

Especial

Negocios

en informática

Tai
editorial

Suplemento al Nº 281 de

Newsbook

Especial tecnología para el comercio



La tecnología, la mejor "arma" del comercio para impulsar su recuperación

En TPV... apuesta al rojo.

POSIFLEX
Terminales Punto de Venta

MÁS INFORMACIÓN EN PÁGINAS CENTRALES

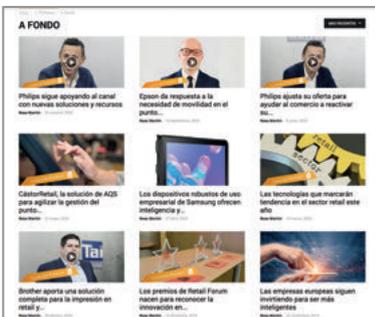
TPVnews.es ofrece información y análisis para las empresas y profesionales del canal **retail, Horeca y AIDC**



ESPECIALES SECTORIALES

Información sobre el mercado, las tendencias y la mejor selección de novedades

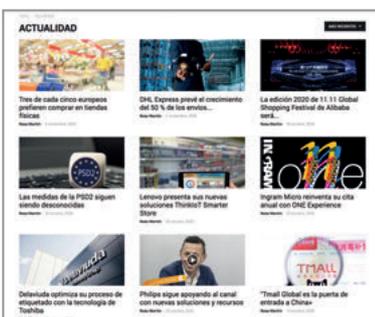
tpvnews.es/category/especiales



A FONDO

Reportajes en profundidad sobre la actualidad de los principales protagonistas del sector

tpvnews.es/category/tpvnews/a-fondo



ACTUALIDAD

Todas las novedades y las noticias más relevantes del mundo del TPV y el ámbito AIDC

tpvnews.es/category/actualidad



OPINIÓN

La tecnología, impulsora de la reactivación del comercio

El comercio ha sido uno de los sectores más afectados por los efectos de la pandemia de la covid-19. Los cierres, la caída del turismo y la contención del gasto de los compradores han impactado en su facturación y en el empleo. Al mismo tiempo, los consumidores han variado sus hábitos de compra optando por el comercio *online* y los pagos con tarjeta. En este contexto, los comercios que mejor han manejado la situación han sido los que ya habían avanzado en su digitalización y contaban con varios canales de venta. Por este motivo, la tecnología y la digitalización son más necesarias que nunca. Los minoristas tienen que llegar a sus clientes y la omnicanalidad ya es obligatoria. A la vez tienen que ofrecer una atención personalizada a los compradores para satisfacer sus necesidades. Todo esto no puede hacerse si no interviene la tecnología a través de soluciones de comercio electrónico, *big data* e inteligencia artificial, entre otras. Los clientes continuarán acudiendo a las tiendas físicas, aunque tampoco renunciarán a las compras *online*. Y los minoristas volverán a invertir porque la digitalización no puede parar para fidelizar a sus clientes, lo que abre nuevas oportunidades de negocio a los distribuidores que tendrán que ser la guía de las empresas del *retail* en este proceso.

PRÓXIMA

“Guía de la distribución especialista en TPV y AIDC 2021”

La cuarta edición de la “Guía de la distribución especialista en TPV y AIDC” analizará la evolución del canal de especialistas en el último año, cómo ha reorientado su actividad para satisfacer la demanda actual y afrontar los retos que presenta el mercado en esta nueva etapa en la que no se han superado todavía los efectos de la pandemia de la covid-19. La guía contendrá los resultados de la encuesta y un directorio segmentado con las fichas y los datos de contacto de cada empresa.



SUMARIO

REPORTAJE



Pág. 4

La digitalización, clave en la recuperación del comercio

TRIBUNA



Pág. 22

La digitalización en el retail español

LISTADO DE ANUNCIANTES

BDP Pág. 10 y 11

ELO Pág. 8 y 9

PARTNER TECH Pág. 20 y 21

PHILIPS Pág. 18 y 19

POSIFLEX Pág. 1, 12, 13, 14, 15 y 24

STAR Pág. 16 y 17

Newsbook

Síguenos en @newsbook_tai

DIRECTORA
Marilés de Pedro • mariles@taieditorial.es

REDACCIÓN Y COLABORADORES
Rosa Martín • rmartin@taieditorial.es
Nuria Elizalde • nuria@taieditorial.es
Olga Romero • olga@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 Asesores Informáticos Editorial, S.A. Le informamos que sus datos personales y dirección de correo electrónico serán tratados por Técnicos y Asesores 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. y a la Empresa Servimedía 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 correo@taieditorial.es para más información al respecto, puede consultar nuestra Política de Privacidad en https://taieditorial.es/politica/

La digitalización, clave en la recuperación del comercio

El sector del comercio ha sido uno de los más afectados por la pandemia de la covid-19. Durante el último año se ha tenido que enfrentar a los cierres, la caída de la facturación y la pérdida de empleo. Y, al mismo tiempo, ha tenido que acelerar su digitalización para seguir manteniendo su actividad. Este proceso de transformación digital deberá continuar para reactivar su negocio, satisfacer las nuevas necesidades de los clientes y asegurar su recuperación.



El año 2020 ha sido calificado como nefasto para el sector del comercio por los efectos de la pandemia de la covid-19, que han supuesto la caída de las ventas y la pérdida de puestos de trabajo. Según datos de ANGED (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución), desde el comienzo de la pandemia, el comercio minorista ha perdido más de 20.000 millones de facturación y destruido 59.000 puestos de trabajo, a los que se suman otros 100.155 empleados en situación de ERTE. Estas cifras le sitúan como uno de los sectores más dañados por la pandemia. Pedro Campo, presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC), resalta que “el comercio, junto a la hostelería y el turismo, han sido los sectores más afectados en términos de caída de facturación y puestos de trabajo”, aunque el directivo matiza que “el impacto ha sido desigual en función del subsector, tamaño y ubicación”.

