que se expanda a otras regiones entre 2027 y 2028. Con una amplia base de usuarios fieles y de gama alta, se espera una adopción relativamente rápida en grandes mercados ultra premium como el Reino Unido y

Puntos fuertes

Se augura un buen futuro a este formato debido al auge de la innovación. Por resumir, podemos señalar que:

- Los smartphones plegables europeos siguen siendo un segmento nicho, pero las ventas están creciendo rápidamente, especialmente en el caso de los plegables tipo libro.
- El aumento de la competencia de marcas como Honor ha mermado el casi monopolio de Samsung en el segmento de los plegables tipo libro.
- Samsung está contraatacando y ha reducido la brecha tecnológica con la competencia gracias al Galaxy Fold7, su plegable más delgado, ligero y potente hasta la fecha.
- Sin embargo, Honor parece dispuesto a recuperar la corona tecnológica con el lanzamiento europeo del Magic V5 el pasado 28 de agosto.
- Se espera que la competencia se intensifique aún más en 2026 con la esperada entrada de Apple en el mercado de los smartphones plegables.
- Para 2028, creemos que las ventas de smartphones plegables tipo libro superarán el 2% del total de ventas de smartphones en Europa y alcanzarán casi el 10% del segmento de smartphones premium.

Key Book-type Foldable Smartphones for Europe in 2025

	Samsung Galaxy Z Fold7	HONOR Magic V5
		
Release date	July 2025	August 2025
Starting retail price	€2,099 (~\$2,400)	TBC
Chipset	Snapdragon 8 Elite	Snapdragon 8 Elite
Dimensions folded (mm)	158.4 x 72.8 x 8.9	156.8 x 74.3 x 8.8
Dimensions unfolded (mm)	158.4 x 143.2 x 4.2	156.8 x 145.9 x 4.1
Weight (g)	215	217
Rear camera	200+10+12 MP 3x optical zoom	50+64+50 MP 3x optical zoom
Memory	256/512 GB & 1 TB 12/16 GB RAM	512 GB 16 GB RAM
Battery	4,400mAh Lithium-ion polymer	5,820mAh Silicon carbon
Charging	25W wired 15W wireless	66W wired 50W wireless
OS	Android 16 7 major updates	Android 15 7 major updates
Notable features	IP48	IP59

Source: Company briefings, Counterpoint Research

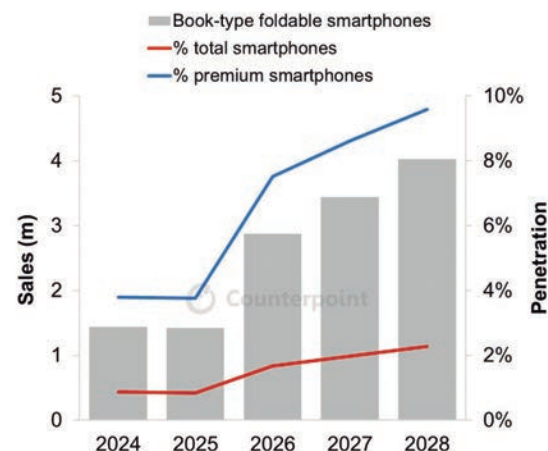
Alemania, lo que probablemente dará el impulso que necesita el mercado europeo de los plegables.

El aumento de la competencia suele ser algo positivo, ya que impulsa la innovación y hace bajar los precios. Y aunque los investigadores de Counterpoint Research no creen que la adopción masiva vaya a producirse a corto plazo, sí esperan que los dispositivos plegables ganen cada vez más cuota de mercado en el segmento premium a partir del año que viene.

Las ventas de teléfonos plegables cayeron en la primera mitad de 2025, debido al aparente estancamiento de la innovación y al impacto de las condiciones macroeconómicas generales, especialmente en las ventas de teléfonos inteligentes de gama alta. Sin embargo, como se ha señalado anteriormente, esperan que esta tendencia cambie en la segunda mitad del año y se acelere en 2026.

“Para 2028, creemos que las ventas de teléfonos inteligentes plegables tipo libro alcanzarán casi los 4 millones al año, superando el 2% del total de ventas de teléfonos inteligentes”, señalan. “Además, creemos que los smartphones plegables alcanzarán casi el 10% de las ventas en el segmento de smartphones premium de Europa (800 dólares o más), y posiblemente incluso más en mercados clave como el Reino Unido y Alemania”.

Europe Book-type Foldable Smartphone Sales Forecast



Source: Counterpoint Research

OPPO puso alfombra roja para la nueva Serie Reno 14 en los Cines Callao

La marca china OPPO, de referencia en dispositivos inteligentes como teléfonos, relojes y tabletas, presentaba el pasado martes 2 de septiembre por todo lo alto, en los cines Callao de Madrid, su nueva familia Reno 14, que reunió a más de 300 personas, entre prensa, clientes y distribuidores, influencers y público en general.

OPPO ha presentado oficialmente en España su nueva serie Reno 14, compuesta por tres dispositivos que apuestan por la fotografía potenciada con inteligencia artificial y una autonomía destacada. Repletos de funcionalidades para la fotografía inteligente, resistencia de grado IP69 y batería de rápida carga, los modelos Reno 14 5G, Reno 14 F 5G y Reno 14 FS 5G ya están disponibles en los habituales puntos de venta, con precios que van desde los 449 euros hasta los 649 euros. La marca también presentó una nueva gama de productos IoT, que incluye el OPPO Watch X2 mini (299 euros) y la OPPO Pad SE (199 euros), que enriquecen su ecosistema.

Durante el evento, el equipo de OPPO en España nos enseñó más en detalle estas funcionalidades que incluyen de serie esta última hornada, y que ya podían disfrutarse en modelos premium. Así los Reno 14 ya incorporan OPPO Livephoto Pro que permite capturar, seleccionar y editar instantáneas y clips con un clic y la función mejorada de AI Flash Photography perfecta para capturar imágenes en condiciones de iluminación difícil.

En el campo estético, lo más llamativo es su apuesta por un nuevo diseño en tendencia, Irisdescent Mermaid lleno de reflejos degradados y efectos de escamas, logrado con un diseño exclusivo gracias a doce capas pulidas superpuestas. Además, la trasera está fabricada en vidrio de una sola pieza con un marco de aluminio aeroespacial, logrando que toda la serie cuente con certificaciones de resistencia IP66, IP68 e IP69 que permiten incluso tomas subacuáticas sin fundas especiales. Los nuevos teléfonos están disponibles en color Opal White o Luminous Green para el modelo principal, y Opal Blue o Luminous Green para los otros dos.

En cuanto a lo funcional, lo más destacado es la potente batería de 6.000 mAh, la más capaz del mercado para un grosor de 7,42 mm, que ofrece hasta dos días de uso típico. Dispone además de carga rápida de



80 W supervooc para el modelo principal, que alcanza el 100% en 48 minutos, mientras que la de los modelos F y FS es de 45 W y se completa en 79 minutos. En cuanto al procesador, se trata de un chipset MediaTek Dimensity 8350, que ofrece un 20% más de rendimiento multinúcleo a la vez que reduce el consumo energético de la CPU en un 30%, mientras que su GPU mejora el rendimiento gráfico en un 60% con un 55% menos de consumo energético.

Los modelos F y FS integran el procesador Snapdragon 6 Gen 1, manteniendo la premisa de equilibrar rendimiento y eficiencia energética, gracias a que todos los modelos incorporan refrigeración con cámara de vapor. En el caso del Reno 14 5G, además cuenta con el sistema AI Nano Dual-Drive, que combinado con AI HyperBoost 2.0, permite mantener temperaturas por debajo de 43 °C incluso tras varias horas de juego intenso en un día de calor.

Fotografía inteligente

Pero sin duda, lo que más importa hoy a los jóvenes usuarios son las capacidades fotográficas de los dispositivos móviles, no

solo en calidad de imagen, sino en facilidad de edición y publicación. Pues bien, en este apartado se presentan mejoras significativas en los tres modelos. El Reno 14 5G destaca con un sistema de triple cámara que incluye un sensor principal Sony IMX882 de 50 Mpx con estabilización óptica, una ultra gran angular de 8 Mpx y una cámara periscopica telefoto de 50 Mpx con zoom óptico 3.5x, mientras que la cámara frontal alcanza los 50 Mpx con autoenfoque.

Los modelos F y FS incorporan una configuración más sencilla con cámara principal de 50 Mpx, ultra gran angular de 8 Mpx, macro de 2 Mpx y frontal de 32 Mpx con autoenfoque.

En cuanto a las aplicaciones de captura y edición, los Reno 14 introducen la ya conocida función Livephoto pero en su nueva versión Pro, que permite crear contenido en alta definición con resolución 2K. Esta mejora incluye mejoras en AI Flash Photo (iluminación) con triple antorcha, Telephoto 3.5x (zoom) y Snapshot (alta definición) gracias a la tecnología Dual Exposure Fusion. Otra característica destacable es la

posibilidad de compartir livephotos directamente en plataformas como TikTok e Instagram a través de Feeds, Reels y Stories, convirtiendo a la serie Reno 14 en uno de los primeros smartphones Android en ofrecer esta compatibilidad.

“El Reno 14 5G incorpora un sistema de triple flash diseñado para mejorar la fotografía en condiciones de poca luz. Las cámaras principal y ultra angular cuentan con unidades de doble flash, mientras que la telefoto incluye un flash dedicado, el primero de este tipo en la industria”, asegura Keity Xia, directora sénior de proyectos de OPPO Iberia. “Este sistema ofrece un nivel de brillo diez veces superior a la generación anterior, mientras que los modelos F y FS incluyen un sistema de doble flash con el doble de intensidad que sus predecesores”.

