

envíen PRINT La Prensa

Europa avanza en la implantación de la factura electrónica

La Unión Europea continúa con su impulso y masificación del uso de la factura electrónica en las contrataciones públicas, es decir, en la relación B2G. En este sentido, y de acuerdo con su hoja de ruta, a lo largo de 2018 se han marcado dos nuevos hitos: la creación de un estándar europeo - EN 16931- de factura electrónica y el establecimiento de la obligatoriedad de uso del formato común de factura electrónica en las relaciones entre empresas y administraciones públicas (B2G) a partir del próximo 18 de abril de 2019.

Ante esta iniciativa, poco novedosa en la Unión Europea, son muchos los países que han adaptado sus sistemas de facturación para introducir la factura electrónica B2G: Dinamarca, Suecia, Finlandia, Austria, Italia, Eslovenia, España, Croacia, República Checa, Lituania, Bélgica, Estonia, Francia, Países Bajos, Alemania, Polonia y Grecia.

En España la autoridad responsable es la AEAT. La normativa se

publicó en 2013 y la obligatoriedad - en facturas superiores a 5.000 euros- se inició en enero de 2015. El formato elegido fue Facturae y la Plataforma FACe. De acuerdo con la ley española, desde el 1 de julio de 2018, las empresas subcontratadas que trabajan para proveedores de las Administraciones Públicas también están obligadas a facturar electrónicamente a los contratistas cuando el importe de los trabajos o servicios supera los 5.000 euros.

Esta obligación está recogida en la Ley 9/2017, del 8 de noviembre,

de Contratos del Sector Público (LCSP), por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, del 26 de febrero de 2014.

Para ayudar a los subcontratistas en esta nueva obligación y facilitar el intercambio de las facturas electrónicas, la AEAT puso a disposición de los operadores económicos y particulares un Registro Electrónico Único, también conocido como FACeB2B.



Pero la factura electrónica no es solo una iniciativa impulsada por la Unión Europea, sino que otros muchos países europeos también la están potenciando. Países como Noruega, Moldavia o Suiza han potenciado la masificación de la factura electrónica a través de la obligatoriedad de uso de la e-factura en las contrataciones públicas. De hecho, el éxito de la implantación de la factura electrónica en Europa está animando a algunos países, como Italia y España a ampliar la obligatoriedad del uso de la e-factura en las transacciones entre empresas, B2B.

En Europa, Dinamarca fue el primer país en obligar su uso B2G, en 2005, en 2008 lo hizo Suecia y Noruega en 2011. En 2014 se incorporaron Italia, Austria y Moldavia, España y Eslovenia en 2015. Suiza, Croacia y República Checa en 2016. Estonia, Lituania, Bélgica, Francia y Países Bajos en 2017. Alemania este año, 2018. Portugal y Polonia lo harán en 2019 y Grecia en 2020.

Reino Unido y Turquía fueron los primeros países en

establecer la obligatoriedad parcial en determinados sectores del uso de la factura electrónica entre empresas. En Reino Unido, el Gobierno Central, el Ministerio de Defensa y el Servicio Nacional de Salud utilizan la facturación electrónica extensivamente. Por su parte, Turquía obliga al uso de la factura electrónica a ciertas compañías que operan en el sector de los hidrocarburos o con productos con impuestos especiales (tabaco, alcohol y bebidas ligeras).

Asimismo, de manera generalizada, cada día son más los países europeos que recomiendan el uso de la factura electrónica. Andorra, Bulgaria, Chipre, Eslovaquia, Hungría, Irlanda, Islandia, Letonia, Luxemburgo, Macedonia, Malta, Montenegro, Rumania y Rusia son algunos de estos países en los que la factura electrónica es utilizada de forma voluntaria tanto en las relaciones entre empresas (entorno B2B), como en las contrataciones públicas entre empresas y gobierno (entorno B2G).



W + D reubica su división de inserción de Löhne a Bad Oeynhausen

La empresa W + D, convencida de la importancia y el futuro de los sobres, continúa invirtiendo en el futuro de los sobres y en su división de Soluciones de Correo / Inserción, trasladando sus actividades de la División de Inserción de Löhne a la ciudad vecina de Bad Oeynhausen. La nueva ubicación desarrollará, construirá y entregará sistemas y módulos de inserción desde enero de 2019.

En la nueva sala de producción han optimizado la disposición del ensamble de flujo de sus sistemas de inserción de alta calidad, haciendo que el ensamblaje sea aún más eficiente y rápido. Las distancias también se han acortado en el área de servicio y desarrollo, garantizando una mejor comunicación interna y externa.