Claves para la recuperación

La edición de primavera de Retail Forum, que se ha celebrado de manera virtual los días 22 y 23 de marzo, analizó a través de varios paneles y sesiones los retos actuales del sector. Una de las sesiones se dedicó a las claves para la recuperación. En este debate, moderado por José Ignacio Alarcón, director de ventas del sur de Europa de OpenBravo, participaron Alfonso Sebastián, vicepresidente de la Asociación Española de Retail (AER), José Luis Pérez, director de operaciones de Penteo, y Ana López, directora de *retail* en España de Value Retail.

Los especialistas señalaron que para impulsar la recuperación es muy importante asegurar la experiencia de compra para fidelizar al cliente. Al mismo tiempo comentaron que el *retail* físico sigue siendo importante y es un generador de emociones. Sebastián, de AER, subrayó que lo más importante ahora es “estar más cerca del cliente”. A su juicio, hay que utilizar todos los canales para llegar a él.

Pérez, de Penteo, destacó que los minoristas tienen que adoptar tecnologías para ser más ágiles y que se puedan adaptar a los cambios del mercado. En este sentido, lo ideal es que puedan realizar operaciones omnicanal y agilizar todos los procesos. Al mismo tiempo, la analítica cobra especial importancia para conocer mejor al cliente con el fin de ajustar mejor la oferta y el inventario, aunque para el directivo lo que no debe faltar es la tecnología en la nube por todas las ventajas que proporciona.

Los expertos comentaron que es necesario una buena integración de los canales para proporcionar una experiencia unificada al cliente ya que están aumentando las ventas híbridas.

En este escenario, la inversión en tecnología se está dirigiendo a las operaciones que más impactan en el desarrollo del negocio.

El debate concluyó con un mensaje optimista sobre la recuperación. López detalló los planes de su compañía para abrir un macro complejo “experiencial” en Nueva York en 2023, que albergará a grandes marcas de lujo y oferta gastronómica y de ocio.

El representante de Penteo comentó que la innovación y la tecnología al ritmo que avanza dará paso a nuevos modelos de tiendas como las desatendidas o a las compras a través de asistentes virtuales, entre otros. Y recaló que lo más positivo es que el *ecommerce* no resta negocio a la tienda física, sino que genera más gasto en compras.

Sebastián, de AER, añadió que la pandemia por muy dura que sea no puede acabar con el animal social que todos llevamos dentro y en cuanto se recupere la libertad iremos a las tiendas. Además, la tasa de ahorro de los hogares se ha elevado porque no se ha podido gastar y esto propiciará, si la vacunación avanza a buen ritmo, el éxito de la campaña de Navidad, un periodo crucial para el comercio.

El cierre de los comercios, que se ha prolongado durante varios meses en muchas comunidades, y la caída del turismo son dos de los factores que han contribuido a las pérdidas del sector. Por ejemplo, el comercio no esencial ha estado cerrado total o parcialmente durante 181 días en Castilla y León, 162 días en las Islas Baleares y 222 días en Cataluña. Este cierre ha tenido consecuencias en el empleo ya que estas comunidades concentran casi el 50 % del empleo total perdido en España desde el pasado mes octubre. Al mismo tiempo, la pérdida de más de 65 millones de turistas que se ha producido en el último año se ha traducido en unas pérdidas estimadas en de 3.400 millones de euros para el comercio.

El consumidor también ha perdido confianza por la situación laboral y los problemas económicos, lo que ha supuesto que el consumo per cápita haya descendido un 13,3 %.

En este contexto, los establecimientos comerciales han tratado de ajustarse a la situación adoptando diferentes medidas para garantizar la seguridad en el interior de las tiendas e impulsando su digitalización para responder a los nuevos hábitos de consumo.

En este sentido, ANGED apunta que el comercio no ha sido un foco de contagios y que en su ámbito laboral solo se ha producido el 0,8 % de los casos. Sus empresas asociadas han invertido más de 140 millones de euros en prevención y en medidas de seguridad dentro de las tiendas.

El comercio
no ha sido
un foco de
contagios

“El comercio de proximidad ya estaba trabajando en la digitalización del sector, pero 2020 ha acelerado muchísimo ese proceso”

Esta inversión demuestra el esfuerzo que han realizado para proporcionar un entorno y una experiencia de compra segura.

Digitalización

La digitalización también se ha acelerado dentro del sector como una de las vías para garantizar la supervivencia. Los consumidores han trasladado una parte importante de sus ventas al ámbito *online*, lo que ha empujado a muchos comercios sobre todo a los más pequeños a incorporar esta opción e impulsar su transformación digital. “El comercio de proximidad ya estaba trabajando en la digitalización del sector, pero obviamente 2020 ha acelerado muchísimo ese proceso, al poner de manifiesto más que nunca la urgencia de acometer esta transformación”, resalta Campo.

La CEC señala que un 64 % de los consumidores compra más *online* ahora que antes de la pandemia, aunque el comercio de proximidad sigue figurando entre las preferencias de los compradores. Un 40 % de los consumidores, frente al 36 % de 2019, acuden a las tiendas de barrio motivados por la cercanía, el trato, la confianza y la percepción de seguridad en cuanto a medidas sanitarias.

El auge del comercio *online* ha revelado que el comercio tiene que seguir avanzando en su digitalización con el objetivo de que el canal *online* y *offline* sean complementarios para ofrecer una experiencia de compra omnicanal. Sin embargo, desde CEC se insiste en que la digitalización tiene que ser a medida para proteger el modelo de negocio del comercio de proximidad.