La directiva, junto a la mencionada Fabiana Sevillano, destacaron el espíritu joven, vibrante y auténtico de los Reno. Durante su intervención, se compartió con los asistentes los recuerdos más especiales que la influencer había capturado este verano con su Reno 14, utilizando la nueva función OPPO Livephoto Pro. También destacó lo fácil y divertido que es ahora crear y compartir momentos auténticos con Livelog, una nueva forma de dar vida a los recuerdos a través de clips de tres segundos, que son mucho más dinámicos que las fotos tradicionales, pero más fáciles ahora de realizar que los videoblogs tradicionales. “Conteniendo grandes mejoras en su núcleo, este es sin duda el mayor avance en la historia de Livephotos desde que se creó hace diez años, haciendo que cada recuerdo sea más vívido y cautivador que nunca”, relata Xia.

La marca reafirmaba así su compromiso con la experiencia del usuario, aportando tecnología de vanguardia y fotografía móvil mejorada con las nuevas características de la serie Reno 14. “En OPPO estamos comprometidos con crear momentos únicos que conecten con la generación Z y el estilo de vida digital”, confirmó Keity Xia. “Desde el lanzamiento de nuestro primer teléfono móvil, ‘Smiley Face’ en 2008, hemos perseguido incansablemente la sinergia perfecta entre la satisfacción estética y la tecnología innovadora. Con Livephoto Pro no solo ofrecemos una mejora significativa en la experiencia, sino que me parece una manera sencilla y divertida de mantener vivos mis momentos más especiales. Con el Reno 14 mi experiencia ha alcanzado un nuevo nivel”.

AI para generaciones digitales

Actualmente, OPPO ofrece una amplia gama de dispositivos inteligentes encabezados por las series Find y Reno. Pero más allá de

los dispositivos, el fabricante chino también proporciona a sus usuarios el sistema operativo ColorOS y diversos servicios de internet. Por ejemplo, la nueva interfaz ColorOS 15, basada en Android 15, incorpora integración avanzada con Google Gemini para realizar tareas mediante comandos de voz.

Funciones como AI Translate permiten traducción en tiempo real con la cámara, conversaciones bilingües e interpretación simultánea. Otras herramientas de productividad disponibles son AI Mind Space para organizar información, AI Call Assistant y AI Call Translator para traducir conversaciones, y AI VoiceScribe para transcribir reuniones y videollamadas. El compromiso de la compañía es que todos los modelos reciban cinco actualizaciones principales de ColorOS, garantizando soporte de software a largo plazo y estabilidad del sistema.

Dale alegría a tu foto Macarena

La influencer Fabiana Sevillano se encargó de dinamizar las diversas zonas y el glam-bot situado en la entrada de los cines para después compartir los livephotos en las pantallas gigantes de los cines Callao para curiosos y paseantes. La fiesta de presentación se centró en el concepto “Dale vida”, leit motiv de los Reno 14, que representa el valor fundamental para el usuario típico que da preeminencia a los contenidos visuales y su subida y compartición en las redes sociales.

Los asistentes pudieron disfrutar de diversas actividades, como la GlamBot Experience mencionada. Aquí, un brazo robótico

grababa vídeos a cámara lenta en 4K, que se convertían en livephotos de tres segundos gracias a la tecnología presente en los Reno 14. Este contenido se podía compartir al instante a través de la aplicación O+ Connect, y se proyectaba además en las pantallas gigantes en la Plaza de Callao.

También había un cuarto oscuro donde flashes y confeti prometían una toma de lo más inédita. Un hacedor de pompas de jabón gigantes ambientaba el cóctel en la terraza de los cines con vistas maravillosas, mientras un dj sonorizaba la sesión con música de fondo. Además, dos máquinas de peluches mostraron las habilidades del personal por capturar con los ganchos diversos regalos de la marca, incluidos algunas muestras de los productos presentados.

“Hemos querido transformar la terraza de los cines Callao en una completa zona de experiencias, donde poder disfrutar de la música en directo con un deejay, un exclusivo bar de cócteles a base de hielo picado inspirado en Reno 14, una zona de exposición donde poder tocar y probar nuestros nuevos dispositivos y un par de claw machines con la oportunidad de ganar premios OPPO”, señalaba la directora de relaciones públicas Diana García. “Además, tenemos un espacio temático como el Live Photocall, una instalación de burbujas perfecta para capturar los mejores momentos con la función OPPO Livephoto Pro, y la cabina AI Flash Photo, donde poder experimentar el poder de la cámara con IA en un entorno de confeti reflectante y efectos de luz”. ^{tp}



Kevin Cho (OPPO): «Hemos crecido de ser una marca importada a una empresa con seña de identidad local»

Asistimos a la keynote del country manager para España y Portugal, Kevin Cho, quien había asumido oficialmente el cargo apenas una semana antes, cuando manifestó que “actualmente estamos llevando a cabo una renovación de marca y una actualización de productos en España, con un fuerte enfoque en la generación joven y una participación continua y profunda de los usuarios. A través de un enfoque centrado en el usuario, confiamos en lograr un crecimiento empresarial saludable y sostenible en este mercado especial junto a nuestros socios locales”.

El CEO aprovechó para mostrar los logros, estrategias y proyectos de la marca que cumple siete años en España. “Queríamos celebrar un evento a la altura del lanzamiento de la nueva serie OPPO Reno 14, en el que la fotografía móvil y la experiencia directa del usuario fueran las protagonistas. Los nuevos dispositivos marcan el comienzo de una nueva forma de dar vida a nuestros momentos más especiales, y queríamos mostrarlo en un evento repleto de innovación y con el diseño que nos caracterizan como marca”, señaló Cho. Así fue su discurso:

Un septenio en Iberia

No ha sido fácil, pero con una ambición audaz, asentamos proyecto, asentamos equipos pioneros e hicimos amistades y compañeros de vida. Muchos están sentados en la sala hoy con nosotros, han vivido ese gran viaje. Gracias a todo su amable apoyo, hoy OPPO ha crecido, de una empresa foránea a una empresa relevante de la industria con solar aquí en España desde hace siete años.

Y, por supuesto, también tuvimos nuestra porción adecuada de sudor y lágrimas. Hemos pasado por períodos de turbulencia gerencial y durante los últimos doce meses nos hemos involucrados en una profunda introspección, buscando respuestas a la pregunta muy definida que cada empresa debe hacerse en algún momento: “¿Quiénes somos? ¿De dónde venimos? ¿Y a dónde nos dirigimos?”. Había llegado hacia solo seis meses, y era muy comprensible el interés directo por la marca en el sector, por lo que esta pregunta se volvió aún más pertinente.

Estamos aquí para quedarnos

“¿Cuánto tiempo estaremos por aquí, Kevin? ¿Y cuánto tiempo estará OPPO aquí?”

Bueno, hoy quiero usar esta ocasión muy especial para darles mis respuestas. Estamos aquí para permanecer. Estamos aquí para quedarnos con más convicción que nunca. Determinados a ofrecer una alternativa de diferenciación en la industria móvil que el consumidor español ha estado pidiendo. No es sólo una declaración de intenciones para sentirme bien por señalar que OPPO está de vuelta. Es un compromiso acerca de construir algo duradero, significativo, juntos con el canal.

Idiosincrasia del usuario hispano

Durante los últimos meses, hemos tenido muchas conversaciones con los usuarios españoles para aprender más sobre el mercado. Y aquí está lo que hemos aprendido. Ustedes son los auténticos, sin pre-

«Estamos aquí para permanecer. Estamos aquí para quedarnos con más convicción que nunca. Determinados a ofrecer una alternativa de diferenciación en la industria móvil que el consumidor español ha estado pidiendo» (Kevin Cho, OPPO)

tensiones, reales, sin restricciones. No solo viven la vida, sino que la comparten. Disfrutan de crear, de transformar un momento diario en algo hermoso. Y esto inspira todo lo que hacemos aquí en OPPO.

Una serie muy popular

Sí, hablemos ahora de Reno. Con más de 130 millones de usuarios de la familia Reno en todo el mundo, es indisputablemente una de las series más populares de su categoría. Pero Reno no son sólo números. Su misión es ayudar a todo el mundo a capturar la vida sin esfuerzo. Por eso una de las funciones clave que se encuentra en el centro de OPPO es Livephoto.

Instantes de vida que permanecen

En OPPO estamos convencidos de que Livephoto es el futuro de la fotografía. Porque nuestra vida no se para, es dinámica. En esos tres segundos, la vida se captura a la velocidad que se desvanece. La expresión de alegría y sorpresa, un momento de melancolía y tristeza... Con Livephoto, esos momentos y recuerdos siempre permanecen vivos, vibrantes, latiendo con fuerza.

Y a estos clips los llamamos livephotos, o en español, “fotos de vida”. Con Reno 12 trajimos Livephoto a Android por primera vez. Reno 13 extendió los límites a través de nuestros ecosistemas, permitiendo incluso transferir sincronizadamente entre Android e iOS. Y hoy, en Reno 14, presentamos la siguiente iteración, OPPO Livephoto Pro. Esto no es solo una mejora. Esto es Livephoto reimaginada. Magnífico, ¿no?



