

Especial

Negocios

en informática

Ta
editorial

Suplemento al N° 266 de

Newsbook

Especial verticales



**La tecnología, motor del
cambio en la industria**

Etiquetado, nivel experto. Y máster en resistencia

Nuevas impresoras de etiquetas profesionales
de Transferencia Térmica TD-4T

3

AÑOS DE
GARANTÍA



FLEXIBILIDAD



ETIQUETAS
4 PULGADAS



FÁCIL
INTEGRACIÓN



CONSUMIBLES MÁS
RESISTENTES

brother.es



ESS WORLDWIDE WPX

402-12 WSI 3.30.00 P90-1411*

BROTHER IBERIA, S.L.U.
TD BROTHER
C/JULIÁN CARAMILLO, 57
28037, MADRID
España

Origen:

MAD

Tfno. de contacto: 91 655 75 70

Tfno. de
contacto: 81 528000060

BROTHER INDUSTRIES LTD
TD BROTHER JAPAN
RECEPCIÓN DE COMPRA
1 F No. 5 FACTORY, 1-1-1 KAWASAGISHI
MIZUHO-KU
467-8562 NAGOYA
Japón

B200 JP-NGO-NGC

C

Día Hora

Ref: P. ORDER: IMP-8XXX/8000/XX
78

Peso: 12 Kgs
Bulto: 1/1

Contenido: impresoras de etiquetas y accesorios



WAYBILL 42 0000 8201



(2L) JP4008562+48000001



Nuevas oportunidades de negocio

La tecnología está impulsando la transformación digital de las empresas en todos los sectores y en los ámbitos vinculados a la gestión del almacén, la logística y el transporte está suponiendo una revolución, ya que está permitiendo que se agilicen los procesos y se mejore la productividad.

Las empresas de estos sectores se han dado cuenta de que invertir en tecnología es la mejor vía para ganar en "inteligencia" y prepararse para competir en un mercado en el que el consumidor exige rapidez y un servicio excelente. Los últimos estudios confirman que las empresas en EMEA han avanzado en su digitalización y que siguen incorporando nuevas soluciones y tecnologías.



Esta tendencia está propiciando que los proveedores especialicen su oferta para atender estas necesidades con productos tanto de hardware como de software específicos, lo que está generando nuevas oportunidades de negocio a todos los integrantes del canal de distribución.

Para poder aprovechar esta oportunidad, los distribuidores tienen que mejorar su formación y especialización para convertirse en una extensión de los fabricantes y ser un asesor para sus clientes.

Si se preparan y atienden estas necesidades pueden impulsar su negocio y, a la vez, que mejoran su rentabilidad pueden acelerar la transformación de estas empresas para que estén preparadas para afrontar los nuevos retos que presenta el mercado para avanzar en la economía circular.

Reportaje

Las empresas europeas siguen invirtiendo para ser más inteligentes



[Ver reportaje completo](#)



Listado de anunciantes

AHORA Pág. 10 y 11

Brother Pág. 2 y 8

Sage Pág. 16 y 17

Samsung Pág. 9

TeamViewer Pág. 14 y 15

Zebra Pág. 12 y 13

Newsbook

Síguenos en: @newsbook_tai

DIRECTORA

Marilés de Pedro • mariles@taieditorial.es

REDACCIÓN Y COLABORADORES

Rosa Martín • rmartin@taieditorial.es
Inma Elizalde • inma@taieditorial.es

PUBLICIDAD

David Rico • david@taieditorial.es
Nuria Díaz • nuria@taieditorial.es

PRODUCCIÓN

Marta Arias • marta@taieditorial.es

EDITA

T.A.I. Editorial, S.A.

(Técnicos Asesores Informáticos Editorial, S.A.)
www.taieditorial.es



Avda. Fuencarral, 68
28108 ALCOBENDAS (Madrid)
tel. +34 91 661 61 02
e-mail: correo@taieditorial.es

MIEMBRO DE



OTRAS PUBLICACIONES



DISTRIBUCIÓN

Publistad Publicidad Directa, S.A.

C/ Fundidores, 53 (Pol. Ind. Los Angeles)
28906 Getafe – Madrid
Telf. 91 683 76 92

DEPÓSITO LEGAL

M-20480-2002

ISSN

1696-6147

Impreso en
papel ecológico



QUEDA PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DE LOS ORIGINALES DE ESTA PUBLICACIÓN SIN AUTORIZACIÓN POR ESCRITO. NO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE LAS OPINIONES EMITIDAS POR NUESTROS COLABORADORES Y ANUNCIANTES.

No está permitida su reproducción o distribución sin la autorización expresa de Técnicos y Asociados Informáticos Editorial, S.A. Le informamos que sus datos personales y dirección de correo electrónico serán tratados por Técnicos y Asociados Informáticos Editorial, S.A., como responsables del tratamiento, con la finalidad de llevar a cabo una gestión de carácter comercial, y para el envío de nuestra publicación y también de comunicaciones comerciales sobre nuestros productos y servicios, así como de terceros que consideramos puedan resultar de su interés. Los datos serán cedidos a Tu web soluciones, compañía de posicionamiento y análisis, S.L.V y Cia. para la Empresa Servimedios S.L., empresas colaboradoras del responsable que tratarán los datos con las mismas finalidades. Siendo conservados mientras no manifieste su oposición a seguir recibiendo el servicio solicitado. Puede usted ejercer los derechos de acceso, rectificación o supresión de sus datos, dirigiéndose a arco@taieditorial.es para más información al respecto, puede consultar nuestra Política de Privacidad en https://taieditorial.es/politica/

Especial verticales

Las empresas europeas siguen invirtiendo para ser más inteligentes

Las nuevas tecnologías siguen acelerando los cambios en los entornos verticales y están generando además nuevas oportunidades para el canal de distribución. El software sigue siendo el motor de los negocios y combinado con las soluciones de hardware como las impresoras de etiquetas, los terminales portátiles y los dispositivos robustos como las tabletas, que aseguran la movilidad de los empleados, está transformando la operativa en los almacenes y en los sectores de la logística y el transporte.



Las empresas están trabajando para ser más "inteligentes" y mejorar sus procesos. El último estudio "Intelligent Enterprise Index", publicado por Zebra Technologies, confirma que el 61 % de las empresas de todo el mundo están dando pasos para ganar en inteligencia. Este porcentaje contrasta con el 49 % alcanzado en 2018.