En este proceso también juega un papel importante la personalización de la experiencia de compra. Y para lograrla la analítica de datos será una de las tecnologías clave. “Permitirá conocer el perfil de nuestros consumidores, sus hábitos de compra y con ello, predecir y comprender mejor a los consumidores, ofreciéndoles una experiencia de compra personalizada”, señala el presidente de CEC.

Reactivación

La implantación de herramientas tecnológicas para avanzar hacia la omnicanalidad y satisfacer la demanda del consumidor que cada vez es más digital es imprescindible para la recuperación del comercio; aunque desde el sector reclaman más apoyo al Gobierno para reactivar su actividad. El Ejecutivo aprobó el pasado mes de diciembre un “Plan de refuerzo para la hostelería, el turismo y comercio” con medidas para mejorar su situación. Este plan incluía diferentes medidas relacionadas con los costes de los salarios, el pago de impuestos, los arrendamientos o la liquidez. Sin embargo, los representantes del sector reclaman medidas más efectivas y directas. A juicio de Pedro Campo, este plan es “insuficiente porque muchas de las medidas que contempla se plantean a costa de afrontar un mayor endeudamiento, lo que las hace inviables para los autónomos y las pymes más vulnerables. Necesitamos ayudas directas para los subsectores más afectados”.

ANGED estima que durante este año el comercio podría recuperar un 4 % su facturación siempre que se den ciertas condiciones como que se cumpla con los planes de vacunación, se recupere la movilidad interna en el verano y por lo menos el 50 % del turismo internacional del verano de 2019. “Es necesario un clima de concertación política y acuerdo con los interlocutores sociales, que centren sus prioridades en recuperar el empleo perdido y genere certidumbre en cuestiones clave como el mercado laboral, la fiscalidad o el funcionamiento de nuestro mercado interior”, subraya Javier Millán-Astray, director general de ANGED.

“Es necesario un clima de concertación política y acuerdo con los interlocutores sociales”

Computadora móvil M50



La Elo M50 es una computadora móvil con Android de nivel empresarial, diseñada específicamente para aumentar la eficiencia, poniendo todo lo que sus trabajadores necesitan en la palma de sus manos. Con una pantalla táctil HD de 5,5 pulgadas, escáner de código de barras 2D integrado, sistema operativo Android 10 flexible y procesador Qualcomm 660 octa-core, la computadora de mano M50 proporciona una integración perfecta.

ma operativo Android 10 flexible y procesador Qualcomm 660 octa-core, la computadora de mano M50 proporciona una integración perfecta.

Sistema EloPOS™

Moderno. Modular. Hecho para la venta al por menor.

El versátil sistema EloPOS combina estética moderna, flexibilidad modular y confiabilidad comercial. Diseñado específicamente para el punto de venta, EloPOS ofrece una pantalla de 15 a 22 pulgadas con 10 toques, una selección de procesadores de octava generación de Intel y un centro de expansión integrado para conectar los accesorios que necesita, ya sea una pantalla orientada al cliente, un lector de pagos, una impresora, una caja registradora, escáner de código de barras o balanza.



Soluciones Elo Access™



Simplifique el control de acceso y la gestión de visitantes de empleados, estudiantes, pacientes y visitas. Con la solución Elo Access, obtiene un software sólido de detección de temperatura, un quiosco completo listo para usar con una pantalla interactiva Android de 15 pulgadas, sensor de temperatura Pro y el soporte de su elección. El diseño de los productos Elo hace más sencilla la administración y aumenta la seguridad.

El diseño de los productos Elo hace más sencilla la administración y aumenta la seguridad.

Series I 3.0 para Android™

Seguro. Flexible. Manejable.

La Serie I 3.0 de Elo de 10 a 22 pulgadas para Android™ ofrece una solución confiable de calidad comercial con la flexibilidad y la funcionalidad de los servicios de Google Play. Basado en una arquitectura unificada, los dispositivos con Android de Elo facilitan la creación de una experiencia perfecta para sus clientes, desde sus dispositivos móviles hasta sus experiencias interactivas en la tienda.



Para más información:

EMEA.Sales@elotouch.com

+32 (0) 16 930 136 • www.EloTouch.eu

Computadora móvil M50

Un dispositivo que lo hace todo.

La Elo M50 es una computadora móvil con Android de nivel empresarial, diseñada específicamente para aumentar la eficiencia, poniendo todo lo que sus trabajadores necesitan a la palma de sus manos.



Computadora móvil resistente

El dispositivo de computadora de mano está diseñado para soportar el uso comercial con características que incluyen:

- Vidrio Corning Gorilla
- IP65
- MIL810-G
- Batería intercambiable por el usuario

NFC integrado

Mejore la satisfacción del cliente y agilice el servicio con la NFC (comunicación de campo próximo) incorporada al aceptar sin problemas tarjetas de pago de fidelización y transporte.



Escaneo rápido y sencillo

Con la cámara incorporada y el lector de código de barras 2D puede escanear artículos y boletos, verificar inventario y ayudar a que sus operaciones sigan funcionando sin problemas.

Con una pantalla táctil HD de 5,5 pulgadas brillante, escáner de código de barras 2D integrado, sistema operativo Android 10 flexible y procesador Qualcomm 660 octa-core, la computadora de mano M50 proporciona una integración perfecta, aprovisionamiento sin esfuerzo y administración simplificada de dispositivos a través de EloView® o su software de gestión de dispositivos móviles preferido.

Contacte con Elo hoy mismo

- EMEA.Sales@elotouch.com
- +32 (0) 16 930 136
- www.EloTouch.eu

BDP-NET COMERCIO



BDP-NET Comercio gestiona fácilmente las tareas propias de cualquier establecimiento de comercio en general (alimentación, carnicerías, papelerías, joyerías, etc.), pudiendo trabajar con cajones automáticos, balanzas e impresoras de etiquetas. Trabajar

con pantallas táctiles, balanzas y/o escáneres conectados a una pantalla de ventas diseñada para trabajar fácil y rápido es tarea fácil con el uso y aplicación de BDP-NET Comercio.