Kevin Cho, country manager para España y Portugal de OPPO.

Diana García (OPPO): «Nuestra atención no se centra solo en el diseño, sino también en sus detalles y sensaciones. Es una obra de artesanía con un acabado de primera calidad»

La presentación de Diana García, directora de relaciones públicas, fue dirigida a mostrar las novedades estéticas y funcionales de este último modelo de OPPO. Por resumirlo mucho, “lo que veremos del diseño del Reno 14: un smartphone bonito, de alta calidad y fiable, tanto por dentro como por fuera”.

Corazón de sirenita...

Hola a todos, supongo que los que ya lo habéis visto y tocado también estáis impresionados con el diseño del Reno 14. El diseño de la serie Reno siempre ha estado inspirado en el mundo de la moda, y para la serie 14 nos hemos ido a una estética Mermaid Core. Seguramente habéis visto últimamente este estilo por todas partes. Inspirada en los mundos de fantasía de las sirenas y en la belleza del océano, Mermaid Core se ha convertido en un elemento fundamental en pasarelas y revistas, influyendo desde la moda hasta la decoración del hogar. Con la serie Reno 14, adaptamos el nuevo diseño atrapando un brillo iridiscente de sirena. ¡Y es increíble! Si giramos ligeramente el teléfono, podréis ver un fascinante juego de luz y color que nos recuerda a las escamas de una cola de sirena.

... Y tecnología punta en chapa y pintura

Esto se logra mediante un exclusivo proceso de brillo iridiscente, en el que la cubierta tiene hasta doce capas de pulido diferente superpuestas. Cada capa está cuidadosamente diseñada para apilarse perfectamente, creando este colorido y prismático acabado que realmente marca la diferencia. Este color de aquí es el “Opal White”, y es único.

Pero en Reno 14 también nos encontramos con el “Luminous Green”, un tono verde y sofisticado. En ese estilo os presentamos también nuestro diseño “Opal Blue”, con un revestimiento altamente reflectante que refleja la luz de forma única, creando un efecto luminoso y dinámico alrededor del módulo de cámaras. Y ya sea en Opal White o Luminous Green, el diseño de Reno 14 cobra vida en cada momento y en cada movimiento.

Solidez en una sola pieza

Pero nuestra atención no se centra solo en el diseño, sino también en sus detalles y sensaciones. Es una obra de artesanía con un acabado de primera calidad. La



Diana García, directora de relaciones públicas de OPPO Iberia.

cubierta trasera del Reno 14 no solo tiene un diseño atractivo y estético, sino que también está fabricada de una sola pieza, sin costuras. Si observáis la mayoría de teléfonos, notaréis que la cubierta trasera y el módulo de cámaras están separados en dos partes, pero no con el Reno 14. En el Reno 14 toda la parte trasera está esculpida de una sola pieza de vidrio sólido que fluye perfectamente hasta el módulo de cámaras, sin uniones ni partes separadas. Y esto no solo mejora tanto su estética como también el grado de resistencia. Básicamente esto solo lo podíamos ver antes en smartphones de gama ultra premium, pero ahora lo tenemos disponible en Reno 14.

Tacto de piel de melocotón sin costuras. Pues eso no es todo. Hay algo que tiene el Reno 14 que no podéis encontrar en ningún otro: el acabado. Probablemente sabéis que la mayoría de los smartphones de gama alta cuentan con un acabado mate para el vidrio trasero. Con el Reno 14 llevamos esto al siguiente nivel, con el vidrio “aterciopelado”. En lugar de la sensación fría que podríais esperar, el vidrio aterciopelado tiene una textura suave y sedosa que además es como una tela afelpada. ¿Y cómo logramos esto? Grabando más de 10 millones de microcristales en el vidrio trasero. Lo que queda es esto, una superficie suave y agradable al tacto.

Agarre y aguante máximos

Pero además del delicado diseño y la parte trasera del Reno 14, cuenta con una pantalla AMOLED de 6,59 pulgadas y 120 hercios de tasa de refresco enmarcada en unos bisel ultradelgados, por lo que nuestra atención a la calidad no se queda aquí. El Reno 14 cuenta además con un marco de aluminio de grado aeroespacial que ofrece mayor durabilidad y un agarre muy cómodo. En comparación con los marcos de plástico, esto nos proporciona un aumento del 200% en su durabilidad, un 20% más de resistencia a la fricción y un 36% más de resistencia a las caídas.

Y esto lo vamos a complementar con su certificación IP66, IP68 e IP69, la más alta que podemos encontrar en un smartphone, lo que significa que el Reno 14 no solo resiste salpicaduras y la inmersión sino que también soporta chorros a alta presión y temperatura. Con lo que sin importar el entorno en el que os encontréis, podéis estar seguros de que el Reno 14 está protegido. Y de hecho aprovechando esta resistencia al agua hemos incluido el modo de fotografía subacuática con el que con el Reno 14 podéis conseguir vídeos submarinos 4K sin necesidad de una funda especial.

Y si sumamos a esta calidad y durabilidad su grosor, el Reno 14 sigue siendo súper

delgado. Solo 7,42 milímetros y un peso de 187 gramos, con unos bordes ligeramente contorneados, lo que nos proporciona una sensación agradable en mano y ofrece un agarre muchísimo más cómodo. Y lo más importante, conseguimos mantener un smartphone delgado sin sacrificar la vida útil de la batería. El Reno 14 cuenta con 6.000 miliamperios, una de las baterías más grandes de su categoría. Con esta capacidad podéis usarlo fácilmente uno o dos días incluso siendo usuarios exigentes. Además, el Reno 14 continúa con la tradición de carga rápida supervooc de 80 vatios. Con esto conseguiréis con solo unos minutos de carga horas de uso. Si comparamos con nuestros competidores, el Reno 14 es más pequeño, más ligero. Incluso con menos de 10 gramos, ofrece más de 1.000 miliamperios de batería.

Intensidad de fuego bajo la canícula o bajo el suelo

Además de diseño delgado y ligero, el Reno 14 presenta un gran rendimiento gracias a su potente y eficiente chipset MediaTek Dimensity 8350, cortado con un proceso de 4 nanómetros. Ofrece hasta un 20% más de velocidad de CPU y un 60% más de rendimiento gráfico en su GPU. Este chipset se combina con nuestro innovador sistema de refrigeración AI Nano Dual Drive que cuenta con una cámara de vapor ultradelgada de nanofluido para disipar rápidamente el calor.

Gracias a este potente chipset y a la increíble refrigeración dual con el Reno 14 puedes disfrutar de una experiencia fluida del juego sin preocuparte por el sobrecalentamiento. Y es que los resultados hablan por sí solos, incluso después de ocho horas jugando a un exigente juego tipo MOBA a unos 35 grados con un día de calor como los que hace por aquí, manteniendo los 60 FPS completos.

Como podéis ver, el Reno 14 funciona significativamente mejor que la competencia. Pero además del rendimiento, también hemos querido mejorar la calidad de red con el nuevo AI Limbus 3.0. Cuando usas tu teléfono en áreas difíciles, como aparcamientos subterráneos, estadios o cuando estás jugando online, gracias a la inteligencia artificial AI Limbus 3.0 va a elegir de forma automática la mejor configuración de red, mejorando la velocidad y reduciendo la tensión.

Cómo anda Reno 14 de inteligencia artificial

Para nosotros la inteligencia artificial es increíblemente útil, pero lo más importante es aprovecharla y hacerla todo más

fácil en Live AI. Con AI Editor 2.0 incluimos funciones propias de inteligencia artificial, como: AI Eraser, en la que puedes eliminar personas u objetos no deseados con tan solo un clic; AI Reflection Remover, en que encuentra y elimina reflejos consiguiendo fotos como si el cristal nunca hubiese existido; y AI Overview, que restaura detalles, colores y claridad a tus fotos más valiosas. Pero esto ya se conocía.

En Reno 14 nos han añadido dos nuevas funciones de inteligencia artificial geniales. La primera de ellas es AI Perfect Shot. Sabemos que corregir en las fotos expresiones no deseadas, ojos cerrados o cabello que tapa la cara con métodos tradicionales es muy complicado. Pero con AI Perfect Shot esto es facilísimo. Simplemente escanea de tu álbum, y encuentra referencias que ofrezcan diferentes opciones de expresión de ojos y bocas. Así todos saldremos bien en las fotos grupales.

La otra nueva función es AI Recompose. Entrenada con fotos de fotografía profesional, AI Recompose configura automáticamente las proporciones. Recorta y ajusta imágenes corrigiendo distorsiones y aplicando varios filtros. Así nuestros usuarios podrán elegir entre varios modelos y generar el resultado deseado con un solo clic.

Pero hay otra nueva función, que no tiene que ver con edición, que os recomiendo probar. Es AI Mind Space. AI Mind Space te permite guardar fácilmente consejos de viajes, recomendaciones gastronómicas y guías de estilo en cualquier momento y lugar con tan solo deslizar tres dedos hacia arriba. Es como tener tu propio asistente personal y todo lo que has encontrado y anotado lo tienes en un único sitio.

Alianzas y partners

Por supuesto, como partners de Google desde hace ya mucho tiempo, la serie Reno 14 incluye lo mejor y más nuevo de Google, incluyendo Gemini como asistente de voz nativo de Reno 14, así como Gemini Live y Circle Research. Además, Google Gemini también funciona con las aplicaciones propias de OPPO, como Notas, Reloj y Calendario. Por ejemplo, al revisar un documento muy largo, puedes pedirle a Gemini que resuma la información y la guarde fácilmente en OPPO Notas. Y sí, entendemos lo importante que es la privacidad y seguridad de los datos de todos nuestros usuarios. Es por eso que la serie Reno 14 ofrece Private Cloud Compute, desarrollado con el apoyo de Google. Lo que permite a nuestros usuarios usar toda la inteligencia artificial con total tranquilidad.