De este índice, que se elabora a partir de 11 criterios entre los que se encuentran la visión y adopción de Internet de las cosas, la ges-

tión de los datos o su análisis, se desprende que las cadenas de distribución minorista por la presión que experimentan para mejorar la atención a los consumidores han escalado posiciones hasta situarse en los primeros puestos del ranking solo por detrás de las empresas del sector de la salud.

El número de empresas que se pueden calificar como "verdaderamente inteligentes", que son aquellas que han alcanzado un mínimo de 75 puntos en el índice, se ha incremen-

tado en el último año. El 17 % de las empresas con 250 empleados se ha situado en esta categoría este año, frente al 11 % que lo hizo en 2018. Y el 37 % de las empresas más pequeñas, entre 50 y 249 empleados, ha alcanzado esta denominación, lo que indica que las empresas de menor tamaño están invirtiendo en nuevas tecnologías como IoT para avanzar en su digitalización.

El informe también detalla que las empresas en la región de EMEA han ascendido 9 puntos en este índice en solo un año.

Hardware

En este camino para lograr incrementar la eficiencia en sus procesos y convertirse en una empresa inteligente, las empresas siguen contando con soluciones tanto de hardware como de software para diseñar sus estrategias de digitalización.

Zebra, que cuenta con más de 4.400 patentes, pone a disposición de las empresas de los sectores de la distribución y logística una amplia gama de productos que comprenden desde dispositivos móviles a escáneres de códigos de barras y soluciones con tecnologías RFID, impresoras, etc. Su intención es que sus productos permitan "mejorar la experiencia de compra de los clientes, localizar y administrar el stock de productos o mejorar la eficiencia de la cadena de suministro", según detalla Ignacio Ruiz, *sales engineer manager* para Iberia, Grecia y África de Zebra Technologies.

A la hora de diseñar y lanzar un nuevo producto, tiene en cuenta las necesidades de los clientes para ofrecerle las características que más se ajusten a su actividad. El nuevo modelo de ordenador portátil de la serie MC9000 ejemplifica esta línea de trabajo. "Se trata de un ordenador móvil táctil que ofrece soluciones avanzadas de captura de

datos y está diseñado para funcionar en los entornos más exigentes. Actualmente ya hay más de tres millones de ellos en uso y agilizan los procesos de almacenes y plantas de fabricación en todo el mundo", comenta Ruiz.

En el terreno de la impresión también está creciendo las ventas de impresoras de etiquetas que pueden utilizarse en diversos entornos y que están en auge debido a la explosión del comercio electrónico, que ha impulsado el etiquetado de los paquetes, y a las necesidades de otros sectores como el alimentario o el sanitario.

Este incremento está avalado por los datos del mercado medidos por distintas consultoras. Context señalaba en un informe publicado a finales de 2018 que el mercado de impresoras de etiquetas, códigos de barras y tiques es el que más está creciendo dentro del apartado de impresión de documentos en Europa Occidental.

La firma VDC pronosticaba también un incremento del 8 % del mercado de impresoras de etiquetas y códigos de barras en nuestro país —según los datos publicados en 2018—.

Este auge ha hecho que empresas especializadas en impresión como Brother den un paso más para mejorar su oferta y amplíen su catálogo de impresoras de sobremesa con nuevos modelos de tecnología de impresión térmica directa y de transferencia térmica.

José Ramón Sanz, responsable de marketing de producto de Brother, explica que con los últimos lanzamientos dan "cabida a impresoras más rápidas, más conectables, que permiten reducir el coste total de propiedad del cliente".

Otro aliado de las empresas en el ámbito de la movilidad es Samsung, ya que ha trasladado su especialización en este apartado al

Especial verticales

ámbito empresarial con sus dispositivos robustos o "rugerizados".

La demanda de estos dispositivos ha crecido en los últimos años y ahora su propuesta se centra en la nueva Galaxy Tab Pro. Francisco Romero, *B2B product marketing* de Samsung, explica que este tipo de herramientas "juegan un papel muy importante, ya que permiten a las empresas digitalizar procesos que hasta ahora se hacían manualmente, principalmente en papel. Esta transformación implica una mejora en la productividad y una mayor eficiencia a todos los niveles, consiguiendo una reducción de costes, una mayor inmediatez en las tareas y una mayor colaboración entre los trabajadores".

Software

En el plano del software, los proveedores están mejorando su catálogo para ayudar a las empresas a gestionar mejor sus negocios y a avanzar en sus procesos de transformación digital. El "Estudio sobre la satisfacción en la implantación de soluciones de software en España 2019", elaborado SoftDoit, registra que el 59,5 % de las empresas españolas señala que el software que tiene instalado

cubre sus necesidades. Sin embargo, un 13,5 % considera que las funciones que le ofrece su software se quedan cortas o no se ajustan a lo que necesitaban y el 21,6 % comenta que le sobran funcionalidades.

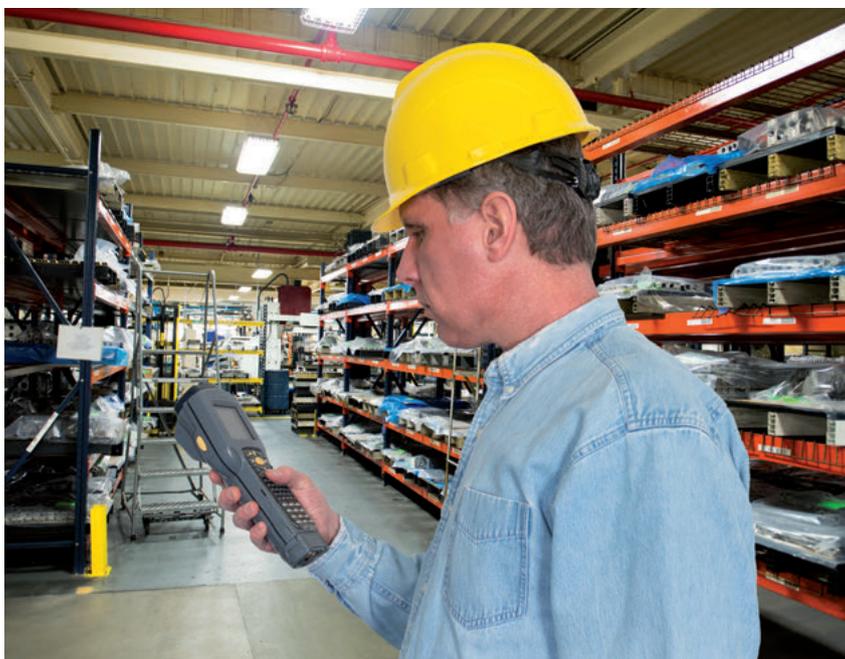
El tipo de software más demandado es el ERP (48,6 %), seguido del CRM (18,9%) y de los sistemas TPV (10,8 %). Además, el 59,5 % tiene el software alojado en la nube.