Teradata Vantage, la plataforma para la Inteligencia de Datos General

Teradata ha anunciado la disponibilidad de Teradata Vantage, su nueva plataforma analítica. Vantage permite a las empresas obtener respuestas para las cuestiones de negocio más complejas mediante la integración de funciones y herramientas de analítica, proporcionando así una plataforma escalable y ágil que permite a las organizaciones impulsar el valor del negocio. Vantage ofrece acceso a una amplia variedad de análisis descriptivos, predictivos y prescriptivos; toma de decisiones autónoma; funciones de aprendizaje automático; herramientas de visualización en nubes públicas, on-premises, en infraestructura optimizada o as-a-service.

Vantage permite extraer información relevante de las fuentes de datos en un ecosistema con funciones analíticas avanzadas, incluyendo 4D Analytics de Teradata. Los usuarios pueden recibir acceso inmediato a funciones como estadísticas, transformación de datos, patrones, visualización, clusters y diagramas de decisiones.

A medida que la automatización incrementa la actividad de los negocios, la inteligencia artificial y machine learning se han vuelto esenciales para ayudar a las compañías a ser competentes en un mundo cada vez más digital y basado en datos cloud. Teradata Vantage permite que la Inteligencia Artificial y el machine learning se adapten de manera óptima y puedan proporcionar respuestas rápidamente a las compañías.

Los perfiles digitales que la industria demandará en 2019

En la era del smart data, el blockchain y el machine learning, donde debemos adaptar, reajustar y hasta rehacer nuestra forma de trabajar constantemente, resulta vital estar al día de las tendencias que están por llegar. En este contexto, las empresas necesitan trabajadores con habilidades transversales, capaces de trabajar colaborativamente y hacer frente a los nuevos retos digitales. Por este motivo los profesionales STEM son cada vez más demandados. Perfiles con una amplia visión de negocio y dominio de múltiples disciplinas que se han convertido en la mejor vía para hacerse hueco en el mercado laboral.

En Selligent Marketing Cloud, como especialistas en marketing automation y desde su experiencia con clientes de varios sectores, han definido algunos de los perfiles laborales que la industria demandará en 2019:

CHIEF DATA OFFICER

Las empresas se han dedicado a recopilar una enorme cantidad de información sobre sus clientes durante los últimos años. Esto exige una figura capaz de implicar al resto de departamentos para instaurar una metodología de gestión de los datos eficaz. La información sobre los consumidores es un verdadero activo para la marca que permite identificar nuevas oportunidades y crear valor para el negocio.

En Europa, la reforma de la normativa del RGPD ha obligado a extremar las medidas de seguridad sobre los datos personales por parte de marcas y empresas. El CDO debe ocuparse de que en todos los departamentos se respeten las leyes de protección ya que cualquier fuga de información o robo de datos podría repercutir negativamente en las ventas y reputación de la empresa. El CDO está al cargo de un área que repercute en todas las demás y,

como consecuencia, también en su rendimiento. Para conseguir que la información fluya, adquiere la función de asesor, en todos los niveles dentro de la empresa, desde los encargados de crear las campañas de marketing hasta los responsables de



business intelligence.

ESPECIALISTA EN EXPERIENCIA DEL USUARIO (CX)

Según PwC, el 73% de las personas consideran la experiencia como uno de los principales factores para decidirse a realizar una compra. Los consumidores tienen las expectativas cada vez más altas y esperan que cada interacción con la marca sea fácil, relevante y eficiente. Sin embar-

go, a pesar de que las empresas ven la experiencia de usuario como una prioridad, muchas de ellas fallan en el intento de mejorarla.

El especialista en experiencia del usuario tiene que pensar qué es lo importante para los consumidores antes, durante y después de interactuar con la marca. Se estudian los perfiles de los usuarios para personalizar el customer journey y adaptarlo al máximo a sus necesidades. Por

teractúan con la tecnología. Esta tendencia empezó con Siri de Apple y se ha consolidado con Alexa de Amazon, Cortana de Microsoft y el Asistente de Google como parte visible de la evolución de la IA. Según la firma de análisis y consultoría independiente Ovum, el número de smartphones y altavoces que utilizan asistentes digitales superará al número de personas en 2021.

Los asistentes por voz tienen todavía mucho camino por evolucionar, sobre todo respecto al lenguaje natural y la integración de diferentes funcionalidades. Al ritmo que avanza el mercado de la tecnología, a las grandes marcas no les queda otro remedio que apostar por estar en la vanguardia de esta tecnología.

EXPERTO EN GEOLOCALIZACIÓN

A pesar de que cada vez son más las personas que utilizan servicios de localización desde su smartphone, las empresas aún no están explotando todo el potencial del geoposicionamiento. La localización se convierte en un valor añadido para las marcas, que pueden contactar con los consumidores y adaptar los mensajes en función de su ubicación, llegar a ellos en el momento y el lugar más indicado para captar su atención.