Crece el ecosistema OPPO

Si creíais que esto ha acabado aquí, estáis bien equivocados. Y es que con la serie Reno 14 presentamos dos nuevos productos de nuestro ecosistema de IoT. Empezando con el OPPO Watch X2 Mini, cuenta con una pantalla circular de 1,32 pulgadas y es el smartwatch de OPPO más compacto hasta la fecha. Se adapta cómodamente a la muñeca, garantizando una experiencia ligera y cómoda. La variante Glimmer Core viene con una esfera y corona de acero inoxidable chapadas en oro de 12 y 18 kilates. Y está mejorada con técnicas de joyería profesional para un brillo duradero. Además, cuenta con una clasificación IP68 y 5 atmósferas de resistencia, con lo cual, no solo va a aguantar el agua de la ducha, sino que te puede acompañar en tu entrenamiento de natación, permitiéndote registrar tus actividades con total tranquilidad.

Generalmente, los smartwatches compactos con WearOS tienen un promedio de autonomía de solo un día. Pero este no es el caso. Con nuestra arquitectura exclusiva de doble motor, el OPPO Watch X2 Mini integra una combinación de doble chipset, un chip SATA para WearOS y un chip eficiente para nuestras tareas diarias. Esta tecnología nos permite una impresionante autonomía de 60 horas en modo inteligente y hasta siete días en modo ahorro de energía. Así, eliminamos todas las preocupaciones de batería de los relojes inteligentes más pequeños. Y es que el X2 Mini también está diseñado para acompañarte en todos tus entrenamientos: soporta más de cien modos de entrenamiento, e incluye once modos de entrenamiento profesional que nos ofrece datos muchísimo más completos, por lo cual tienes funcionalidades fitness profesionales al alcance de tu mano.

Y ahora pasemos a la OPPO Pad SE WiFi. Una tablet asequible con una experiencia sin compromisos. Con una pantalla LCD de 11 pulgadas, ofrece hasta 500 nits de brillo, perfecta para ver partidos y transmitir vídeos. Además, cuenta con una batería de 9.340 mAh en un cuerpo de 7,39 mm, con lo que nos ofrece 11 horas de reproducción continua de vídeo y 80 horas de reproducción de música. Incluimos una cosa muy importante, el modo parental es personalizado. Esto lo convierte en una opción excelente para poder compartirlo con cada miembro de la familia. Intentamos que todo lo que hacemos en OPPO guste para mantenerte siempre conectado, productivo e inspirado.

Keity Xia (OPPO): «Con el Livephoto Pro del Reno 14 la distancia desaparece, pero el momento permanece»

Para saber más sobre las posibilidades fotográficas de la última serie de OPPO, la chica Reno de la casa, Keity Xia, desvelaba trucos y secretos.

Comencemos por la calidad de imagen

¿Qué es una Livephoto? Consiste en una foto fija de alta resolución y un breve clip de vídeo que suele ser de 1.080 píxeles o incluso menos. Con el Livephoto Pro del Reno 14 aprovechamos nuestra tecnología de fotografía computacional para aumentar la resolución del vídeo a 2K permitiendo una claridad mucho mayor. Como podéis ver en esta comparación las tomas del Livephoto del Reno 14 en alta definición ofrecen una nitidez claramente superior.

Ahora cualquier fotograma puede ser elegido como portada de tus posts en modo ultra nítido. Podéis seleccionar cualquier clip de vídeo de 3 segundos de un vídeo 4K y transformarlo en una livephoto de alta resolución y lista para compartir. Con el Livephoto Pro del Reno 14 obtienes una calidad ultra nítida en cada fotograma.

Bajo los focos

Otro desafío común que nos encontramos con Livephoto es la iluminación. Cuando las condiciones de luz son bajas, las livephotos pueden mostrar mucho ruido o incluso no se puede utilizar la función. Para resolver estos problemas, Livephoto Pro introduce una función completamente nueva, AI Flash Livephoto. Esto es posible gracias al sistema de triple flash del Reno 14, que ilumina diez veces más a 2 metros de distancia que la generación anterior. ¡Diez veces más! Eso es muchísimo más brillante. Más importante aún, al tomar una Livephoto el flash del Reno 14 puede permanecer encendido continuamente.

Combinado con nuestras optimizaciones de procesamiento, puedes capturar fácilmente livephotos ultra nítidas incluso con el flash activado. Esto abre un mundo de nuevas oportunidades creativas. Por primera vez puedes capturar livephotos sin preocuparte por las condiciones de poca luz. Con AI Flash Livephoto el Reno 14 ilumina cada momento en vivo. ¡Haz que cada momento brille como un diamante!

Acercando el punto de fuga

Además del flash, otra área a destacar del Reno 14 es el zoom. Actualmente,



Keity Xia, directora sénior de proyectos de OPPO Iberia.

si quieres un teléfono con una cámara periscópica de muchos megapíxeles tienes que adquirir un teléfono de alta gama y muy caro. Pero con el Reno 14 obtienes una lente periscópica teleobjetiva de 50 megapíxeles y 3,5 aumentos de nivel flash, lo que permite hacer tomas súper detalladas. Al recortar desde el centro de este sensor obtenemos una calidad casi sin pérdida a 7 aumentos. Cuando haces zoom más allá de 10 aumentos nuestra tecnología de Zoom AI se activa automáticamente para mejorar aún más la calidad. Así, con el Livephoto Pro del Reno 14 la distancia desaparece, pero el momento permanece.

Mascotas siempre fotogénicas

Hablando de capturar el momento justo, Livephoto Pro introduce una tecnología revolucionaria para las fotos instantáneas. Fusión de doble exposición. ¿Qué significa eso? Cada vez que sacamos una foto, el Reno 14 captura dos fotogramas simultáneamente. Uno de corta exposición y otro de larga exposición. Por ejemplo, cuando quieres capturar un objeto en movimiento como es tu mascota, el fotograma corto congela la acción mientras que el fotograma largo recoge más luz para maximizar los detalles. Y así obtenemos una foto de tu mascota ultra nítida y de gran calidad.

Compartir es vivir

Con el Livephoto Pro del Reno 14 nunca volverás a perder la foto perfecta. Además de capturar los mejores momentos con gran calidad, otra parte crucial de la

experiencia de las livephotos es poder compartirlas. Con nuestra herramienta de conectividad 0+ Connect puedes compartir fácilmente livephotos con un iPhone por primera vez, rompiendo esa barrera entre sistemas. En OPPO, nuestro objetivo es crear un ecosistema con partners para poder compartir fluidamente. Así, nuestros usuarios no solo pueden capturar sus momentos de manera dinámica sino también compartirlos con el mundo.

Además, podemos anunciar que la serie Reno 14 tiene el honor de ser de los primeros teléfonos Android que pueden compartir livephotos en Instagram y en TikTok. Solo tienes que seleccionar Loop, elegir las livephotos que has capturado y compartirlas directamente en Stories, Reels y Publicaciones, sin más.

The director's cut

También creamos una nueva forma de grabar y compartir tu vida, el Live Vlog. ¿Qué es un Live Vlog? Es más entretenido que un reel, pero mucho más sencillo que un videoblog, dando a todos los usuarios el poder de producir contenido magnífico y dinámico. Solo tienes que capturar tus momentos únicos con un Live Vlog y compartílos con el mundo. Ahora, con el Reno 14 y Livephoto Pro puedes crear un Live Vlog en Instagram en solo 30 segundos. Todo lo que necesitas es abrir Instagram Reel, seleccionar las livephotos que quieras, Instagram elegirá la música perfecta y ya tendrás el Live Vlog único y especial para compartir. Fácil y sencillo.

Dácil Castelo (LedaMC): «Lo importante no es solo acceder a los datos, sino saber qué hacer con ellos»

Con más de 20 años en el sector, LedaMC sigue consolidando su posición como referente en la optimización de la gestión de TI y la productividad en el desarrollo de software. En esta entrevista, su CEO, Dácil Castelo, nos habla del papel estratégico de la tecnología en el negocio, la importancia de la calidad en el desarrollo de software y cómo la IA está redefiniendo la manera en que las organizaciones gestionan la información.

LedaMC ha cerrado 2024 con un crecimiento del 6,5% en facturación. ¿A qué factores atribuyes este crecimiento sostenido en los últimos años?

Este crecimiento es el resultado de un enfoque muy claro: aportar valor real a nuestros clientes a través de la eficiencia en TI y la mejora de la productividad en el desarrollo de software. En LedaMC no solo acompañamos a las empresas en la gestión de TI, sino que les ayudamos a optimizar costes y mejorar la calidad de sus proyectos.

Además, seguimos reforzando nuestra apuesta por la formación y el desarrollo del equipo, porque solo con profesionales altamente cualificados podemos continuar ofreciendo soluciones innovadoras y diferenciales. Al mismo tiempo, estamos potenciando la innovación en nuestra aplicación Quanter, que evolucionamos de forma continua para ayudar a nuestros clientes a gestionar mejor sus proyectos.

En un mercado tan competitivo, ¿qué papel juega la eficiencia en TI para el éxito de una empresa?