Cualquier tienda de alimentación, supermercado o comercio necesita controlar todos los procesos de la venta, realizar etiquetados en procesos de empaquetado de productos a granel o en porciones, aplicando códigos de barras con peso, precio, lotes, incluso si disponemos de una sección donde el cliente se autopesa y autoetiqueta los artículos para su posterior cobro en la caja. Llevar correctamente el stock, el control de caja, la administración y la facturación y el cobro de la venta, deja de ser un problema con el uso y aplicación de BDP-NET Comercio.

BDP-NET TALLA Y COLOR



BDP-NET Comercio Talla y Color es un programa táctil de gestión y comercio ideal para tiendas de ropa, tiendas de deportes, boutiques, etc. A través de BDP-NET Comercio Talla y Color, podemos controlar las características más significativas que necesita este

tipo de negocio, controlando en todo momento los aspectos más importantes que forman parte de los procesos de compra a proveedores, hasta llegar a la venta final. Con BDP-NET Comercio Talla y Color, podemos trabajar con matrices de artículos, visualizar el stock, aplicar códigos de barras y precios especiales, junto con una potente herramienta de gestión de temporadas y rebajas.

Con BDP-NET Comercio Talla y Color podremos mejorar los procesos, para así disponer de un comercio rápido, donde los empleados no pierdan tiempo utilizando un sistema complejo de trabajo.

BDP-NET PANADERÍAS



BDP-NET PANADERÍAS permite un control total del negocio en una sola herramienta. A través de un potente sistema de arqueos y controles de cajas podemos identificar rápidamente los cobros y pagos disfrutando incluso de las ventajas que aportan los

cajones automáticos, al mismo tiempo que gestionamos las mesas de la zona de degustación, aplicando incluso políticas de fidelización ofreciendo así un mejor servicio al cliente final.

BDP-NET PANADERÍAS soluciona de forma fácil las problemáticas de control de trazabilidad, gestión de pedidos y control de materias primas, entre otras funcionalidades. Con el software BDP-NET PANADERÍAS, la recepción de las materias primas para la fabricación del producto final, hasta la preparación y expedición de estos, controlando el stock, deja de ser un problema, consiguiendo de esta forma que los panaderos sean más eficientes a la vez que pueden aumentar su productividad.

Gestionar el negocio con la máxima fiabilidad confiando en la tecnología más avanzada, queda garantizado utilizando el software BDP-NET PANADERÍAS.

BDP-NET TPV CONNECTOR



El comercio electrónico se ha revelado como una gran vía de negocio. Con BDP-NET Connector, dispones de un entorno todo-en-uno que permite crear la tienda online integrada con el TPV de BDP, de forma rápida y fácil, usando el *plug-in* adaptado

por BDP para WooCommerce (WordPress). A través de BDP-NET Connector, los pequeños negocios, así como empresas más grandes, pueden disponer de una plataforma *e-commerce* sin apenas inversión inicial.

Cualquier negocio en la actualidad, ya sea dedicado a la hostelería, al comercio u otros sectores, tiene necesidad de una plataforma *online e-commerce*. Con BDP-NET Connector, dispondrás de una tienda *online* integrada en el TPV, desde donde el cliente podrá ver los productos, hacer un pedido, obtener información, comprar y pagar de forma fácil, rápida y ágil. Para tener una presencia en Internet más efectiva, ampliar las posibilidades de venta y ganar en productividad, BDP-NET Connector es la mejor alternativa.



Para más información:

BDP - 972 88 47 65
bdp@bdpcenter.com

BDP SOFTWARE - IBERNYX S.L.
www.bdpcenter.com

¿TU NEGOCIO ESTÁ PREPARADO PARA LA SITUACIÓN ACTUAL?

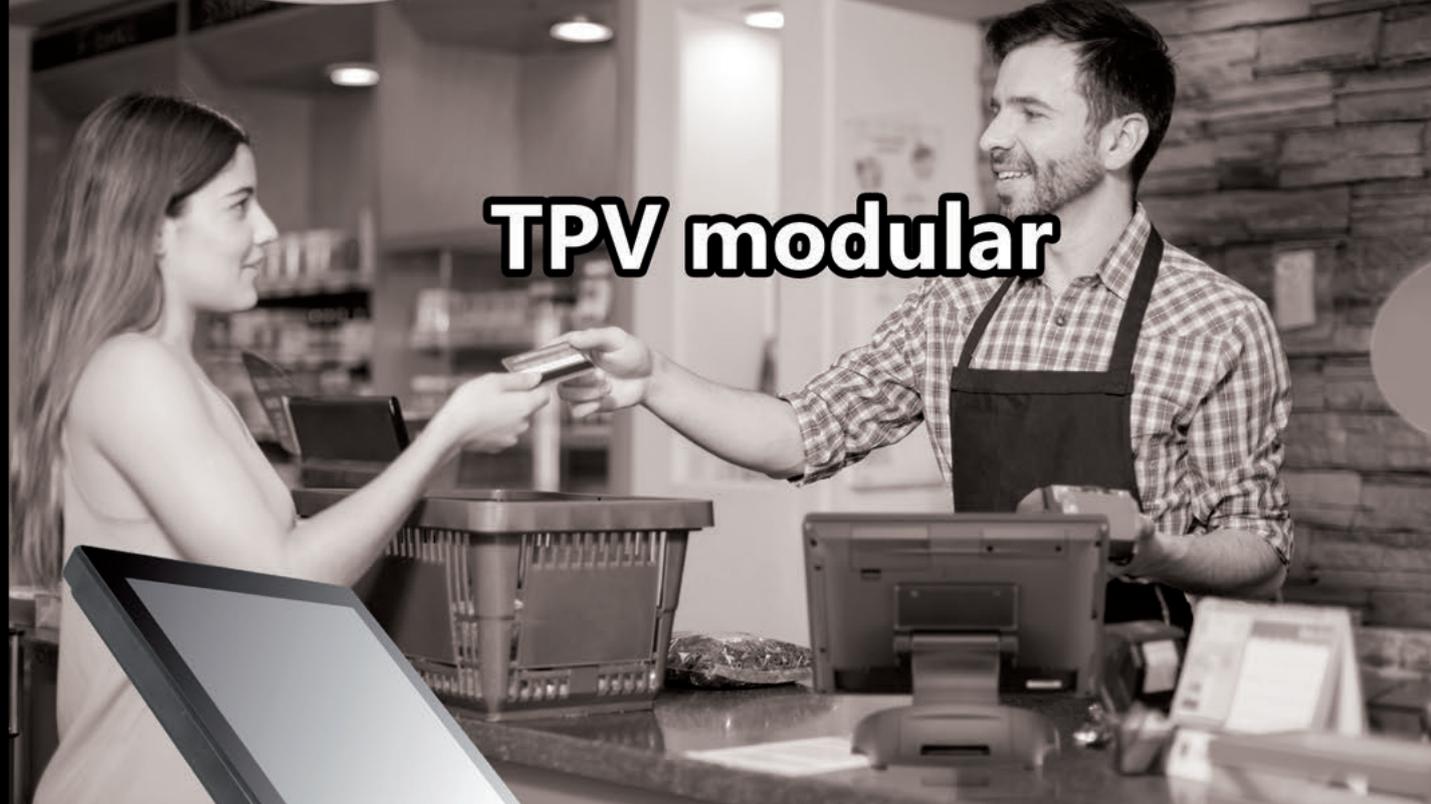
A los negocios les ha llegado el momento de reaccionar para no perder y esto es fácil de alcanzar con TPV Connector.