Contar con un profesional capaz de incorporar la geolocalización a la estrategia de marketing resulta cada vez más importante. De esta forma es posible personalizar la comunicación, ofrecer contenido de valor y mejorar la experiencia del consumidor, siempre procurando ser lo más relevante y menos intrusivo y no abusar de las comunicaciones push.

ello, el experto en experiencia de usuario debe ser capaz de desarrollar productos, servicios y procesos a medida, controlar herramientas de diseño y conocer todos los canales a través de los cuales un consumidor establece contacto con la marca.

EXPERTO EN APLICACIÓN DE IA

Las búsquedas por voz a través del móvil y los asistentes de voz en el hogar han cambiado la forma en que las personas in-

En todos los casos se trata de áreas novedosas y en constante evolución. El entorno educativo, en general, no es todavía capaz de adaptarse con la rapidez suficiente a estos cambios por eso escasean los profesionales. Las compañías que quieran aprovechar al máximo las nuevas formas de establecer una relación y compromiso con sus consumidores se verán en la necesidad de competir por este talento.

Kyocera celebra 27 años de actividad sostenible

Kyocera Document Solutions celebra el histórico compromiso por la sostenibilidad de la corporación en el 27 aniversario de su Carta Medioambiental. Redactada en octubre de 1991 y parte fundamental de la filosofía impulsada por su fundador, el Dr. Kazuo Inamori, la Carta Medioambiental constituye la base sobre la que operan las diferentes divisiones de la corporación a nivel global, lo que ha permitido posicionar factores como la sostenibilidad y la pro-



tección medioambiental en el corazón del negocio.

Por su parte, Kyocera Document Solutions España cuenta desde hace años con un programa de gestión medioambiental que le ha llevado a colocarse en las primeras posiciones de sostenibilidad empresarial. Su sistema de fabricación está basado en la durabilidad y la reducción del gasto energético y de emisiones de CO2 en todo el ciclo de vida de sus productos.

Personalización, la estrategia más eficaz de las marcas

Los clientes son, ante todo, personas. Y cada vez tienen más poder. Las marcas han entendido que si quieren crecer, tienen que entender que cada comprador es único. La recomendadora tecnológica ysi..., focalizada en ayudar al consumidor a elegir lo que más le conviene, explica cómo funciona la personalización.

El nuevo año se presenta con un escenario diferente en el ámbito tecnológico. Las marcas se han dado cuenta de la necesidad de tratar al usuario como un ser humano y no como un número más en una base de datos.

En este contexto actual, hay una estrategia de marketing que se aúpa por encima del resto: la personalización, un conjunto de acciones que ofrece una cartera de productos y servicios diferenciados para cada cliente. O, lo que es lo mismo, poner el foco en el quién y no en el qué, cediendo el protagonismo de las campañas a los consumidores en vez de a los productos.

La amplia gama de opciones que se le presenta a los usuarios ha provocado que la forma del mensaje haya ido perdiendo



atractivo en detrimento del contenido. Llamar la atención no reside tanto en la novedad ni en el impacto, sino en la comunicación con cada uno de los clientes potenciales de una manera única, centrándose

en sus gustos y necesidades de forma individualizada.

Para dirigirse a la audiencia con precisión se requiere de una gran cantidad de información sobre un consumidor en parti-

cular. Gracias a la nueva ley de la protección de datos, son los propios receptores quienes muestran sus intereses a las empresas para que estas segmenten los contenidos y se lo faciliten de manera detallada, obviando de esta manera todo lo que se podría considerar como spam.

UNA TÁCTICA EFICAZ PARA MARCAS Y USUARIOS

La personalización no es solo una gran oportunidad para los consumidores, a quienes les otorga el poder para elegir qué tipo de mensaje quieren recibir. Ya no solo se dedican a consumir, ahora son curiosos y participativos, quieren compartir experiencias, valores e historias con la firma.

Es, al mismo tiempo, una oportunidad para las compañías, ya que es una forma de involucrar a los clientes con su cultura empresarial. Indudablemente, esta cercanía incita a un aumento del engagement de los usuarios con la marca que desemboca en un crecimiento de la empresa.

Cada vez más multinacionales han apostado por este modelo de negocio, y en cascada, empresas más pequeñas también.

Epson Business Partner Roadshow

El pasado 6 de noviembre se celebró en Bilbao la edición regional del Epson Business Partner Roadshow. Orientado a poner en valor la oportunidad existente para empresas y administraciones públicas que posicionan el uso de la tecnología entre sus prioridades más marcadas, el encuentro sirvió para compartir las iniciativas que en este sentido lidera la compañía y que, gracias a la colaboración de los partners de distribución de Epson, están generando entornos empresariales donde se refuerza el compromiso con el medio ambiente.