En este contexto, los especialistas en software están adaptando su propuesta para responder a la demanda de los distintos entornos verticales y al auge de las soluciones en la nube. "El mercado del software está en una transición interesante e intensa al *cloud*" apunta Grasas, de Sage, aunque "su adopción está condicionada por la amortización de sus soluciones tipo ERP actuales y las complejidades de la gestión del cambio". Ignacio Herrero, director general de AHORA, confirma que "el futuro es la nube, aunque el presente señala que, los clientes, en función del sector, tamaño de compañía y tipo de solución o aplicación, van adoptando este modelo a diferentes velocidades".

Al mismo tiempo, los fabricantes de software están añadiendo módulos y colaborando con la red ISV para adecuar sus soluciones a los distintos segmentos verticales. "El ERP juega un papel importante. Es el hub de la gestión y los ISVs nos cubren esos nichos de gestión muy especializada. La unión hace la fuerza, y el cliente final pide soluciones completas", confirma el portavoz de Sage.

Este fabricante también está mejorando su solución Sage 200cloud y está trabando para integrar otras soluciones como Office 365 con Sage Contact.

Uno de los focos estratégicos de AHORA es su herramienta Flexygo, que se enmarca dentro de sus herramientas LowCode. "Está orientada al desarrollo a medida de solucio-



Especial verticales

nes y productos personalizados en entorno web y móvil, con una altísima productividad. Está totalmente enfocado al desarrollo ágil, alineado con filosofía DevOps y permite a los usuarios olvidarse de la evolución tecnológica ya que está en constante actualización", comenta Herrero.

TeamViewer es otro proveedor que está poniendo a disposición de las empresas su software de monitorización en remoto que puede utilizarse en distintos segmentos y es una herramienta que agiliza el trabajo de los usuarios. "Las empresas son conscientes de la necesidad de evolucionar digitalmente, y eso conlleva que deben ser capaces de monitorizar más situaciones IT", destaca Alberto Fernández, *channel business development manager* en Iberia.

Una de sus soluciones es TeamViewer Pilot que puede utilizarse con *smart glasses* y que lleva las características de la realidad aumentada a distintas industrias. Entre sus ventajas está la capacidad "para solucionar problemas de forma eficiente y segura, controlando los costes que suponen muchas veces las visitas de campo que con esta tecnología pueden evitarse", resalta Fernández.

Canal

Todos los proveedores coinciden en señalar que el canal de distribución tiene una buena oportunidad de negocio en el impulso de la digitalización de los mercados verticales. En todas las estrategias de los fabricantes el canal juega un papel clave y son su extensión para llevar estas novedades al mercado.

Brother concibe sus últimos lanzamientos de impresoras de etiquetas como una nueva "arma" que entrega a sus *resellers* para ayudarles a competir en el mercado. Su intención es que "los distribuidores crezcan y que vayan ampliando sus oportunidades de ne-



gocio más allá de la impresión convencional", recalca Sanz.

Para TeamViewer el canal es una de sus prioridades en este momento. "Nuestro canal es la pieza instrumental para dar a conocer todas nuestras soluciones a todo tipo de clientes", explica Fernández.

Romero, de Samsung, resalta que su importancia también radica en la labor de divulgación de la tecnología y el asesoramiento que prestan de las soluciones; mientras que el responsable de Zebra subraya que trabaja con sus distribuidores para seguir llevando soluciones integrales a las empresas.

El trabajo conjunto con sus socios también forma parte de la estrategia de Sage y de AHORA. Grasas, de Sage, comenta que en estos momentos una de las acciones que desarrolla con sus socios es el análisis de sus conocimiento sectorial y vertical para estandarizarlo y generar propuestas comerciales. El foco de AHORA con sus socios del canal ha sido constante desde el principio de su actividad. Herrero sostiene que es la mejor garantía para sus clientes su red de "más de 60 *partners* certificados y homologados, alineados con un modelo colaborativo, para ofrecer la mejor solución".

Las impresoras de etiquetas generan nuevas oportunidades de negocio al canal de Brother

Brother está impulsando el negocio de sus distribuidores con sus nuevas impresoras de etiquetas de sobremesa de 4". En junio lanzó la primera gama de impresoras con tecnología térmica directa y ahora acaba de lanzar una serie con tecnología de transferencia térmica. Su objetivo es satisfacer las necesidades de etiquetado de las empresas del sector de la logística, sanidad y *retail*, y a la vez, fomentar el crecimiento de sus socios del canal, según indica José Ramón Sanz, responsable de marketing de producto de Brother.

Brother está haciendo un foco especial por este segmento este año. ¿Por qué están impulsando su presencia en este ámbito?

Brother ofrece, desde hace muchos años, soluciones de etiquetado, para clientes que necesitaban un volumen de impresión pequeño o un tipo de soporte específico. A través de los estudios de mercado y de la información aportada por los distribuidores y los clientes finales, detectamos que la demanda de este tipo de productos iba aumentando y, por tanto, hemos estado trabajando en el lanzamiento de productos nuevos.

¿Qué novedades han lanzado para satisfacer estas necesidades?

Hemos lanzado impresoras de etiquetas de sobremesa con las dos tecnologías disponibles: impresoras con tecnología de impresión térmica directa y de transferencia térmica.

¿Qué ventajas aportan las impresoras de Brother?

Para aportar más versatilidad una impresora de transferencia térmica también puede ser térmica directa. Hay ocasiones que una empresa puede optar por tener todas las máquinas iguales con las dos tecnologías y luego utilizarlas en función del puesto. Para un usuario final la tecnología térmica directa es más sencilla de utilizar y solo hay que cambiar el rollo de papel al agotarse. En la impresora de transferencia térmica, la persona que opera con la máquina tiene que tener habilidad a la hora de, no solo cambiar papel, sino también el *ribbon*.