Para nosotros tiene un papel clave, sin ninguna duda. No es solo una cuestión de control de costes, sino un factor estratégico. Las empresas que gestionan bien su tecnología pueden innovar más rápido y responder mejor a las necesidades del mercado, tomando decisiones basadas en datos objetivos.

En LedaMC trabajamos con un objetivo muy claro: ayudar a las organizaciones a optimizar sus procesos de desarrollo de software, gestionar mejor a sus proveedores y garantizar que cada euro invertido en TI se traduzca en valor real para el negocio. Y en muchas ocasiones, mejorar la eficiencia en TI significa cambiar la forma en que medimos el trabajo y los resultados, utilizando métricas que nos permitan comparar el rendimiento y decidir con una base sólida.

Cada vez más empresas buscan alinearse con estándares internacionales para garantizar calidad y comparabilidad en sus proyectos. La reciente publicación de SNAP [Software Non-functional Assessment Pro-



Dácil Castelo, CEO de LedaMC.

Innovación, eficiencia y calidad: las claves del crecimiento en TI

¿Te suena eso de “La calidad no es cara”? Ese conocido eslogan de una cadena de supermercados que bien podemos invertir para confrontar una cruda realidad: “No asegurar la calidad sí es caro”. En desarrollo de software, el aseguramiento de la calidad es una necesidad. ¿Por qué? Porque la calidad del software se ha convertido en un factor estratégico para las organizaciones. Hay cinco razones por las que ya deberías estar asegurando la calidad de tus proyectos.

¿Cómo puedes comenzar en tu organización? Empezando por entender bien el concepto. El Aseguramiento de la Calidad de Software (SQA, por sus siglas en inglés) es un conjunto de actividades sistemáticas y planificadas para garantizar que los productos desarrollados cumplen con los estándares definidos, tanto técnicos como funcionales. Su objetivo es detectar errores antes de que lleguen al usuario final, pero también busca prevenirlos y mejorar los procesos.

Por tanto, es mucho más complejo que la realización de pruebas en momentos puntuales. Es un proceso transversal que debe integrarse en todas las etapas del ciclo de vida del software, desde la definición de requisitos hasta la validación final. Y tiene que abordarse como un modelo personalizado, adaptado al contexto y madurez de cada organización.

Ahora vayamos a lo concreto... ¿Por qué exactamente es tan importante asegurar la calidad en tus proyectos digitales? A continuación, te damos cinco razones clave que explican por qué implementar un modelo sólido de QA marcará la diferencia en tu organización:

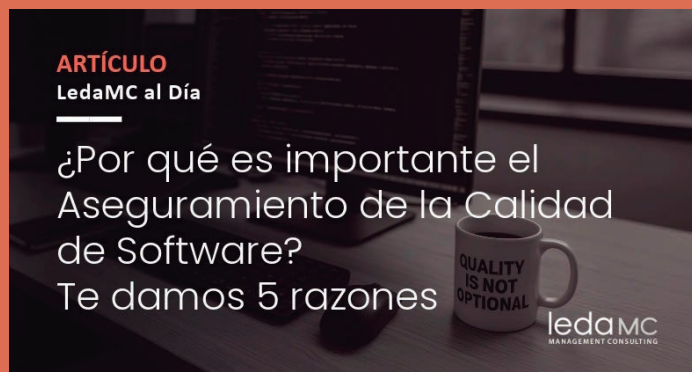
- *Reduce costes y genera retorno desde el primer momento*
La primera de estas razones nos lleva a lo que mueve a cualquier compañía, lo económico. Prevenir errores cuesta mucho menos que corregirlos. De hecho, según el informe *Cost of Poor Software Quality* (CISQ, 2022), los fallos de calidad del software supusieron pérdidas de hasta 2.410 millones de dólares solo en EEUU.

Pero no solo la prevención reduce los costes, también lo hace la detección de los errores en fases tempranas en las que corregirlos cuesta menos. Según datos del IBM Systems Sciences Institute, corregir un defecto en las fases de pruebas puede costar hasta quince veces más que si se hubiera identificado durante la fase de diseño.

Cuando se implementan bien las actividades de QA, conseguimos optimizar costes al evitar errores graves en producción, que a su vez reducen las correcciones necesarias y el retrabajo. Y eso nos ayuda a aprovechar mejor los recursos y a liberar presupuesto que podemos destinar a innovación.

- *Aumenta la productividad y acelera la entrega*
Quizás estés pensando ¿Pero aplicar aseguramiento de la calidad no ralentizará los proyectos? Y no estás solo, es un mito generalizado, pero la realidad es que un buen modelo de QA acelera el time-to-market.

¿Cómo es posible? Porque cuando optimizamos procesos y reducimos el tiempo de corrección de errores, los equipos pueden centrarse en tareas de mayor valor. Además, si todas las partes implicadas –internas y externas– trabajan bajo un modelo claro,



con objetivos e indicadores definidos, también mejoramos la alineación y la comunicación.

Ahora, también la IA generativa se ha sumado a este contexto como acelerador adicional. El *World Quality Report 2024-25* revela que 72% de las organizaciones reportan una automatización más rápida gracias a la IA generativa y 68% usa la IA para liberar tiempo de sus equipos para centrarse en tareas de mayor valor.

Y si llegamos los primeros al mercado podremos capturar oportunidades de negocio antes que la competencia. Por tanto, un QA eficiente y continuo nos proporciona la agilidad necesaria para entregar valor a los usuarios con rapidez y adaptarnos de forma más rápida a las demandas variables del mercado.

- *Mejora la satisfacción del cliente y del usuario final*
Cuando hablamos de construir software de calidad no solo nos referimos a aquel que es más robusto. Tiene que ser más fácil de usar, más rápido y fiable, y por supuesto, que haga lo que promete. Y así conseguimos clientes satisfechos, que es lo que quiere conseguir el 40% de las grandes organizaciones con su estrategia de QA según uno de los últimos *World Quality Report* de Capgemini.

Normal que sea uno de los objetivos más buscados, porque las cifras son impactantes: el 67% de los usuarios abandona un producto por una mala experiencia. Y no es solo que lo abandonen, sino que esa mala experiencia se traduce en pérdida de fidelidad hacia la marca que fácilmente se puede propagar en su entorno.

Pero las buenas experiencias con tu producto también se comunican y estas van a conseguir fidelizar y mejor percepción de marca. Cuando los usuarios están contentos con algo, se multiplican las reseñas favorables y las recomendaciones del producto, alimentando así el crecimiento orgánico.

- *Mitiga los riesgos*
La calidad es una herramienta clave a la hora de anticiparse a los problemas. Y hablamos de fallos críticos, de esos que pueden afectar a miles (o millones) de usuarios, comprometer la seguridad o incumplir regulaciones legales.

El aseguramiento de la calidad ha evolucionado hasta garantizar que la tecnología cumpla con estándares y regulaciones, integrando controles de calidad en todo el ciclo de vida del software. Y cada vez más organizaciones incluyen el QA como parte de su estrategia de compliance, sostenibilidad y gobierno TI. De hecho,



el 97% de los equipos de calidad considera que su trabajo juega un rol activo en esa estrategia.

QA actúa como un seguro: protege contra riesgos técnicos y de cumplimiento, proporcionando confianza tanto a los directivos (la empresa no se enfrentará a costosas sorpresas), a los equipos de TI (que pueden desplegar de forma segura) y también a los usuarios finales (que se sienten protegidos).

- *Fomenta una reputación corporativa sólida y sostenible*
Todos los beneficios anteriores se traducen en un impacto directo sobre la percepción que se tiene de la organización. Asegurar la calidad del software no solo mejora los productos, también

proyecta una imagen de profesionalidad, compromiso con la excelencia y capacidad de ejecución. Esto consolida a la empresa como un socio tecnológico fiable, no solo ante sus clientes, sino también frente a inversores, organismos reguladores y otros stakeholders clave.

Una confianza que puede convertirse en una ventaja diferenciadora y duradera.

¿Por dónde empezar con el SQA?

“Si ya tienes claro que asegurar la calidad de tu software no es opcional, es el momento de dar el paso hacia un modelo sólido de calidad. Puede parecer abrumador, pero no tiene por qué serlo”, se señala. “En LedaMC llevamos más de 20 años ayudando a grandes organizaciones a implementar modelos de calidad y pruebas que funcionan de verdad”.

¿Cómo lo hacen? EL punto de partida suele ser un diagnóstico. Analizar cómo se está gestionando la calidad en tu organización, si hay procesos establecidos, qué grado de madurez tienen y cómo se pueden mejorar. A partir de ahí, se puede definir un modelo ajustado a tu realidad, con indicadores claros y mecanismos de control adaptados a tus necesidades o incluso disponer de un QA coach que ayude a tu organización a incorporar estas tareas en su día a día. “Sin una cantidad, no hay tiempo; sin tiempo, no hay coste. Y sin coste, no hay decisión”.

cess] como estándar ISO/IEC, ¿qué impacto crees que tendrá en la medición de software y en la industria en general?

La estandarización de SNAP como ISO/IEC supone un gran avance para la industria del software. Hasta ahora, muchas empresas tenían dificultades para medir el impacto de los requisitos no funcionales en sus proyectos, lo que hacía que la planificación y la estimación de costes fueran menos precisas.