Durante la jornada se exploraron varias áreas en las que las tecnologías más innovadoras en proyección y realidad aumentada han demostrado su potencial, entre ellas: educación, sanidad, oficina y retail. Todos ellos son ámbitos en los que la impresión sostenible se ha convertido en un elemento primordial para las empresas y sus consumidores.

Una de las iniciativas innovadoras



que se presentó en esta quinta parada fue una solución de realidad aumentada que combina la aplicación Opera Touch con las gafas inteligentes Moverio de Epson.

PUNTO FINAL

Epson finalizó su Epson Business Partner Roadshow 2018 el pasado 20 de noviembre en Barcelona. El encuentro se centró en el fomento de

la sostenibilidad del tejido empresarial español a través de la innovación tecnológica, objetivo perseguido por la compañía para promover así una sociedad con hábitos de consumo y de compra responsable. La compañía presentó su Visión Medioambiental 2050, cuyo compromiso más destacado es la reducción, en un 90%, de las emisiones de CO2 de sus productos y servicios durante su vida útil.

Durante el simposio, la compañía dio a conocer a sus partners las últimas novedades en el área de impresión, impresión profesional, video-proyección y realidad aumentada; todo ello, enmarcado en la lógica social de la impresión eficiente y la economía circular.

El #EpsonRoadshow18 cerró su ciclo con la parada catalana, tour que, durante los últimos meses, ha visitado las principales ciudades de España y Portugal: Madrid, Sevilla, Valencia, Bilbao y Lisboa.



Veritas y Pure Storage con la gestión de datos

Veritas Technologies, especializada en protección de datos empresariales, en colaboración con Pure Storage, plataforma de almacenamiento integral, han anunciado una nueva colaboración a nivel global para ayudar a los clientes a modernizar la protección de datos y a maximizar su valor para obtener una ventaja competitiva.

Esta colaboración permitirá a las compañías consolidar las cargas de trabajo en la arquitectura de los centros de datos con Pure Storage, impulsada por Pure Storage FlashBlade. Con la integración de NetBackup, la tecnología principal de Veritas, los datos empresariales se pueden compartir, proteger y recuperar.

Clasificación EcoVadis Gold para Epson

Epson ha recibido el sello y clasificación Gold por su compromiso global con la sostenibilidad de la plataforma independiente EcoVadis por segundo año consecutivo. Esta clasificación en lo más alto de las compañías responsables en materia de sostenibilidad refleja el compromiso de Epson por responder a los más altos estándares internacionales en Responsabilidad Social Corporativa, así como sitúa a Epson entre las empresas destacadas en responsabilidad medioambiental y sostenibilidad y destaca sus excelentes aportaciones en derechos Laborales, Humanos y Éticos.



Líder mundial en fabricación de equipos para el tratamiento de la documentación.

KERN sigue innovando y desarrollando soluciones con la última tecnología, enfocadas a la automatización de múltiples procesos para las artes gráficas, banca, industria, etc...



Sistemas de ensobrado inteligentes & Software de gestión y control para salas de impresión y ensobrado

- Desde 8.000 hasta 27.000 sobres / hora con cambios de formato automáticos.
- Procesos de facturación, extractos de cuenta, mailings...
- Software de gestión y control para ofrecer mayor seguridad y obtener datos de producción en tiempo real a nivel de unidad postal, documentos, operadores, generar reimpresiones...



Equipos de Pre & Post proceso

- Línea de corte rotativo y apilado hasta 200 m / minuto con salidas de 1 a 4 pilas contrapeadas.
- Permite conexión en línea con impresoras digitales de alta velocidad.
- Soluciones de bobina a bobina, perforado dinámico, control de calidad de la impresión, etc...
- Sistemas inteligentes de confección de cuadernillos y libros.



Sistemas para tarjetas plásticas

- Personalización en B/N y color, codificación de banda magnética, chip, RFID...
- Lectura, casado, adhesión y ensobrado.
- Tarjetas regalo: adhesión, plegado, hendido, encolado...



Soluciones de impresión ink jet, lectura, verificación y trazabilidad

- Impresión ink jet on/ off line para acuses de recibo, direcciones logotipos...
- Lectura y archivo de imágenes para devoluciones de correo, etc...
- Marcaje sobre cualquier superficie, lectura, verificación, tracking...



5 tendencias que transformarán el e-commerce en 2019

Adquirir un producto o un servicio a través de Internet es cada vez más común entre los españoles. En tan solo tres años, el porcentaje de compradores online ha evolucionado del 36,8% en 2015 hasta el 44,5% actualmente. Aunque todavía faltan cifras oficiales, las previsiones apuntan que en 2018 se habrán superado los 30 mil millones de euros del año 2017, según los datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Así que siguiendo este crecimiento imparable el comercio electrónico seguirá evolucionando marcado por algunas de las tendencias que están transformando la manera de comprar y vender en Internet.