Ahora acaban de lanzar la nueva serie la TD-4D. ¿Qué supone para la compañía



José Ramón Sanz, responsable de marketing de producto de **Brother**

esta nueva serie y qué características diferenciales ofrece?

Supone completar el lanzamiento de las impresoras de sobremesa de 4". En junio lanzamos la serie de tecnología térmica directa y acabamos de lanzar la serie de transferencia térmica.

Brother ofrece, en primer lugar, dos resoluciones de impresión. La más habitual en este mundo del etiquetado que son los 200 ppp y también los 300 ppp para aquellos usos en los que la precisión de la impresión debe ser mayor. Las dos familias ofrecen varias opciones de conectividad —conexión en red, *wifi* o Bluetooth— y de manejo de papel.

¿Qué supone para su canal esta nueva línea de impresoras?

Primero eliminar barreras. El producto está disponible en el canal mayorista y cualquier distri-

buidor puede acceder a este producto. Y si sabe operar con un producto de Brother no tienen ninguna barrera a nivel tecnológico; aunque lo más importante es que los distribuidores crezcan con nosotros y que amplíen sus oportunidades de negocio más allá de la impresión convencional.

¿Cómo van a posicionar esta nueva serie y qué tipo de acciones van a desarrollar para darla a conocer?

Vamos a buscar nuestro espacio y que el canal nos reconozca para que a la hora de preparar ofertas u acciones con sus clientes, Brother sea una de las opciones que incorporen. En la parte de acciones, además de las promocionales habituales, vamos a proveerles de contenido del uso habitual en cada sector con impresoras de etiquetas.

“Galaxy Tab Active Pro es el mejor aliado para la productividad”

Samsung está apostando por los dispositivos robustos para aplicaciones en distintos sectores desde 2015. Ahora acaba de lanzar el nuevo modelo Galaxy Tab Active Pro, una nueva tableta que está optimizada para cualquier trabajo de campo y mejora la productividad. Francisco Romero, *B2B product marketing* de Samsung, indica que la intención de la compañía es que esta categoría de dispositivos vaya ganando peso dentro de la división empresarial de la compañía.

En este momento, ¿cómo se encuentra el mercado español de dispositivos robustos o ruggedizados?

Nos encontramos ante un mercado en evolución, con crecimiento de doble dígito respecto al año pasado. Según los analistas, se espera que esta tendencia positiva continúe en los próximos años 3 o 4 años. Hay que tener en cuenta que —a diferencia del mercado de consumo— la penetración de la movilidad en las empresas es menor y se produce de forma más progresiva.

Dentro de su oferta, ¿cómo ha evolucionado la demanda de este tipo de dispositivos? ¿Qué peso tienen estos dispositivos en su volumen de negocio?

Lanzamos nuestro primer *smartphone* ruggedizado en 2015 y la primera tablet un año más tarde. Estos modelos se han ido actualizando y mejorando con nuevas versiones más avanzadas, y en este momento ampliamos nuestro catálogo con la introducción de Galaxy Tab Active Pro. Estimamos que la categoría de dispositivos ruggedizados gane protagonismo dentro de la división empresarial de Samsung, sobre todo en 2020 con la incorporación de nuevos modelos y un mayor nivel de inversión.

¿Qué papel está jugando los dispositivos móviles robustos en el proceso de transformación digital de las empresas de los segmentos verticales como el de retail o el logístico?

Son herramientas que juegan un papel muy importante, ya que permiten a las empresas digitalizar procesos que hasta ahora se hacían manualmente, principalmente en papel. Esta transformación implica una mejora en la productividad y una mayor eficiencia a todos los niveles, consiguiendo una reducción de costes,



Francisco Romero, *B2B product marketing* de Samsung

una mayor inmediatez en las tareas y una mayor colaboración entre los trabajadores, por poner algunos ejemplos.

En el sector *retail* algunos de nuestros modelos pueden emplearse como terminal de pago en un punto de venta (mPOS) y en el sector de logística se puede realizar un control de inventario en tiempo real, gestionar pedidos o realizar entregas mediante una firma electrónica en el dispositivo.

Acaban de presentar la tableta Galaxy Tab Active Pro, ¿qué características diferenciales ofrece?

Galaxy Tab Active Pro amplía la gama de dispositivos ruggedizados que actualmente ofrecemos a las empresas, entre los que encontramos un *smartphone* de 5" (Xcover4S) y una tableta de 8" (Tab Active2). Las principales características de Tab Active Pro son la robustez, con certificación para caídas desde 1,2 metros, y la protección IP68 para polvo y agua. Además, es el mejor aliado para la productividad, con una pantalla de 10" y un Spen para tomar notas, dibujar bocetos con precisión o firmar documentos. Galaxy Tab Active Pro también es

compatible con Samsung DEX para trabajar como si fuera un PC, conectados a un monitor y un teclado en la oficina. También ofrece soluciones de realidad aumentada como Google AR Core para uso industrial gracias a su giroscopio y sensor geomagnético. Por último, la seguridad y la gestión de los dispositivos está garantizada con la plataforma Samsung Knox y a la autenticación biométrica.

¿Qué necesidades viene a cubrir esta tableta?

Galaxy Tab Active Pro está optimizada para cualquier trabajo de campo, incluso bajo condiciones ambientales extremas.

¿Cuáles son los sectores para los que está diseñada?

Es un dispositivo versátil que tiene cabida en todos los sectores y entornos por su solidez y elementos como el Spen. Destacaría sectores como el de distribución y logística, *retail* y las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado en el ámbito público.

¿Qué papel desempeña su red de distribución a la hora de comercializar este dispositivo?

El canal juega un papel primordial en este sentido, ya que son una parte imprescindible en la cadena de suministro, no sólo en la venta del dispositivo como tal, sino también en la divulgación y el asesoramiento de las soluciones que ofrecemos.

¿Qué objetivos se han propuesto alcanzar con este producto?

Pretendemos que esta categoría específica adquiera mayor relevancia y contribución en los resultados de la división empresarial de Samsung de cara al año que viene.