Disponer de un entorno "todo en uno" que te permita crear la tienda virtual online integrada con el TPV BDP-NET usando WordPress con páginas de productos, la ficha detalle del artículo, el carrito de compra y la sección de pago enlazado directamente con el TPV es tarea fácil con las herramientas de BDP.

Los cambios en los hábitos a nivel social, a nivel de consumo y las tendencias están apuntando por un consumo más online y menos presencial. ¿Tienes ya la herramienta adecuada, y el negocio preparado para esta situación?



TPV modular



POSIFLEX

Con más de 30 años de experiencia y presencia en más de 40 países, Posiflex le ofrece además la gama más amplia del mercado en periféricos para su TPV modular. Monitores táctiles, impresoras, lectores de códigos de barras o banda magnética, teclados programables, cajones portamonedas, visores de cliente y muchos más..



Cajones portamonedas



Monitores y Pantallas táctiles



Impresoras de ticket



Lectores Cod. Barras
& Banda magnética



Visores cliente



Teclados &
Teclados programables

En TPV apuesta al rojo, apuesta Posiflex

Conozca nuestra nueva web!!! www.posiflex.es

Valencia: C/ Peanya, 19 - 46022 Valencia - Telf.: 963066572 - Fax: 963811756 - e-mail: valencia@posiflex.es
Barcelona: C/ Entenza, 202 - 08029 Barcelona - Telf.: 934193246 - Fax: 933210758 - e-mail: comercial@posiflex.es

Terminales táctiles



POSIFLEX

¿Aún no conoces la gama más completa de terminales del mercado?

Terminales de alta calidad y con múltiples configuraciones de pantalla y procesador, en diferentes diseños. Desde las 10" hasta las 21", pasando con procesadores, siempre de Intel (en configuraciones Windows) desde dual core J1900 a Quad core i7. También disponibles versiones en Android. Táctil Flat Capacitivo multipunto de alta velocidad y diferentes grados IP de protección.



RT Series: Diseño y elegancia



PS Series: Calidad-Precio inmejorable



XT Series: Altas prestaciones



HS Series: el mejor Todo en uno



MT Series: Máxima movilidad



HC Series: Hasta 21"

En TPV apuesta al rojo, apuesta Posiflex

Conozca nuestra nueva web!!! www.posiflex.es

Valencia: C/ Peanya, 19 - 46022 Valencia - Telf.: 963066572 - Fax: 963811756 - e-mail: valencia@posiflex.es
 Barcelona: C/ Entenza, 202 - 08029 Barcelona - Telf.: 934193246 - Fax: 933210758 - e-mail: comercial@posiflex.es



Kioskos Posiflex EK Mercury

POSIFLEX

Con un diseño elegante y estilizado, la serie EK Mercury es un quiosco con diferentes configuraciones de pantalla: 15, 15.6 o 21", tanto en formato con pedestal como para sobremesa y con orientación en vertical u horizontal, con un tamaño compacto perfecto para el comercio minorista. Con variedad de periféricos de transacciones para el autoservicio, la serie Mercury suple a la perfección al empleado en tareas rutinarias mientras le permite centrarse en brindar un mejor servicio al cliente. Tamaño compacto con precio ajustado.

Elija entre una serie de opciones periféricas que incluyen escáner de código de barras, impresora de ticket, lector de huella dactilar y/o NFC e integración de datáfonos. Incluye pantalla táctil capacitiva de diferentes tamaños: 15", 15.6" o 21.5" FullHD y varias configuraciones tanto en Android como en Windows.

Todas las puertas de acceso se abren en la parte delantera para proporcionar un acceso fácil para el servicio in situ y la operación del usuario. No es necesario alejar el quiosco de las paredes o desmontar el cuerpo principal del quiosco para quitar los componentes para su mantenimiento.