MULTIPLICACIÓN DE LOS CANALES DE COMPRA

Tradicionalmente, los puntos de compra más habituales han sido las tiendas online o marketplaces. Sin embargo, últimamente los usuarios cada vez más compran a través de otros canales como son las redes sociales, Facebook o Instagram, o directamente a través de cualquier página web o blog, gracias a las funcionalidades que permiten una compra más directa como el "Buy Botton", desarrollado por PrestaShop. Además, teniendo en cuenta que en España el comprador online es usuario activo de las redes sociales (más del 90% está en Facebook y más de un 55%, en Instagram y Twitter, tal como apunta el último estudio anual de IAB Spain), es imprescindible una estrategia de e-commerce que englobe todos los canales.

TECNOLOGÍAS DE VANGUARDIA PARA CONSEGUIR UNA EXPERIENCIA CADA VEZ MÁS PERSONALIZADA

La inteligencia artificial y el machine learning son ya una realidad en muchos ámbitos y el e-commerce es uno de ellos. Gracias a estas tecnologías junto con el Big Data, existen softwares inteligentes que van aprendiendo progresivamente los comportamientos de los usuarios interactuando con las tiendas online o marketplaces y, de esta forma, consiguen crear per-



Bertrand Amaraggi
Country Manager de
PrestaShop en España



files más completos de sus clientes para ofrecerles artículos e información personalizados según su interés y preferencias. Una tendencia que seguro que irá mejorando cada vez más, especialmente ahora que el envío de ofertas masivas por correo electrónico está disminuyendo debido al Reglamento General de Protección de Datos.

Otro cambio a la hora de hacer la compra se verá con la implementación de tecnologías de realidad aumentada. Las típicas inquietudes sobre si el sofá quedará bien en el salón o si las gafas de sol me quedan bien se solucionarán en parte con esta tecnología. De hecho, uno de los frenos en el e-commerce hasta el momento ha sido no poder probar el producto, por lo que las continuas mejoras de la realidad aumentada contribuirán a mejorar la experiencia del usuario, lo que repercutirá en una mejor tasa de conversión y a la vez disminuirá la tasa de devolución. De momento, el ejemplo más conocido es el de Ikea y aunque en general no está muy presente, sin duda irá ganando terreno especialmente en sectores como el interioris-

mo y la decoración.

Por otra parte, el servicio de atención al cliente está empezando a incorporar, aunque de forma aún bastante básica, la inteligencia artificial. El ejemplo más claro son los chatbots, aplicaciones de conversaciones que permiten no solo atender los clientes fuera del horario laboral, o sea 24/7, sino también abrir camino a nuevas formas de comprar con asistentes personales basados en la voz como Alexa, Siri, o Google Assistant, que fueron un gran éxito en la campaña de Navidad del año pasado. La consultora Gartner estima que en 2020 el 3,3% de los hogares del mundo realizarán compras a través de asistentes virtuales y que el voice shopping generará 2.100 millones de dólares.

BÚSQUEDAS POR VOZ, NUEVO RETO PARA EL SEO

Según muchos estudios, el reconocimiento de voz será un avance clave durante los próximos años. Hace dos años, una de cada cinco búsquedas en Android era por voz, y se estima que llegará al 50% en 2020, según un estudio publicado

por Comscore. Esto tendrá un impacto muy importante en el SEO, que ahora funciona básicamente por palabras clave. Pero la llegada de las búsquedas por voz traerá cambios en los algoritmos de Google para adaptar el contenido léxico al oral. De esta forma, predominará el uso de frases long tail, más afines al lenguaje oral, como por ejemplo "¿dónde puedo cenar en Madrid?", en vez de "restaurante Madrid".

EL EFECTO ROPO: RESEARCH ONLINE, PURCHASE OFFLINE

El mundo online convierte una alta proporción de las compras, pero aun así el 69% de los clientes sigue haciendo webrooming, una tendencia de consumo al alza que consiste en buscar los productos en Internet para luego adquirirlos en un comercio físico. Y no solo esto, sino también la opinión de otros consumidores, que son un factor crucial a la hora de tomar la decisión. Esto significa una redefinición de la experiencia en tiendas físicas así como una oportunidad para las empresas que cuentan con tiendas tanto tradicionales como online. Pero sobre todo, la importancia de que todos los canales estén interconectados para dar a los consumidores la comodidad que necesitan.