“Mantenemos nuestra apuesta por avanzar en las experiencias sectoriales”

AHORA cuenta con una oferta diseñada para facilitar la gestión de distintos tipos de empresas y sectores. Su estrategia se asienta en la dualidad de su producto ERP y del servicio a través de su herramienta Flexygo. Esta combinación y el trabajo de su red de *partners* son su mejor “arma” para escalar posiciones en el mercado del software, según avanza Ignacio Herrero, director general de AHORA.

A su juicio, ¿cómo se encuentra el mercado del software en este momento?

Nos encontramos en un punto donde convergen diferentes situaciones históricas que desembocarán en una nueva realidad. Fabricantes con aplicaciones obsoletas sin posibilidad de evolución, otros que están renovando productos a muy diferentes ritmos y nuevas visiones sobre los sistemas de información. Es un mercado que pide agilidad, retornos acelerados y alejarse de aplicaciones monolíticas.

¿Están optando las empresas por la modalidad del software en la nube? ¿Se está avanzando en la migración a este modelo?

Poco a poco se van consolidando distintas soluciones en la nube y los clientes pueden elegir entre un mayor número de opciones. El futuro es la nube, aunque el presente señala que los clientes, en función del sector, tamaño de compañía y tipo de solución o aplicación, van adoptando este modelo a diferentes velocidades.

¿Cuáles son las líneas principales de la estrategia actual de la compañía?

Nuestra estrategia pasa por convertirnos en un proveedor global desde cuatro puntos de vista. Primero, por segmentos, desde micropyme a gran empresa de la mano de AHORA One, AHORA Express y AHORA Enterprise, con una funcionalidad completa ofreciendo experiencias sectoriales y módulos de funcionalidad avanzada como SGA, CRM, MRP, TPV, etc.. Y por la obertura nacional con una red de distribución que asegura un servicio cercano y de calidad. Y, por último, con una doble visión de producto y servicio de la mano de AHORA y Flexygo, respectivamente.



Ignacio Herrero, director general de AHORA

Dentro de su oferta, ¿qué destacaría de ambos productos y qué beneficios aportan a los usuarios?

AHORA es una solución en el ámbito de aplicaciones ERP. Nuestro aspecto diferencial es que está diseñado de acuerdo a las diferentes necesidades de un autónomo o micropyme, o a las de una pequeña, mediana o gran empresa. La operativa, los procesos, la experiencia de usuario y el alcance funcional son muy diferentes y con AHORA One, AHORA Express y AHORA Enterprise ofrecemos una escalabilidad total. Por otra parte, Flexygo está enmarcado dentro de las herramientas LowCode y orientado al desarrollo a medida de soluciones y productos personalizados en entorno web y móvil. Está enfocado al desarrollo ágil, alineado con filosofía DevOps y permite a los usuarios olvidarse de la evolución tecnológica ya que está en constante actualización.

Dentro de su catálogo, ¿qué papel juegan las soluciones o experiencias sectoriales?

Las empresas demandan productividad, tiempos de implantación reducidos, orientación al usuario y modelos ágiles. La tecnología, la arquitectura y la funcionalidad tienen que ir orientados en este sentido. Por centrarme en la funcionalidad, desde hace mucho apostamos, en unión con nuestros Socios Certificados, por las experiencias sectoriales, llevando nuestras soluciones a sectores especializados como químico, textil, hortofrutícola, bodegas, distribución, logística, alquiler, instalación y mantenimiento o servicios en general, entre otros.

¿Qué papel están jugando su red partners a la hora de comercializar estas soluciones?

En AHORA decidimos desde el principio, apoyarnos en una potente red de Socios Certificados para ofrecer un servicio cercano y de calidad a los usuarios de nuestras aplicaciones. Esta es la mejor garantía para nuestros clientes: una potente fábrica de software que mantiene la evolución y mejora constante de las aplicaciones y más de 60 partners certificados y homologados, alineados con un modelo colaborativo, para ofrecer la mejor solución.

¿Qué objetivos y planes tienen para impulsar el desarrollo de este tipo de soluciones más específicas?

Durante los últimos 5 años hemos mantenido una inversión media en I+D, cercana al 14 % de nuestros ingresos, y así vamos a continuar durante los próximos ejercicios. Mantenemos nuestra apuesta por ofrecer nuestros productos en base a componentes funcionales integrables y en avanzar en las experiencias sectoriales.

PYMES

GRAN
EMPRESA

ahora

AUTÓNOMOS
Y MICROPYMES

SOFTWARE PARA TODOS

Sea cual sea el tamaño de tu empresa,
tenemos la solución que necesitas

Nuestras personas, la comunicación, la colaboración y la fuerza de nuestro Canal sustentan nuestro modelo completamente diferencial en el sector de la Gestión, Transformación Digital e Innovación para los Autónomos, Pymes y Grandes Compañías.



“Trabajamos para innovar en soluciones integrales”

Zebra mantiene el compromiso con la innovación y con su red de socios del canal. Esta combinación le permite tener un amplio catálogo de soluciones que cubren diferentes necesidades y áreas de negocio de empresas de diferentes entornos verticales, aunque se foco se encuentra en los sectores minorista, transporte y logística. Ignacio Ruiz, *sales engineer manager* para Iberia, Grecia y África de Zebra Technologies, explica la estrategia de la compañía y las oportunidades que su tecnología brinda a sus *partners*.

¿Cómo está el mercado hoy en día y qué segmentos presentan las mejores oportunidades de negocio?

El mercado cada vez es más exigente y está cada vez más preparado para adoptar muchas de estas nuevas tecnologías. De hecho, el estudio "Intelligent Enterprise Index 2019" elaborado recientemente por Zebra muestra que el ritmo de adopción del IoT se está acelerando entre las empresas españolas y europeas. Pensamos que con la actual presión de una economía bajo demanda, el sector minorista, de transporte y logística deberá continuar invirtiendo en IoT y movilidad para responder a las necesidades de sus clientes.

En este momento, ¿cuáles son las principales líneas de su estrategia de negocio?

Zebra es una compañía que apuesta constantemente por la innovación. Nuestras soluciones cubren diferentes áreas de negocio y necesidades de los clientes, desde dispositivos móviles, a escaneo de códigos de barras, tecnologías RFID, impresión, localización o detección de movimiento.