Ahora, con SNAP como estándar reconocido, podemos medir tanto los requisitos funcionales como los no funcionales de manera objetiva. Y esto es crucial, porque medir bien no es solo cuestión de control, sino de competitividad: las empresas podrán justificar mejor sus inversiones, optimizar recursos y compararse con referencias globales, incluyendo las utilizadas por la propia Unión Europea en sus grandes licitaciones.

Para esa toma de decisiones que comentas, los datos son fundamentales. Ahora la IA está facilitando la interacción con grandes volúmenes de datos mediante lenguaje natural. ¿Qué impacto crees que tendrá esto

en la gestión y análisis de la información dentro de las organizaciones?

El impacto es enorme. Antes, el trabajo de extraer la información útil de grandes bases de datos requería mucho tiempo y dashboards complicados que preparaban analistas especializados. Ahora, con la IA interpretando lenguaje natural, cualquiera puede preguntar “¿Cómo han evolucionado las ventas en X mercado el último trimestre?”, y recibir un análisis detallado sin necesidad de ser analista de datos.

Esto no quiere decir que no necesitemos analistas de datos, solo que su rol cambiará. Antes, pasaban mucho tiempo limpiando datos y preparando informes. Con la IA haciendo ese trabajo, los analistas podrán centrarse en interpretar tendencias y proponer estrategias. Porque lo importante no es solo acceder a los datos, sino saber qué hacer con ellos.

El potencial es enorme y las organizaciones que lo aprovechen de forma correcta, actuando frente a los riesgos de confianza en los datos y privacidad, tomarán mejores decisiones

y serán más ágiles. La clave, como siempre, es entender que la tecnología es una herramienta y los resultados dependen de cómo la usemos.

En LedaMC también estáis apostando por la Inteligencia Artificial, que habéis incorporado en Quanter para estimaciones inteligentes y mejora de requisitos. Desde tu perspectiva como CEO, ¿cómo encaja esta innovación en la estrategia de LedaMC y en su visión de futuro?

Quanter es un claro ejemplo de cómo en LedaMC combinamos tecnología, datos y metodología para aportar valor a nuestros clientes. Desde que empezamos con el desarrollo de Quanter, nuestra visión ha sido que la gestión de estimaciones debe ser sencilla, fiable y auditable, y la Inteligencia Artificial Generativa nos permite dar nuevos pasos en esta dirección.

La reciente incorporación de la Mejora de Requisitos con IAG permite a las empresas optimizar la calidad de sus requisitos desde el primer momento, reduciendo revisiones y asegurando que la estimación de esfuerzo y costes sea lo más precisa posible. Esto es clave para garantizar proyectos más eficientes y predecibles.

La Inteligencia Artificial, bien implementada, puede ser una gran ayuda para impulsar la productividad y la calidad del desarrollo de software. Y tenemos claro que debemos seguir innovando para ofrecer soluciones que permitan a nuestros clientes mejorar la gestión de sus proyectos de TI. 

«No es solo una cuestión de control de costes, sino un factor estratégico. Las empresas que gestionan bien su tecnología pueden innovar más rápido y responder mejor a las necesidades del mercado, tomando decisiones basadas en datos objetivos» (Dácil Castelo, LedaMC)

OVHcloud reúne y premia al ecosistema español en su evento Backstage 2025

En un evento exclusivo celebrado en el Pompa Tardeo Club de Madrid, la compañía proveedora de IaaS soberana ha congregado por primera vez al ecosistema en conjunto para promover la innovación y las sinergias entre todos sus miembros: partners, startups, editores de software y aliados tecnológicos.



OVHcloud ha reunido a todo su ecosistema español en un nuevo OVHcloud Backstage, donde se ha podido conocer las últimas novedades tecnológicas de la compañía proveedora de infraestructuras IaaS y su visión sobre las ventajas de una colaboración cercana, con el objetivo de impulsar un ecosistema europeo sólido, unido y basado en un cloud de confianza.

“En OVHcloud seguimos innovando para ofrecer a nuestro ecosistema soluciones de vanguardia, basadas en precios previsibles y que garantizan la protección de los datos. Mantenemos la firme convicción de que, solo creando un ecosistema sólido, colaborativo y basado en un cloud de confianza, podemos impulsar un futuro digital más sostenible, soberano y competitivo en Europa”, afirmaba John Gazal, VP para el sur de Europa en OVHcloud.

El ecosistema de OVHcloud ha experimentado un gran crecimiento en España, hasta alcanzar los 165 partners a nivel nacional, de los cuales 55 se han unido al programa en el último año. Se complementa con 21 editores de software que cuentan con soluciones SaaS y PaaS alojadas en la nube soberana de OVHcloud, y además el grupo también ha apoyado a 210 startups españolas.

“Estamos orgullosos de ver que el ecosistema español sigue creciendo y es pionero en iniciativas y colaboración a nivel internacional. Los partners son clave dentro de la estrategia de OVHcloud, y por ello seguiremos impulsando las sinergias y la generación de

valor conjunto en un marco de estrecha colaboración entre los miembros, dotándoles de los recursos, las herramientas y la proximidad que les permitan aportar su valor y su servicio con excelencia”, declaraba Cristina Ortiz, Partner & ISV Program Manager en OVHcloud España.

Nuevas iniciativas para partners

OVHcloud sigue reforzando sus programas para partners y editores de software con nuevas iniciativas para la generación de leads y el desarrollo de negocio, beneficios financieros, formación y co-marketing, que permitan al ecosistema crecer y seguir desarrollando proyectos conjuntos y servicios de gran valor para sus clientes. Entre las novedades destacan:

- Un nuevo Training Portal, diseñado para ofrecer una mejor experiencia de usuario y contenido de calidad para todos los perfiles, está disponible para todos los miembros del ecosistema de forma gratuita.
- Además, en septiembre llegará un nuevo Partner Portal, una herramienta de consulta, marketing, comunicación y negocio que alojará, entre otras funcionalidades, un nuevo directorio de partners.
- La política de beneficios financieros de OVHcloud también se ampliará, integrando nuevas gamas de productos, e incluirá beneficios específicos para los editores de software.

Durante el evento, también se celebró el décimo aniversario del programa para startups

de OVHcloud. Reconocido mundialmente por su soporte, tanto tecnológico como de mentoría, el OVHcloud Startup Program ha apoyado a alrededor de 5.000 empresas emergentes en todo el mundo desde su creación. OVHcloud ha presentado nuevas iniciativas para apoyar a las startups a acelerar y pasar a la siguiente etapa de su crecimiento, entre las que destaca el Fast Forward Blockchain & Web3 Accelerator, diseñado para ayudar a los fundadores de blockchain y web3 a acelerar y conectarse a nivel internacional.

La innovación también estuvo presente en la jornada, con las últimas novedades del grupo en áreas como las soluciones hiperconvergentes y el PaaS, en el marco del lanzamiento de la solución AI Endpoints y los nuevos servicios en las regiones 3-AZ de OVHcloud.

Destacados miembros del ecosistema compartieron varios casos de éxito en IA, multi-cloud y emprendimiento, abordando temas clave como la importancia de trabajar con soluciones seguras y soberanas, el uso de tecnologías estándares de mercado como Kubernetes, VMware, Nutanix y Proxmox, y el valor que aportan las interacciones dentro del ecosistema.^(tp)

Premios OVHcloud Backstage 2025

El evento también fue una ocasión para celebrar los éxitos logrados y reconocer al ecosistema por su compromiso y colaboración. En los OVHcloud Backstage Awards 2025, los miembros del ecosistema español más destacados del año fueron galardonados con los siguientes premios:

- Startup of the Year: Cow Dao
- Most Disruptive Ecosystem Member of the Year: Neurologica
- Business Excellence & Innovation Partner of the Year: Auren
- ISV of the Year: Sesame HR
- Partner of the Year: Soltecsis Soluciones Tecnológicas

¿Qué se necesita para mantenerse al día con la Inteligencia Artificial Agéntica?

La tecnología y la educación avanzan a ritmos distintos, y los agentes de IA están poniendo en evidencia esta divergencia. Al crear interfaces y protocolos para conectar agentes individuales entre múltiples sistemas expertos, estamos allanando el camino para pasar de ecosistemas agénticos aislados a un universo multi-proveedor, multi-IA y multi-agente.



Hemos pasado en tiempo récord del concepto y los primeros casos de uso de los chatbots de Inteligencia Artificial Generativa (GenAI o IAG). Los sistemas expertos potenciados por GenAI, que emplean flujos de trabajo de planificación para generar información a partir de los datos, ofrecen un impacto mucho mayor que la simple mejora en el lenguaje natural de los LLM. Este nuevo paso nos lleva a los agentes de IA: actores autónomos que operan en sistemas complejos.

En la Inteligencia Artificial Agéntica (IAA), los agentes de IA disponen de la tecnología necesaria para deducir automáticamente el contexto situacional, saber qué tienen que hacer, aprender por sí mismos para adaptarse a contextos cambiantes y ejecutar sus tareas, aportando a otros agentes (humanos o de IA) información, decisiones o resultados. Este es el flujo agéntico completo, que lleva la IA más allá de mover o transformar información, hacia un modelo de creación y actuación colaborativa sobre la información.

Aterrizando el concepto: ¿qué son los agentes de IA proactivos y para qué sirven?