Diseñada para el acceso público, el EK Mercury es perfecto para una amplia variedad de aplicaciones de autoservicio, tales como: punto de venta minorista, programa de fidelización, preorden de restaurantes, registro de pacientes en el hospital, entradas cine/teatro o control de acceso



En TPV apuesta al rojo, apuesta Posiflex

Conozca nuestra nueva web!!! www.posiflex.es

Kioskos Posiflex TK-3200 Paragon

POSIFLEX

Repleto de funcionalidad y con un diseño atractivo, la serie Paragon TK-3200 es un kiosko interactivo de 32" perfecto para tiendas minoristas, servicio rápido y restaurantes rápidos. Sirve como una extensión perfecta de los terminales POS existentes, ayudando a los propietarios a impulsar las ventas durante las horas fuertes y ofrecen nuevas alternativas al consumidor para realizar sus pedidos, pagos y consultas interactivas.



Instalación Doble

Diseñado teniendo en cuenta funcionalidad y estética, el Paragon TK-3200 presenta una pantalla táctil capacitiva y Full HD de 32" en una estructura metálica elegante y duradera, que proporciona una interfaz moderna y sofisticada entre hombre y máquina.

Diseñado para que una única persona pueda realizar la instalación. La gestión de cables, el mantenimiento y el reemplazo de componentes, convenientemente ordenado para que requiera el menor tiempo posible.

Incorpora una amplia gama de periféricos en aplicaciones de autoservicio que incluyen escáner de código de barras 2D, impresora de ticket, NFC, indicador de servicio, soporte para dispositivos de pago EMV, lector de banda magnética y/o huella dactilar y más.

Varias opciones de montaje: montaje en pared o sobre soporte, en este caso, además a una o dos caras operación de una o dos caras. Configuración totalmente flexible para cubrir el mayor número de necesidades.

En TPV apuesta al rojo, apuesta Posiflex

Conozca nuestra nueva web!!! www.posiflex.es

Valencia: C/ Peanya, 19 - 46022 Valencia - Telf.: 963066572 - Fax: 963811756 - e-mail: valencia@posiflex.es
Barcelona: C/ Entenza, 202 - 08029 Barcelona - Telf.: 934193246 - Fax: 933210758 - e-mail: comercial@posiflex.es

CloudPRNT™



Con la tecnología CloudPRNT™ de Star, los comercios minoristas pueden utilizar un sistema de pedidos flexible para armonizar la integración en su oferta en las compras *online*, eliminando a su vez la necesidad de una *tablet* adicional para el envío de

pedidos *online* a la impresora. Por el contrario, el servicio de pedidos comunica directamente con la impresora para crear trabajos de impresión, así como para recibir el estado de la impresora. La tecnología CloudPRNT de Star está disponible en las impresoras térmicas de recibos, tickets y etiquetas de Star.

mC-Print™

Las impresoras de recibos mC-Print2™ y mC-Print3™ de Star combinan sofisticación con una alta funcionalidad y estéticamente encajan a la perfección con los modernos diseños de los entornos del comercio minorista del futuro. Estas impresoras



de recibos supercompactas con salida de papel frontal ofrecen una impresión de alta calidad y una funcionalidad excepcional con hasta 5 interfaces, incluido Star CloudPRNT™. Con funcionalidad de *hub* se pueden controlar periféricos USB seleccionados conectados a la impresora, como un lector de códigos de barras o un visor para el cliente.



mPOP™

Star ofrece mPOP™, una solución de terminal de punto de venta móvil que combina impresora Bluetooth y cajón portamonedas. Gracias a que tiene una altura de tan solo 10 cm y una anchura de 30 cm, puede transportarse fácilmente, al tiempo que la conectividad Bluetooth hace que solo sea necesario un cable de alimentación para todas las operaciones. mPOP funciona con todos los sistemas operativos móviles más importantes, incluidos Apple iOS, Android y Windows. Su elegante diseño encaja perfectamente con cualquier mostrador o, si se desea que no llame la atención, puede colocarse de forma segura debajo del mostrador.

TSP654II / TSP654IISK



La TSP654II es una impresora térmica directa que se adapta de forma natural a la mayoría de los entornos de venta minorista con versiones USB, Bluetooth, LAN y HI X con CloudPRNT™ y una velocidad de 300 mm / s.

La TSP654IISK imprime etiquetas sin soporte, está diseñada de tal modo que permite imprimir etiquetas recolocables, tanto en los productos de comercio minorista como en logística. Gracias a su velocidad de 180 mm / s., su diseño compacto y su margen superior reducido, la TSP654IISK imprime texto y gráficos en alta resolución sobre material sin soporte MAXStick® en bobinas de 40 mm, 58 mm u 80 mm de ancho.

SM-L200

Al disponer de BLE (Bluetooth Low Energy), la SM-L200 puede conectarse a múltiples dispositivos Apple, así como a dispositivos Android y Windows. La impresora ha sido diseñada específicamente para el mercado mPOS y conecta sin necesidad



de utilizar códigos PIN ni los métodos de emparejamiento tradicionales. Con un diseño compacto, cómoda carga USB y 13 horas de autonomía de batería, es perfecta para entornos en los que los comercios no deseen emparejar una impresora a una sola *tablet*.



Para más información:

www.Star-EMEA.com

Conectividad a todos los niveles de Star



Star, especialistas globales en impresión POS tradicional, en tabletas y en la nube, ofrece versatilidad y conectividad para el mercado minorista omnicanal en constante evolución.