Una de las áreas de negocio prioritarias para la compañía es la que tiene que ver con el software y los servicios de datos. En particular, el conjunto de aplicaciones, herramientas de desarrollo y utilidades Zebra DNA o la plataforma de inteligencia de datos Savanna. En este sentido, hemos presentado recientemente Savanna Data Services, la base de una nueva serie de aplicaciones y soluciones de empresa que ayudan a transformar digitalmente la forma en la que las empresas impulsan el rendimiento para aumentar la productividad y la rentabilidad.

La oferta de Zebra es apta para varios sectores verticales, ¿cuáles son los entornos prioritarios para la empresa?



Ignacio Ruiz, *sales engineer manager* para Iberia, Grecia y África de **Zebra Technologies**

Los sectores minorista, de transporte y logística siguen siendo nuestro principales mercados verticales, aunque cada vez estamos creciendo más y dedicando más recursos a la adopción de tecnologías IoT y plataformas de datos del sector de la salud, así como sectores que vemos emergentes en el mundo de la movilidad y con necesidades de adopción de nuevas tecnologías.

Dentro de su catálogo actual, ¿qué productos son los más relevantes?

En Zebra, el proceso de diseño de cualquier producto tiene la ventaja de que se deriva de las necesidades y experiencias de los usuarios. El cliente está siempre en el centro, desde la planificación inicial hasta el lanzamiento y su producción.

Por ejemplo, una de nuestras líneas de productos más relevantes es la de los ordenadores móviles de la serie MC9000, cuya última versión es el MC9300. Se trata de un ordenador móvil táctil que ofrece soluciones avanzadas de captura de datos y está diseñado para funcionar en los entornos más exigentes.

La transición del sistema operativo Windows a Android es una de las tendencias crecientes. ¿Qué representa esta migración para Zebra y su red de distribución?

Zebra tiene una experiencia probada en productos corporativos basados en el sistema operativo de Google y cuenta con el más amplio portfolio de servicios Android en el mercado. Esto nos proporciona la capacidad para acompañar a las empresas de logística y transporte durante su migración a la plataforma Android. Hemos puesto foco en esta transición en los últimos años, intentando ayudar tanto con herramientas dentro de Mobility DNA como con soporte y formación local a nuestro ecosistema de socios tecnológicos y clientes locales.

¿Qué papel conceden a los servicios?

Nuestro soporte y servicios juegan un papel fundamental. Un ejemplo es nuestra inversión en software con Mobility DNA, una suite de herramientas de desarrollo de aplicaciones para usuario final que simplifican la gestión, refuerzan la seguridad y facilitan la migración desde dispositivos heredados. Cada dispositivo incluye soporte integrado hasta al menos las dos próximas generaciones de Android, del mismo modo que Zebra LifeGuard para Android amplía la vida útil de los dispositivos de la compañía basados en Android desde tres a cinco años.

¿Qué relación tienen con su canal de distribución?

Zebra tiene una red de más de 10.000 socios de PartnerConnect en todo el mundo. Junto con nuestros *partners*, trabajamos para innovar en soluciones integrales y adaptadas a la industria con el objetivo de trasladar ventaja competitiva a las empresas, y seguiremos haciéndolo.

El dispositivo móvil es el aliado perfecto para modernizar los almacenes

La finalización del soporte extendido de Microsoft en dispositivos móviles para Windows Embedded Handheld en enero de 2020 y para Windows Embedded Compact 7, un año más tarde, hace necesario que las empresas empiecen a planificar su estrategia de actualización de dispositivos. Esta interrupción del soporte técnico deja a los dispositivos móviles de Windows —que actualmente están todavía en uso en los almacenes— expuestos a posibles problemas de seguridad y limitan la capacidad de respuesta ante futuros problemas de software o conectividad.

A todo ello hay que añadir el inevitable deterioro en el rendimiento de un hardware cada vez más obsoleto y la pérdida de las potenciales mejoras que podríamos disfrutar si contáramos con dispositivos nuevos. Esta situación ha llevado a muchos responsables de almacenes a replantearse su estrategia y acelerar su apuesta por la automatización de las instalaciones. Según el estudio *Warehouse Vision 2024*, elaborado por Zebra, la creciente demanda de los consumidores por reducir los tiempos de entrega está teniendo un gran impacto en las operaciones de los almacenes. Así, el 46 %

de los encuestados señala este motivo como el principal impulsor de sus planes de crecimiento, el 86 % espera aumentar el volumen de sus envíos y el 82 % está invirtiendo en mejorar el proceso de devoluciones. Los datos del estudio también refuerzan la idea de que es fundamental invertir en proyectos de modernización de los almacenes. Curiosamente, el 70 % cree que la mano de obra seguirá interviniendo en los flujos de trabajo pero, paralelamente, el 80 % de los encuestados está considerando invertir en tecnología para mejorar su competitividad. La relación entre ambos datos radica en el gran número de profesionales (77 %) que afirma que la clave será mejorar el trabajo de su equipo humano a través de la tecnología y tres cuartas parte de ellos (70 %) está pensando hacerlo mediante la entrega de nuevos dispositivos móviles a sus trabajadores.

Es muy probable que todas estas tendencias tengan que ver con el comentado fin del soporte extendido para Windows Embedded Handheld y Embedded Compact 7, pero la realidad es que actualmente ya se ha generalizado la idea de que las nuevas tecnologías pueden aumentar la productividad. De hecho, el 43 % de quienes deben tomar decisiones cree que un sistema operativo moderno, como Android, puede mejorar



la eficiencia de sus empleados y el 39 % cree que les ayudará a adaptarse de forma más rápida a tareas complejas. Aunque los responsables de los almacenes entienden el potencial de las nuevas tecnologías, el 77 % de los encuestados admite también su lentitud a la hora de implementarlas. Por lo tanto, todos aquellos que estén pensando empezar a utilizar nuevos dispositivos móviles deberían tener en cuenta una serie de factores que sin duda harán que el proceso de modernización del almacén sea más sencillo. Por un lado, al hablar de la migración a Android, los clientes expresan a me-

nudo sus dudas sobre la necesidad de reescribir sus *apps*. Normalmente, sus antiguas *apps* con emuladores de terminal se han ido refinando durante años y siguen funcionando con los actuales flujos de trabajo de sus almacenes. Teniendo esto en cuenta, las empresas deberían tener acceso a soporte para emuladores y un mayor ciclo de vida para el soporte del dispositivo.