Los agentes de IA proactivos son funciones autónomas que cuentan con cierto nivel

«Los agentes de IA proactivos conectan múltiples piezas complejas de un flujo de trabajo dinámico emulando capacidades humanas de detección y razonamiento, superando las automatizaciones deterministas» (Carlos Cordero, Fujitsu)

de aprendizaje automático como habilitador. Están convirtiéndose en asistentes de confianza para las personas, promoviendo la resolución de problemas de forma proactiva. Conectan múltiples piezas complejas de un flujo de trabajo dinámico emulando capacidades humanas de detección y razonamiento, superando las automatizaciones deterministas del tipo if-this-then-that.

Por ejemplo, un agente puede participar en una reunión con humanos y otros agentes, detectar cuándo surge una pregunta sobre un tema que domina, localizar los datos adecuados, analizarlos y devolver ideas o recomendaciones que hagan avanzar la conversación. Todo ello sin que nadie le haga una petición explícita o pulse una tecla. En definitiva, estos agentes son la siguiente etapa en la automatización de flujos de trabajo complejos.

Aplicaciones: comunicación, seguridad en campo y ciberseguridad

• Apoyo en la comunicación

La IA ya puede ser un miembro de pleno derecho de un equipo. Siguiendo el flujo conversacional, un agente de IA con memoria contextual y capacidad de autoaprendizaje entiende qué partes de la conversación se relacionan con sus competencias (por ejemplo, presupuestos de campañas de marketing). A partir de ahí, planifica las tareas que debe realizar para aportar datos, información y perspectivas relevantes. El nivel de razonamiento lógico logrado mediante la combinación de estos componentes va mucho más allá del estilo “chatbot” de la GenAI, que se limita a responder ensamblando fragmentos de documentos. En lugar de esperar días a que varias personas recopilen y analicen información, los insights clave llegan en minutos y se pueden tomar decisiones en el momento.

• Supervisión de la seguridad de los trabajadores de campo (en almacenes o fábricas, por ejemplo)

La GenAI está permitiendo diseñar agentes automatizados capaces de realizar tareas complejas de razonamiento que combinan acciones básicas como detectar y clasificar objetos, medir espacio y tiempo o asimilar requisitos. Son las mismas tareas de razonamiento que los humanos gestionamos continuamente en cuestión de milisegundos. Ahora los agentes de IA pueden formular por sí mismos las preguntas adecuadas al detectar objetos en un entorno y planificar cómo responderlas. Por ejemplo, el enfoque multi-proveedor y multi-agente hace posible:

- Ingerir normas y regulaciones de seguridad laboral.
- Crear las reglas de medición y detección de sistemas de visión.

«Para las empresas, la gran ventaja es la reducción del “tiempo muerto” mientras la información circula entre departamentos, divisiones o personas. Pasamos de “mañana te traigo los números” a “dame dos minutos”. Se trata de tener mejor información, más rápido, y utilizarla de forma más eficaz» (Carlos Cordero, Fujitsu)

- Reducir el cómputo necesario filtrando los fotogramas irrelevantes de video.
- Detectar incumplimientos.
- Activar un nuevo agente en el sistema de gestión de incidentes para registrar el caso con toda la información necesaria tanto para la empresa como para la formación y la prevención.

• Pruebas de ciberseguridad

Aquí se aplica el concepto de agentes especializados al flujo de trabajo del penetration testing. Algunos agentes generan posibles planes de ataque a partir de informes de inteligencia de amenazas. Otros agentes toman esa misma inteligencia y los métodos propuestos, y crean una representación virtual de la red en función de las vulnerabilidades detectadas. En ese entorno virtual, agentes atacantes y defensores se enfrentan de forma autónoma. Los agentes defensores puntúan y proponen las mejores medidas de mitigación. Todo este ecosistema reduce drásticamente el ciclo de amenaza a mitigación, aliviando la carga de equipos de seguridad ya de por sí sobrepasados.

¿Qué valor real aportan los agentes de IA?

El verdadero valor de la IA surge de su combinación con otras tecnologías. Sabemos que la GenAI está transformando estrategias tecnológicas y de negocio en todo el mundo. Pero su impacto es mucho mayor cuando se combina con otros tipos de IA y se orienta a resolver retos o preguntas concretas.

Estamos pasando rápidamente de la GenAI como generadora de contenido a la GenAI como motor de agentes autónomos que comprenden el contexto, planifican trabajo y ofrecen apoyo a la toma de decisiones en tiempo real. Cuando diseñamos estos agentes para colaborar entre sí, nos ayudan a resolver tareas complejas con rapidez y eficiencia.

Para las empresas, la gran ventaja es la reducción del “tiempo muerto” mientras la información circula entre departamentos, divisiones o personas. Lo mismo aplica a organizaciones pequeñas: si los datos fluyen de forma automática, la decisión llega

antes. Pasamos de “mañana te traigo los números” a “dame dos minutos”. Se trata de tener mejor información, más rápido, y utilizarla de forma más eficaz.

¿Y ahora qué?

Puedo vislumbrar dos perspectivas de futuro:

- IA para los fundamentos del universo y la humanidad. Una IA que lo haga todo sin intervención humana. Entrará en campos como la física cuántica o la genómica, buscando descubrimientos de materiales o fármacos. El mayor freno será la confianza y la responsabilidad legal asociada.
- IA física. La IAA trascenderá la automatización digital y de flujos de trabajo, para actuar en el mundo real. Desde coches autónomos hasta robots que recojan la compra y la lleven a casa.

La pregunta del millón: ¿qué hará falta para estar a la altura de la Inteligencia Artificial Agéntica?

Las competencias necesarias para que un recién graduado se incorpore al mercado laboral en funciones de transferencia de conocimiento –recolectar, procesar, preparar o presentar datos– cambiarán de manera radical. Esto se debe a que los agentes de IA ya pueden realizar el trabajo equivalente al de un empleado júnior con un poco de conocimiento y un poco de datos. Será imprescindible recapacitar a quienes están empezando en sus carreras.

Los puestos sénior seguirán siendo cruciales para la toma de decisiones, pero los agentes de IA acelerarán de forma drástica los pasos previos. Incluso esos perfiles experimentados necesitarán formación específica para mantener su valor diferencial como humanos en el futuro. El listón está más alto que nunca.

Debemos ser capaces de cerrar la brecha entre lo que ofrece la educación y lo que demanda el empleo. Y no será una tarea fácil, porque la tecnología avanza más rápido de lo que pueden seguir la educación y la vida corporativa.

Carlos Cordero,
director tecnológico de Fujitsu España

Europa bloqueará la venta de dispositivos IoT que no cumplan la nueva normativa en ciberseguridad

La nueva norma EN 18031 en vigor desde el 1 de agosto impone tres requisitos de seguridad a los dispositivos electrónicos para poder obtener la certificación necesaria para su venta en todo el espacio de la Unión Europea. Pero ¿cuáles son estos requisitos y cómo saber si los dispositivos que ya tenemos en casa cumplen la nueva normativa?



Xabier Olea, Tech Manager en Wireless Logic España.

El IoT es un gran avance tecnológico, pero últimamente pasa desapercibido frente a otras tecnologías como la Inteligencia Artificial sencillamente por haber asumido estos dispositivos como algo cotidiano. No en vano, y pese a la dificultad para contabilizarlo con exactitud, se calcula que ya en la actualidad la cifra de dispositivos IoT en el mundo rondaría los 20.000 millones. Las previsiones apuntan a que se añadirán 10.000 millones de dispositivos IoT más en los próximos cuatro años, lo que evidencia la acogida de un sector tremendamente diverso, donde conviven desde dispositivos de Smart Home hasta las herramientas que están cambiando la medicina, el transporte o las telecomunicaciones.

En la actualidad, casi todo es IoT. Y esa amalgama de dispositivos para distintos usos, procedentes de diversas marcas e incluso estándares de conectividad, a pesar de las interacciones que puede haber entre ellos y otros dispositivos a través de Internet o Bluetooth, busca fórmulas para reforzar la seguridad de su operativa. “Por muy bien diseñados que estén los dispositivos IoT, el simple hecho de que haya miles de millones de dispositivos conectados abre la puerta a problemas de seguridad potencialmente graves, ya que estos dispositivos, incluso los más aparentemente inofensivos, pueden convertirse

en la puerta de entrada para ciberdelitos graves con capacidad para tumbar una empresa o comprometer la seguridad de un usuario”, advierte Xabier Olea, Tech Manager en Wireless Logic España.

En este sentido, tanto fabricantes como legisladores buscan fórmulas que permitan seguir impulsando el desarrollo de este sector sin descuidar la seguridad y resiliencia de estos dispositivos. “Se calcula que, en 2023, el sector IoT facturó casi 600.000 millones de dólares en el mundo, según Fortune Business Insights, y que esa cifra podría ascender por encima de los 4 billones de dólares para 2032, lo que evidencia la necesidad de proteger una industria que, más allá del negocio, ofrece claros beneficios a los usuarios, a las empresas y a la sociedad, porque son la columna vertebral de la automatización y una firme aliada del desarrollo de la inteligencia artificial, que podrá servirse de los datos que maneje el IoT para mejorar sus capacidades”, añade Olea.

Nuevos estándares y nuevas oportunidades para el canal

Como parte de esta búsqueda de una mayor y mejor capa de seguridad para los dispositivos IoT, la Unión Europea ha impulsado la normativa EN 18031, que obliga desde el pasado 1 de agosto de este año a fabricantes y distribuidores a que sus dispositivos IoT cumplan tres requisitos de seguridad.