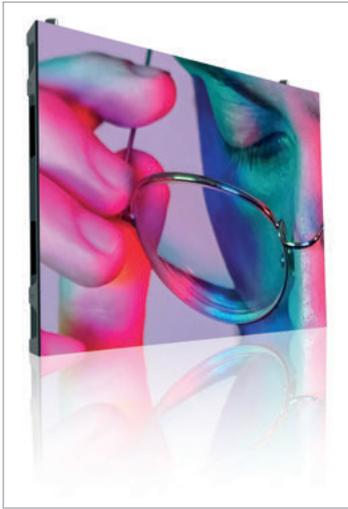
Soluciones confiables de impresión para TPV ▪ Última tecnología de impresión para pedidos en línea ▪ Impresión móvil versátil ▪ Impresoras dedicadas para quiosco ▪ Impresión económica de etiquetas

Para más información, póngase en contacto con nuestro equipo comercial : Ventas@Star-EMEA.com

www.Star-EMEA.com

star 

L-Line serie 7000



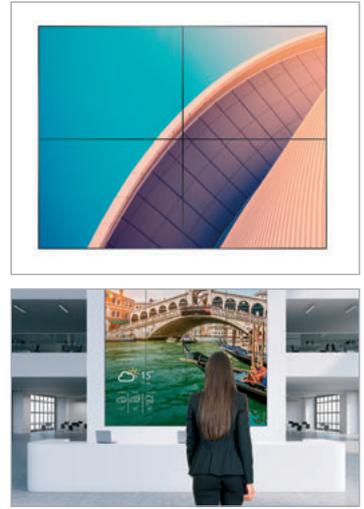
Una versátil solución para experiencias visuales envolventes. Infinitas posibilidades para satisfacer los diseños más ambiciosos.

- 24/7
- Cualquier tamaño sin marco
- 1200 nits

X-Line

Disfruta de la imagen perfecta. Diseña nuevos espacios personalizados con la pantalla videowall de Philips.

- 24/7 FullHD
- De 49" hasta 55"
- 450cd/m² a 700cd/m²



Q-Line



Incrementa la nitidez y la potencia con esta solución con Android. Disfruta de su rápida instalación sin hardware y de la fácil compartición de contenido. Una solución versátil para una potente comunicación.

- Android
- 18/7 4k UHD
- 32" hasta 86"
- 350cd/m² (32") - 400cd/m² (75"-86")

D-Line



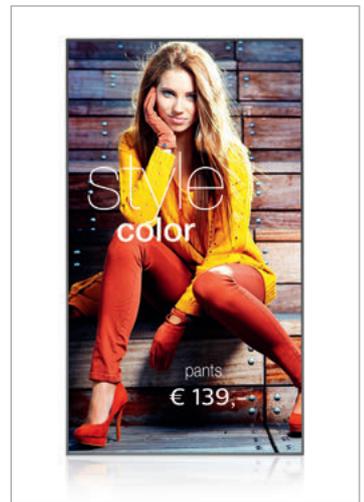
Crea el mayor impacto con esta potente pantalla UHD con Android de Philips. Esta solución con gran capacidad de respuesta ofrece una increíble calidad de imagen, un control sencillo y una fiable conectividad.

- Android
- 24/7 FHD / 4k UHD
- 32" hasta 98"
- 500 cd/m²



H-Line

Capta las miradas, mantente visible de día y de noche gracias a una pantalla UHD 4K profesional Philips H-Line ultrabrillante. Su sorprendente nitidez y contraste la convierten en la solución perfecta para escaparates y lugares luminosos, desde aeropuertos hasta centros comerciales.



Para más información:

www.ppds.com

PPDS



Experiencias retail con el máximo impacto

Versátiles soluciones para una potente comunicación en el punto de venta. Comunica, impacta e informa.

www.ppds.com

Professional Displays

PHILIPS



La llegada de Audrey está revolucionando el mundo del retail



Hoy en día la imagen lo es todo, y para el retail más aún. El cliente que entra en nuestra tienda lleva un móvil de última generación en su mano y si nota que tu tienda está anticuada pierdes todo el atractivo. Eso era algo que no nos podíamos permitir y decidimos actuar. Hablamos con Partner Tech para asesorarnos y así acabamos incorporando a Audrey.

Al cliente le gusta comprar en sitios nuevos y modernos. Con Audrey hemos conseguido cambiar nuestra imagen. Es evidente que marca la diferencia, creando un ambiente actual y ofreciendo una experiencia de compra ágil e innovadora. Los clientes lo notan, sienten que están en una tienda que está a la última y les gusta formar parte de ella. Nuestros empleados están encantados con Audrey porque es infinitamente **más rápida y mucho más cómoda de usar.**



En nuestro caso, está funcionando fenomenal como TPV con **doble pantalla táctil para que el cliente interactúe.** Hemos colocado varias como Self Checkout y algunas como puntos de información. Los clientes la utilizan mucho para consultar disponibilidad, tallas y colores. Y en nuestros almacenes la estamos utilizando como Panel PC para la **preparación de pedidos online.** Ahora nuestros empleados están más liberados de esas tareas y hemos mejorado mucho la productividad.

Sin duda, Audrey era el cambio que estábamos buscando.



“Los clientes lo notan, sienten que están en una tienda que está a la última y les gusta formar parte de ella”



Audrey, amor a primera vista.

Estilo, rapidez y comodidad
unidos en el TPV All-in-One definitivo.



Quieres saber más
sobre Audrey?

913 120 632
comercial@partner-tech.eu
www.partner-tech.eu

PARTNER
CARE . TRUST . RESPONSIBILITY

Digitalización en el *retail* español: la oportunidad latente que haría crecer el PIB un 3,2 %

A lo largo del año pasado hemos evidenciado cómo la terminología de transformación digital se asociaba de manera estrecha al *retail*. Muchas son las veces que hemos leído notas de prensa o artículos en los que se destaca las bondades de todo lo relacionado con lo digital.



Susana Voces

CEO de [entradas.com](https://www.entradas.com) y miembro de la Junta Directiva [AER]

La Unión Europea aportó su granito de arena cuando explícitamente indicó que los fondos de recuperación para Europa, a través de NextGenerationEU en su apartado de Mecanismo Europeo de Recuperación y Resiliencia, destina 672.500 millones de euros en préstamos y subvenciones para que las economías y sociedades europeas estén mejor preparadas para los retos y las oportunidades de las transiciones digitales.