Por otro lado, los nuevos dispositivos móviles ofrecen una serie de claros beneficios. Por ejemplo, son más cómodos, ligeros y fáciles de utilizar, algo que responde a las necesidades del 88 % de los encuestados que identifica como prioridad la comodidad de los trabajadores. Además, se han mejorado prestaciones como el escaneo integrado de códigos de barras para acelerar y optimizar los flujos de trabajo mediante la captura de datos de forma más rápida, precisa y a primera vista, incluso en grandes distancias y con códigos de barras ilegibles. De cara al futuro, la mayor capacidad de los dispositivos móviles permitirá que puedan adaptarse fácilmente a futuras estrategias de empresa, como la introducción de las *apps* de *picking* guiadas por realidad aumentada.

Ignacio Ruiz,

Sales Engineer Manager para Iberia, Grecia y África de Zebra Technologies

“Nuestro canal es la pieza instrumental para dar a conocer nuestras soluciones”

TeamViewer ha abierto una nueva etapa en el mercado español este año con la apertura de una oficina en nuestro país y una renovada apuesta por el canal de distribución. Su propuesta para los mercados verticales se basa en su principal solución de soporte remoto, TeamViewer Core, TeamViewer lot y TeamViewer Pilot, según indica Alberto Fernández, *channel business development manager* Iberia.

¿Cómo se encuentra el mercado español para las soluciones de monitorización, colaboración y acceso remoto?

Estamos en un momento positivo. Las empresas son conscientes de la necesidad de evolucionar digitalmente, y eso conlleva que deben ser capaces de monitorizar más situaciones IT.

Este año han intensificado su actividad en España, ¿cómo está evolucionado su negocio?

Estamos creciendo. La apertura de la oficina en España y el incremento de nuestra presencia, sobre todo en el canal y la gran cuenta, nos están trayendo cada vez más negocio. Ahora somos capaces de presentar todas nuestras soluciones, que van mucho más allá del control remoto por el que todo el mundo nos conoce.

¿Qué estrategia general están siguiendo para afianzar su propuesta en el mercado?

Estamos incrementando nuestra presencia en el canal. Por un lado, pasando negocio desde la venta directa tradicional que se hacía desde Alemania hacia *partners*. Por otro, trabajando conjuntamente con ellos para desarrollar y profesionalizar nuestra estrategia de ventas. Además, ya estamos empezando a trabajar en la gran cuenta gracias a estos *partners*, con los que los procesos se aceleran.

TeamViewer tiene una oferta para resolver distintas necesidades en las empresas y en diferentes entornos. Una de sus soluciones Pilot permite la asistencia en remoto a través de la realidad aumentada. ¿Cuáles son las características diferenciales de esa solución?



Alberto Fernández, *channel business development manager* Iberia de **TeamViewer**

Como cualquier solución de TeamViewer, una de las principales características es la posibilidad de usarlo con cualquier dispositivo, desde terminales Android o IOS, a *smart glasses* o auriculares portátiles de los fabricantes líderes en la industria.

La posibilidad de añadir marcadores sobre el vídeo *streaming* usando nuestra tecnología, añadir texto, o pausar la imagen, potencia las capacidades para solucionar problemas de forma eficiente y segura, controlando los costes que suponen muchas veces las visitas de campo, que con esta tecnología pueden evitarse.

Pilot 2.0 puede utilizarse en combinación con las gafas inteligentes como las Epson Moverio o las de Vuzix. ¿Qué ventajas aportan al usuario su usuario la integración con estos dispositivos?

Claramente, más posibilidades. Nuestra implementación en el mercado con una tecnología

fácil de usar, y con una experiencia de usuario muy avanzada, posibilita a los usuarios tener más capacidad de elección. Si ya usan TeamViewer con cualquier otro dispositivo, pueden empezar a usarlo con *smart glasses* igual que lo hacían antes con el móvil. La consola de TeamViewer es la misma para todos nuestros programas.

Dentro de su oferta, ¿qué soluciones son las más demandadas para los entornos verticales de logística o gestión del almacén?

Nuestras soluciones más demandadas son TeamViewer lot, que permite el seguimiento de sensores RFID, TeamViewer Pilot y TeamViewer Core, nuestra solución principal de soporte remoto.

¿Qué papel está desempeñando su canal a la hora de comercializar estas soluciones?

Nuestro canal es la pieza instrumental para dar a conocer todas nuestras soluciones a todo tipo de clientes. La atomización que posee desde siempre, y el conocimiento que va adquiriendo de nuestras soluciones son claves para que podamos expandir los casos de uso de nuestra tecnología en todo el mercado.

De cara al próximo año, ¿qué objetivos esperan lograr en el mercado español?

La idea es aumentar el crecimiento que estamos obteniendo hasta ahora. El desembarco de TeamViewer con todas nuestras soluciones nos abre puertas, día a día, e incrementando nuestros *partners* y la formación que tienen sobre nuestros productos nos ayudará a establecer a TeamViewer como estándar aún más allá de lo que es hoy.

La realidad aumentada mejora la asistencia remota y la resolución de problemas

La evolución de la demanda del mercado y de las tecnologías está impulsando la necesidad de reinventarse y optimizar los procesos con herramientas como TeamViewer Pilot, que a través de la realidad aumentada, permite solucionar problemas *in situ* proporcionando asistencia remota a la plantilla y clientes mediante la detección de errores, la resolución de problemas, la configuración de productos y mucho más.

Con TeamViewer Pilot es posible conectarse a la imagen de la cámara de un dispositivo móvil y transmitirla a un ordenador en tiempo real mientras se mantiene una conversación mediante voz sobre IP y se interactúa con flechas en 3D que ayudan al usuario del dispositivo móvil a solucionar el problema dibujando y destacando en la pantalla objetos reales.

La aplicación también permite dibujar a mano alzada desde el dispositivo móvil, dando a usuarios y expertos otro formato visual para resaltar áreas específicas y comunicar instrucciones. Asimismo, incluye una opción de grabación de tutoriales que pueden ser guardados y compartidos para su uso posterior.