LA ENTREGA EL MISMO DÍA O EN 24 HORAS ES UN NUEVO ESTÁNDAR

Según el último estudio anual de e-commerce de IAB Spain, para casi un 50% de compradores online los plazos de entrega son uno de los principales motivos de una alta satisfacción, junto al precio. Para responder a esta demanda de los clientes, cada vez más plataformas están incorporando la flexibilidad en las entregas, de modo que el cliente pueda elegir si prefiere recibir su compra en unas horas, el mismo día o dentro de un plazo que puede variar según el e-commerce. De esta forma, las entregas express ya no están reservadas solo para los clientes de Amazon.

Sin duda, el comercio electrónico está entrando en una etapa de madurez en la que el imperativo es sacar el máximo provecho de la tecnología y la multicanalidad para que la experiencia del cliente sea impecable a lo largo de todas las etapas. Así que ya no queda nada para ver cómo estos factores marcarán la diferencia en el mercado.

Nombramiento Julio Pérez

Vicepresidente Ejecutivo para el Sur de Europa de Altitude Software

Altitude Software, proveedor global de soluciones omnicanal para mejorar la Experiencia de Cliente, ha anunciado que Julio Pérez ocupará el cargo de nuevo Vice Presidente Ejecutivo para el Sur de Europa. La misión de Julio Pérez es impulsar el crecimiento de la compañía en el sur de Europa, trayendo al mercado una nueva generación de soluciones basadas en Altitude Xperience. El directivo cuenta con más de 20 años de experiencia profesional en desarrollo de negocio, gestión de la innovación, estrategia y consultoría tecnológica, desarrollo de soluciones e integración de sistemas en la industria de las TIC.



Dé un paso adelante y marque la diferencia con la **efi!** Pro 32r

7 PI 600 X 600 PPP 207 M2/H LED



Innove con Impresión 3D



 TALAWIN

info@talawin.com
www.talawin.com

Gráficas ESGA apuesta por la impresión digital con Canon

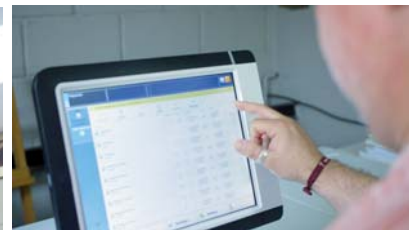
Canon ha colaborado con Gráficas ESGA para mejorar su sistema de impresión apostando por los equipos digitales de Canon, que permiten mantener la calidad de los trabajos al tiempo que ahorran en procesos y costes.

Gráficas ESGA es una imprenta malagueña que opera en toda la provincia, con más de 40 años de experiencia en el sector de las Artes Gráficas. Para conseguir los más altos estándares de calidad en sus productos, Gráficas ESGA optó por colaborar con Canon por el excelente rendimiento que ofrecen sus equipos, tanto a color como en blanco y negro, y que garantizan que



la calidad del trabajo se mantenga al 100% desde la primera copia hasta la última. Los

equipos Canon también han demostrado ser solventes en impresión con gramajes



ultra finos, utilizando incluso papeles de 56 a 60 g/m² y clasificándolos de manera automática con éxito.

Para Gráficas ESGA han sido fundamentales tanto la calidad del servicio técnico de Canon, que ha evitado trabajos parados reduciendo el tiempo de puesta en marcha y reparación de equipos, como la rapidez de instalación.

ByPrint Madrid instala la primera Xerox Iridesse de España

ByPrint Madrid se ha convertido en la primera empresa española en adquirir una prensa digital Xerox Iridesse, que le permitirá ampliar su producción y base de clientes ofreciendo una variedad de servicios. Asimismo, la empresa madrileña espera alcanzar ahorros de costes mensuales de entre un 10 y un 15% gracias a la automatización de procesos que permite esta nueva prensa digital.

La Xerox Iridesse es una prensa digital a color con seis estaciones, que combina la impresión en cuatricromía (CMYK) con hasta dos tintas secas especiales (transparente o metalizadas oro o plata) en una sola pasada. Las capacidades de esta nueva prensa digital permitirán a ByPrint Madrid ofrecer servicios como impresión directa en oro y plata junto con la cuatricromía en una sola pasada. Estas



ventajas van a facilitar a la compañía realizar trabajos para un nuevo perfil de cliente, con calidad premium y acabados diferenciadores que ninguna otra tecnología en el mercado actual puede ofrecer de una forma tan automatizada y rápida.



David y Miguel Sánchez, fundadores de ByPrint Madrid.

Nuevo DFE Fiery para Iridesse Production Press de Xerox

Electronics For Imaging y Xerox Corporation han anunciado que el servidor de impresión Xerox EX-P 6 desarrollado por Fiery está disponible para la nueva Iridesse Production Press de Xerox. Esta es la primera impresora digital de Xerox que se vende exclusivamente con un servidor de impresión (DFE) Fiery desde que EFI adquirió el servidor de impresión FreeFlow. Los clientes que actualmente utilizan un flujo de trabajo FreeFlow pueden aprovechar la integración con FreeFlow Digital

Workflow Collection para seguir usando el flujo de trabajo FreeFlow con el que están familiarizados, incluyendo FreeFlow Core y Makeready, así como VIPP para la impresión de datos variables. Además, el servidor de impresión EX-P 6 viene con varios módulos de Fiery Workflow Suite, incluyendo Fiery Impose y Fiery Compose para una preparación intuitiva y visual.