Está claro que el sector *retail*, negativamente afectado durante los períodos de confinamiento, debe aprovechar esta oportunidad para acometer planes de transformación en su negocio y donde la tecnología juegue un papel importante en su digitalización. Dicho de una manera más sencilla, la transformación digital viene a ser un cambio radical en el uso de la tecnología, los procesos y la organización para impactar positivamente tanto en la eficiencia como en el crecimiento del negocio.

Un estudio llevado a cabo el año pasado por la empresa Salesforce para analizar el impacto de la covid-19 en las empresas del *retail* indica que la crisis ha acelerado la inversión en tecnología (76 % de los encuestados) y en los empleados (47 %).

Entre las áreas funcionales que podemos catalogar como las prioritarias, de acuerdo al mismo estudio, encontramos tres claramente destacadas: comercio electrónico, experiencia del cliente y servicio al cliente.

Nuevas tecnologías

Las nuevas tecnologías más demandadas para llevar adelante la transformación digital deben lograr extraer todo el potencial que ofrecen los datos obtenidos de nuestros clientes, no en vano se dice muy a menudo que los datos son el petróleo de la nueva era digital. Según un estudio realizado por IDC, para el 2025, la persona promedio conectada en red en cualquier parte del mundo interactuará con dispositivos conectados casi 4.800 veces al día, es decir, aproximadamente una interacción cada 18 segundos. En base a la recolección, procesamiento y análisis de los datos



podemos destacar las tres grandes áreas tecnológicas, a saber: inteligencia artificial, *big data* e Internet de las cosas (IoT), en las que se sustenta la digitalización del *retail*.

Por ejemplo, el servicio al cliente ha evolucionado en los últimos años, ya que los compradores son más inteligentes y esperan que los minoristas comprendan exactamente lo que necesitan, cuando lo necesitan. *El retailer* necesita estar en el lugar y el momen-

El *machine learning* es una rama de la inteligencia artificial (IA) que permite que las máquinas aprendan sin ser expresamente programadas para ello. Una habilidad indispensable para hacer sistemas capaces de identificar patrones entre los datos para hacer predicciones. El estudio llevado a cabo por la consultora DataDriven en febrero del año pasado revela que la inteligencia artificial es considerada como una oportunidad para el 69 % de los minoristas encuestados en nueve países de referencia.

Otra tecnología de interés es el Internet de las cosas (IoT) el cual se puede definir como una red de dispositivos con sensores, software, capacidad de procesamiento y conectividad de red para recopilar e intercambiar datos a través de Internet. Esto permite el control o monitorización de forma remota agilizando procesos y bajando costes. Un ejemplo de ello lo encontramos en las llamadas tiendas conectadas que controlan el nivel de inventario, proporcionan datos para ajustar la estrategia de precios, etc.

El mismo estudio llevado a cabo por DataDriven indica que más de dos tercios de los minoristas consideran que el Internet de las cosas acabará revolucionando el comercio.

“El *retailer* necesita estar en el lugar y el momento apropiado en el que el comprador toma sus decisiones”

to apropiado en el que el comprador toma sus decisiones y para ello, implementar su transformación digital será clave, usando el *big data* como base del proceso. El *big data* ayuda a los minoristas a satisfacer esas demandas gracias a las grandes cantidades de datos provenientes de programas de fidelización, hábitos de compra y otras fuentes. Los minoristas no sólo tienen una comprensión profunda de sus clientes, sino que también pueden predecir tendencias, recomendar nuevos productos y aumentar la rentabilidad. La inteligencia artificial es una simulación de los procesos de inteligencia humana mediante máquinas y con aplicaciones particulares tales como sistemas expertos, reconocimiento de voz y visión artificial, entre otros. Un ejemplo de aplicación en el sector minorista es la hiperpersonalización que permite llegar a un conocimiento exhaustivo de sus clientes, sus preferencias y su comportamiento. Otro ejemplo puede ser el uso de *chatbots* para brindar un nivel aún mayor de servicio al cliente, mejorando las búsquedas, enviando notificaciones sobre nuevas colecciones y sugiriendo productos similares.

Estrategia digital

En España, un dato preocupante es el que indica que tan solo el 14 % de las pymes españolas tiene una estrategia digital, según el Índice de Economía y Sociedad Digital de la Comisión Europea. Adicionalmente la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) indica que si la digitalización de las empresas aumentara en un 10 %, se notaría un crecimiento del 3,2 % en el PIB Español.

Teniendo en cuenta que el *retail* en España está formado por un 99 % de pymes, tenemos enfrente un reto importante para la transformación digital del mismo. La colaboración pública/privada es cada vez más relevante para poder aprovechar las inversiones en ventajas competitivas para nuestras empresas en este ecosistema cada vez más digital.



¿Por qué un TPV Posiflex?

POSIFLEX

Experiencia 

Porque llevamos más de 30 años dedicados en exclusiva al TPV, siendo uno de los fabricantes referencia a nivel mundial y con presencia en más de 40 países.

Calidad 

Posiflex es sinónimo de calidad. nuestros productos están diseñados exclusivamente para el uso profesional como TPV, soportando horas y horas de trabajo.

Garantía 

Todos los productos Posiflex tienen 3 Años de Garantía. Pero si necesita más podemos ampliarla por un precio realmente económico y se lo prefiere, también puede contratar GARANTÍAS IN SITU.

Servicio 

Comerciales especializados que le darán asesoramiento comercial y técnico. Almacenes propios y entregas en 24h en toda la península. Servicio técnico propio que garantiza reparaciones rápidas y efectivas.

En TPV apuesta al rojo, apuesta Posiflex

Conozca nuestra nueva web!!! www.posiflex.es