El usuario de la aplicación de Pilot en el teléfono o la tableta puede crear tutoriales en vídeo sin establecer una conexión remota. Al igual que en la versión de asistencia en remoto, en el modo tutorial también es posible introducir en el vídeo flechas en 3D que se adhieren a objetos reales. Una vez grabado el vídeo, puede doblarlo si lo desea, y posteriormente guardarlo o compartirlo directamente con otra persona.

“La plataforma de conectividad de TeamViewer permite a los clientes y usuarios ganar un valor económico significativo”

Beneficios

Mediante el soporte en tiempo real, un técnico puede completar una tarea más rápido. En todos los casos se consigue rebajar el tiempo de inactividad de la máquina y mejorar el tiempo de respuesta a los incidentes.



La guía visual es especialmente valiosa cuando el problema es demasiado difícil de explicar o cuando las instrucciones de audio son difíciles de escuchar. Muchas compañías con grandes servicios de campo se han dado cuenta de los grandes beneficios que proporciona la realidad aumentada mediante el uso de auriculares y gafas inteligentes, para el mantenimiento, reparación y capacitación en el lugar de trabajo.

Con TeamViewer Pilot, los expertos están disponibles desde cualquier lugar para guiar y educar a los empleados de campo cuando les surjan problemas. En este sentido, los expertos pueden conectarse y colaborar en cuestión de segundos, sin importar dónde se encuentre el empleado de campo, ya sea a través de auriculares y gafas inteligentes o simplemente utilizando un *smartphone* o una tableta.

La plataforma de conectividad de TeamViewer permite a los clientes y usuarios ganar un valor económico significativo, ya que les permite desarrollar nuevos modelos de negocio, aumentar la eficiencia de los procesos, reducir o sustituir la presencia *in situ* y la intervención manual, mejorar la calidad de los productos y servicios y promover la conectividad y la colaboración.

Alberto Fernández,
channel business development manager Iberia de TeamViewer

“Sage 200cloud es un producto en constante evolución”

Sage sigue apostando por ofrecer soluciones que ayuden a mejorar la competitividad de las empresas. Su solución Sage200cloud sigue siendo prioritaria para la compañía, ya que permite satisfacer las principales necesidades de las empresas, aunque para completar su propuesta integra también soluciones de *partners* e ISV. Este año también está impulsando las soluciones para distintos entornos verticales y trabajando para fomentar la movilidad de los usuarios, según indica Carles Grasas, *product marketing manager* de Sage 200cloud.

¿Cómo se encuentra el mercado del software? ¿Este año se ha avanzado en la migración hacia el software en la nube?

El mercado del software está en una transición interesante e intensa al *cloud*. Una transición al ritmo de la demanda real del mercado, con un crecimiento moderado. Los clientes se focalizan en sus negocios, y si bien las bondades del *cloud* son ampliamente reconocidas, su adopción viene condicionada por la amortización de sus soluciones tipo ERP actuales y las complejidades de la gestión del cambio.

Sage Business Cloud es la respuesta de Sage a este entorno cambiante y demandante de propuestas en la nube.

En este momento, ¿cuál es la principal demanda de sus clientes tanto en general como en los diferentes entornos verticales?

La demanda de soluciones de gestión viene condicionada por la tipología del tejido empresarial de las pymes en España. Los tres grandes ámbitos económicos donde operamos son empresas comerciales en general, fabricación y basadas en proyectos.

En cuanto a la verticalización, empezamos desde hace más de año ofreciendo un *offering* y una propuesta de valor dirigida a los subsectores donde tenemos un importante *market share*. Y, en segundo lugar, nos enfocamos en nuevos subsectores con expectativas de crecimiento.

Estamos experimentando una mayor demanda en los subsectores basados en gestión de obras y mantenimientos, proyectos en general y en servicios.

¿Qué novedades de producto han introducido este año en su oferta para aten-



Carles Grasas, *product marketing manager* de Sage 200cloud

der las necesidades de estos segmentos verticales?

Sage 200cloud es un producto en constante evolución tanto funcionalmente como en todos los aspectos legales y de impuestos. Adicionalmente, hemos iniciado la primera fase de la integración con Office 365 con soluciones como Sage Contact, que permite el acceso a la información importante de los clientes desde cualquier lugar y dispositivo. Así mismo hemos potenciado el intercambio de información con OneDrive y las agendas de Outlook. Todo ello redundará en más productividad y movilidad para nuestros clientes.

También hemos incorporado soluciones ISV de movilidad relacionada con los usuarios finalistas, los que realizan trabajos y tareas propias de cada servicio o proyecto directamente en los clientes finales.

¿Qué ventajas y beneficios aportan estas nuevas soluciones a los usuarios?

Los clientes ven reflejadas sus necesidades reales en la gestión de su negocio. Encuentran una interlocución y un conjunto de soluciones basadas en el ERP y complementos que encajan con su ideal de software de gestión.

¿Qué papel están jugando los ISV para completar esta oferta?

Con las soluciones conectadas tipo ISV buscamos complementar y maximizar nuestra propuesta al mercado. El ERP juega un papel importante, es el *hub* de la gestión y se especializa en ello; y los ISVs nos cubren esos nichos de gestión muy especializada. La unión hace la fuerza, y el cliente final pide soluciones completas. Siguiendo este enfoque, estamos ampliando hacia diversos subsectores dentro de las "*facilities*" y distribuciones comerciales especializadas.

¿Qué tipo de acciones están desarrollando con su red de distribución para dar a conocer sus novedades?

Las acciones que realizamos con los distribuidores son informar y explicar el enfoque vertical del "*offering*" de Sage 200cloud; y analizar el conocimiento sectorial y vertical que disponen los *partners* para poder estandarizarlo. Además realizamos sesiones de seguimiento continuo y revisión de las propuestas; el diseño de campañas de marketing, generación de demandas, *edemos*, etc.

¿Qué objetivos se han marcado con estos nuevos productos?

Los objetivos son ofrecer a nuestros clientes soluciones de gestión que les permitan abordar los retos del proceso de digitalización, facilitarles el camino hacia el *cloud* al ritmo que ellos necesiten.

Sage 200cloud es la solución de gestión empresarial integral, fácilmente escalable, diseñada para resolver las necesidades más exigentes de las Pymes.

CONECTADOS AL CRECIMIENTO INTELIGENTE

Incluye RGPD Ready. Con la más avanzada tecnología, para hacerte más fácil el día a día.

sage

sage.es