Uno de los beneficios de la Iridesse Production Press de Xerox es que permite utilizar dos tintas secas especiales

a la vez. Por ejemplo, las tintas secas doradas y plateadas se pueden utilizar juntas o cada una por separado y aplicarse ya sea encima o debajo del CMYK. La tinta transparente puede aplicarse como capa protectora encima del CMYK, del dorado o plateado, en toda la página o en áreas específicas para mejorar las imágenes. Mediante un proceso de impresión Multi-Pass, se pueden aplicar hasta siete capas de tinta seca transparente para obtener un aspecto táctil y dimensional.

La nueva función Fiery Metallics permite a los usuarios obtener tonos metálicos a partir de colores especiales personalizados directamente en el DFE, sin necesidad de ningún otro trabajo de preimpresión.

Y con Fiery ImageViewer (parte de Fiery Graphic Arts Package, Premium Edition), los operadores pueden ver fácilmente una imagen rasterizada de todas las tintas usadas en un trabajo, incluyendo las tintas secas especiales.



Ensobradoras para Marketing Directo y Transaccional.
Embolsadoras.
Y ahora como novedad líneas de Packaging.

Distribuidor en España:

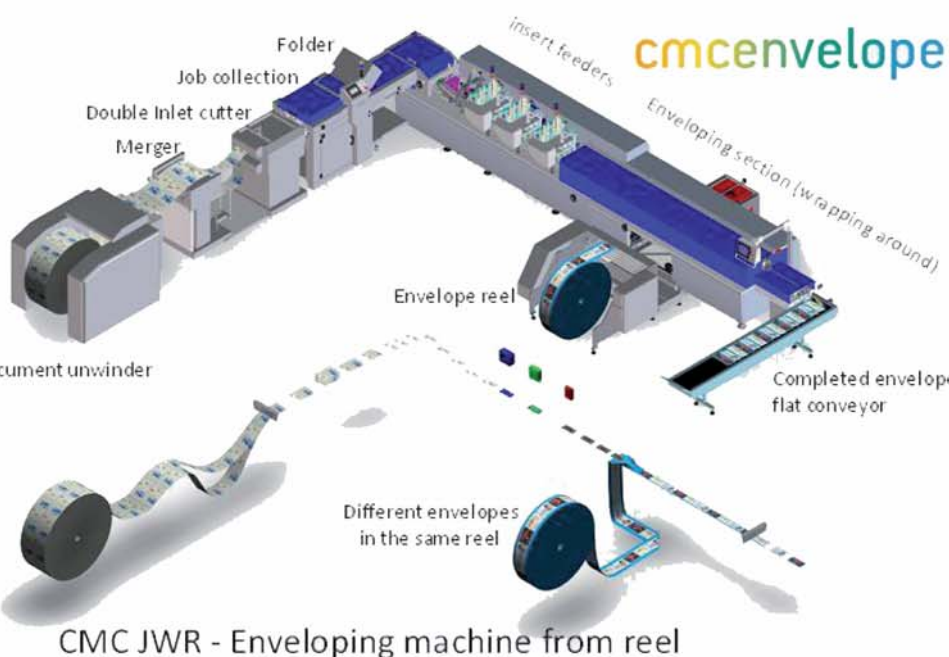
MaBilMac, S.L.L.

Tlfs.: 692 46 33 48 – 663 72 67 44

www.mabilmac.es

www.cmc machinery.com

info: info@mabilmac.es



CMC JWR - Enveloping machine from reel



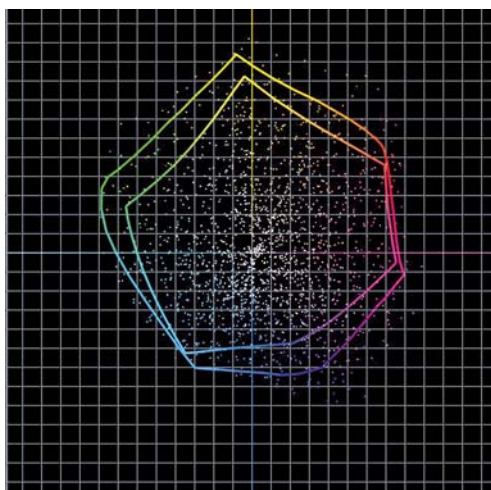
Fujifilm anuncia la impresora digital a hojas B2 en color Jet Press 750S

Fujifilm presenta la tercera generación de su impresora inkjet en formato B2, la Jet Press 750S que ofrece una productividad superior de 3600 hojas B2 por hora y numerosos cambios que mejoran aún más sus prestaciones, como el tiempo de actividad, la versatilidad, la capacidad cromática y la calidad.