En concreto, deberán proteger las redes de telecomunicaciones, sin dañarlas ni realizando un consumo de recursos excesivo y desproporcionado para sus funciones habituales; deberán garantizar la protección de los datos personales de los usuarios en el marco del GDPR; y deberán incorporar funciones para evitar el fraude, incluyendo accesos no autorizados o manipulación de datos. “Los dispositivos a la venta en la Unión Europea que no cumplan desde agosto con estos tres requisitos de la norma EN 18031 no obtendrán el marcado CE, que certifica el cumplimiento de la normativa europea y, por tanto, es esencial para poder distribuir cualquier producto en territorio comunitario”, explica el Tech Manager.

El objetivo de esta normativa es proteger a los consumidores y usuarios europeos de cualquier uso de dispositivos IoT con fines fraudulentos, reforzando su ciberseguridad de la mano de los fabricantes y distribuidores. Sin embargo, algunos fabricantes y marcas no han terminado de comprender las nuevas obligaciones que deberán observar para seguir distribuyendo sus productos en la UE. Conocer esta nueva normativa, las soluciones disponibles para evitar sanciones por incumplimiento o cómo los proveedores de conectividad pueden ayudar a proteger las redes, garantizar la privacidad de las comunicaciones y reforzar la seguridad de los dispositivos para prevenir el fraude constituye una nueva tarea en el sector.

La consultora Wireless Logic quiere ayudar a empresas y consumidores a adaptarse a esta legislación que busca ofrecer un marco de ciberseguridad más resiliente a los consumidores europeos y ponerse al día a través de diversos webinars. Así, los fabricantes pueden aprovechar el cumplimiento de la norma EN 18031 como ventaja competitiva en un mercado cada vez más saturado de marcas, modelos y opciones disponibles para usuarios y empresas. “Se trata de una explicación detallada de todo lo que un distribuidor de dispositivos digitales necesita saber para poder seguir vendiendo en Europa a partir de ahora, por lo que es una oportunidad para situarse ante una nueva realidad que marcará el futuro de este sector”, destaca Olea. ^{tp}



P.C.MIRA

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com

PANEL PC 21.5"

UNICOPOS



> UNICOPOS 21.5"

- > Disponible en Windows/Android/Linux.
- > Pantalla 21.2" FullHD. 1920 x 1080. IP54
- > Con soporte VESA para colgar en pared.
- > Soporte de sobremesa opcional.
- > Windows/Linux: CPU Celeron N97/i5-1035G1 8GB RAM, 120GB SSD.
- > Android 11: CPU RK3568, 4GB+32GB.
- > Completamente metálico, con cubierta para proteger las entradas y salidas de puertos.

PANEL PC ROBUSTO Y VERSÁTIL

PREPARADO PARA USARSE COMO PANEL PC, MONITOR DE COCINA, QUIOSCO O TPV CON PANTALLA DE GRAN FORMATO.

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.





P.C.MIRA

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com

IDENTIFICACIÓN AUTOMÁTICA

HPRT



> **SL-32**

- > Modelo básico.
- > Térmica. 80mm.
- > USB+RED/USB+BT.
- > TSPL.



> **SL-42**

- > Etiquetas transporte.
- > Térmica. 118mm.
- > USB.
- > TSPL.



> **HD-200**

- > Modelo económico.
- > Térmica. 118mm.
- > USB + RED.
- > DPL, TSPL, ZPL-II.



> **HT-600/800**

- > Rendimiento medio.
- > Transferencia. 118mm.
- > USB + COM + RED.
- > TSPL, ZPL, DPL, EPL.



> **APOLLO/PRO**

- > Rendimiento alto.
- > Transferencia. 118mm.
- > USB + COM + RED.
- > TSPL, DPL, EPL, ZPL.



> **BRAVO/BRAVOL**

- > Industrial.
- > Transferencia. 120mm.
- > 2xUSB + COM + RED.
- > TSPL, ZPL, DPL, EPL.



> **N130/N130BT**

- > Lector 1D/2D/QR.
- > Pistola con gatillo.
- > Versión USB.
- > Versión Bluetooth con cuna de carga.



> **P200**

- > Lector 1D/2D/QR.
- > Sobremesa con botón.
- > Conexión USB.
- > Lectura en etiquetas y pantallas.



P.C.MIRA

Tel: 93.410.63.63

comercial@pcmira.com

www.pcmira.com

IMPRESORAS DE TICKETS

HPRT



> TP-80N-M

- > Modelo básico y económico.
- > USB + RED.
- > USB + WiFi + BT.



> TP-805/805L

- > Modelo standard.
- > USB + COM + RED.
- > Opción: WIFI o BT.



> TP-808

- > Modelo tipo cubo.
- > Negra.
- > USB + COM + RED + BT + WIFI.



> TP-809

- > Salida frontal.
- > Blanca o Negra.
- > USB + COM + RED.



> KP-806

- > Impresora cocina.
- > USB + RED.
- > Protegida.



> HM200/HM300

- > Portátil con batería.
- > 57mm o 80mm.
- > Bluetooth.

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 BÁSICOS CON SOFTWARE PARA VERI*FACTU



> IMIN SWIFT-2 2+16GB NFC 57mm

- > Pantalla táctil 6,5". Impresora 57mm.
- > Con batería, slot para SIM 4G.
- > PASARELA DE PAGO INTEGRADA FACTORYPAY.
- > Precio del pack: PVD: 230,00 € + IVA. PVP: 330,00 € + IVA.
- > Renovación anual: PVD: 30,00 € + IVA. PVP: 60,00 € + IVA.



> IMIN M2-MAX 57mm.

- > Pantalla táctil 8". Impresora 57mm.
- > Con batería, slot para SIM 4G.
- > Precio del pack: PVD: 290,00 € + IVA. PVP: 390,00 € + IVA.
- > Renovación anual: PVD: 30,00 € + IVA. PVP: 60,00 € + IVA.



> IMIN FALCON1 80mm.

- > Pantalla táctil 10". Impresora 80mm.
- > Visor trasero de 2.4".
- > Precio del pack: PVD: 380,00 € + IVA. PVP: 495,00 € + IVA.
- > Renovación anual: PVD: 30,00 € + IVA. PVP: 60,00 € + IVA.

INCLUYEN LICENCIA ANUAL APTA PARA VERIFACTU Y TICKET BAI
INCLUYEN UN SOFTWARE BÁSICO DE VENTA, ESTADÍSTICAS DE VENTA, UNA PLATAFORMA DE CONFIGURACIÓN CLOUD Y EL MÓDULO DE ENLACE FISCAL EN LA NUBE.
PERMITEN LA AMPLIACIÓN DE FUNCIONALIDAD Y ENLACE A OTROS MÓDULOS DE SOFTWARE.

DISPONIBLES PERIFÉRICOS DE BAJO COSTE PARA VENDER EN PACK:
CAJÓN PEQUEÑO Y GRANDE, SCANNER DE PISTOLA Y MESA, SAI ...

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 BÁSICOS CON SOFTWARE PARA VERI*FACTU



> **SAM4S ZETA-A50**

- > Pantalla táctil 5". Impresora 57mm. Teclado configurable.
- > Visor trasero de 1 línea. Estética de caja registradora.

> Precio del pack: **PVD: 299,40 € + IVA. PVP: 399,40 € + IVA.**
> Renovación anual: **PVD: 30,00 € + IVA. PVP: 60,00 € + IVA.**



> **SUNMI D3mini 57mm.**

- > Pantalla táctil 10". Impresora 57mm.
- > Visor trasero de 1 línea. Cámara y NFC.

> Precio del pack: **PVD: 299,40 € + IVA. PVP: 399,40 € + IVA.**
> Con batería y 4G: **PVD: 329,00 € + IVA. PVP: 429,00 € + IVA.**
> Renovación anual: **PVD: 30,00 € + IVA. PVP: 60,00 € + IVA.**



> **SUNMI D3mini 80mm.**

- > Pantalla táctil 10". Impresora 57mm.
- > Monitor trasero de 4". Cámara y NFC.

> Precio del pack: **PVD: 380,00 € + IVA. PVP: 495,00 € + IVA.**
> Renovación anual: **PVD: 30,00 € + IVA. PVP: 60,00 € + IVA.**

INCLUYEN LICENCIA ANUAL APTA PARA VERIFACTU Y TICKET BAI

INCLUYEN UN SOFTWARE BÁSICO DE VENTA, ESTADÍSTICAS DE VENTA, UNA PLATAFORMA DE CONFIGURACIÓN CLOUD Y EL MÓDULO DE ENLACE FISCAL EN LA NUBE.
PERMITEN LA AMPLIACIÓN DE FUNCIONALIDAD Y ENLACE A OTROS MÓDULOS DE SOFTWARE.

DISPONIBLES PERIFÉRICOS DE BAJO COSTE PARA VENDER EN PACK:

CAJÓN PEQUEÑO Y GRANDE, SCANNER DE PISTOLA Y MESA, SAI ...

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.





Soluciones integrales. Soporte global. Siempre cerca.

Conectando experiencia y capacidad para proteger tu negocio, estés donde estés.



Exclusive Global Solutions

-  +1.800 profesionales técnicos, incluyendo 600 ingenieros y 1.200 especialistas en ventas técnicas certificados
-  Presencia local en más de 150 países
-  Enfoque equilibrado: 1 técnico por cada 2 comerciales
-  Red global de más de 10.000 ingenieros de confianza
-  Centros logísticos en puntos estratégicos
-  Formación en las principales tecnologías de ciberseguridad de nuestro portfolio

¡Descubre todo sobre nuestras formaciones!