La Jet Press 750S está pensada para ofrecer una gran competitividad en la producción de series de hasta 5000 unidades (según la cobertura de tinta). Este nuevo modelo combina a la perfección tecnologías de eficacia contrastada y nuevos avances. La impresora, fabricada a partir de un bastidor de máquina offset, ofrece un registro magnífico entre hojas y entre caras, un tiempo de actividad equiparable al del offset y los últimos cabezales inkjet Samba para imprimir con una gran calidad.

La Jet Press 750S incorpora dos funciones nuevas. La primera es una nueva técnica de autolimpieza, llamada "limpieza por desbordamiento", que limpia el cabezal entre un trabajo y otro o cuando el cabezal está en movimiento. La segunda es un nuevo sistema de retracción activa del cabezal (AHR por sus siglas inglesas) que levanta las barras de impresión del tambor cuando se detecta alguna deformación en el papel (< 3 mm), lo que reduce la probabilidad de que este se atasque.

Por otro lado, el aumento de la velocidad de esta máquina de gama alta ha sido posible al renovar dos de sus componentes importantes. En primer lugar, la impresora incorpora la nueva generación de cabezales Samba. Para poder alcanzar una velocidad de hasta 3600 hojas por hora, ha sido necesario incrementar el número de gotas de tinta por segundo que se depositan en el papel. Así, la frecuencia de inyección de la nueva generación de cabezales de impresión Samba ha pasado de 25 kHz a 33 kHz, lo que acelera la colocación de las gotas y contrarresta los efectos de posibles turbulencias. Además, tiene la ventaja añadida



de que se reducen las variaciones en la colocación de las gotas, lo cual redonda en la calidad.

La segunda tecnología que mejora la eficacia y la velocidad de la máquina es un nuevo sistema de secado en el que la hoja impresa pasa a una cinta transportadora calentada mediante unos rodillos, y a la que se le aplica vacío durante el secado para mantenerla estable desde el punto de vista dimensional. Así, las impresiones se secan mediante la aplicación de calor a través de la cinta y de aire caliente desde arriba. Además de funcionar a mayor velocidad, el nuevo sistema puede controlar y ajustar mejor las temperaturas, lo que permite usar una gama más amplia de soportes.

La Jet Press 750S incluye tecnología de imprimación de coagulación rápida, que permite usar la máquina para imprimir sobre papel offset estándar, estucado y sin estucar y tiene la gama cromática ampliada, llamada "MaxGamut", que, según el soporte empleado, permite reproducir hasta el 90 % de los 1872 colores Pantone. Para mejorar aún más la reproducción de colores directos y Pantone, Fujifilm ha añadido un módulo a su aplicación XMF ColorPath llamado "XMF ColorPath Brand Color Optimizer" que permite al usuario crear perfiles de toda la biblioteca Pantone para cualquier tipo de soporte.

Por último, aparte del sistema de escaneo en línea (ILS por sus siglas en inglés), la Jet Press 750S viene con el sistema de escaneo opcional ImageConfidence, que garantiza aún más los resultados.

IMPRIMES?

DISPONEMOS DE TODAS LAS MAQUINAS Y CONSUMIBLES PARA LA POST IMPRESION

HENDIDOS - PLEGADORAS
PERFORADORAS



GUILLOTINAS
TROQUELADORAS



GRAPADORAS - TALADROS
PLEGADORAS



GRAPADORAS
PLEGADORAS



SISTEMAS DE LAMINADO
CHROMIUM SLEEKING



CORTE Y GRAN FORMATO



PLOTTER DE CORTE



+351 239 495 218
printhouse.pt

955 675 590
aml-so.es

976 596 606
profi.es



Libro conmemorativo de los 25 años de la impresión digital

En el último año, en una serie de artículos en el blog 'Past-PrintFuture', los expertos de la industria Laurel Brunner y Ed Boogaard han relatado los 25 años de historia de la impresión digital. Para conmemorar este hito, también habrá un libro con el mismo título, que se lanzará durante la celebración del 30 aniversario de Xeikon.

Han pasado 25 años desde que se introdujeron Xeikon DCP-1 e Indigo E-Print 1000 en IPEX 1993. La industria de



la impresión digital ha avanzado mucho desde entonces, y 2018 fue un momento excelente para explorar la evolución de la impresión digital. El proyecto 'PastPrintFuture' se propuso desde el principio no solo hablar de tecnología, dicen Brunner y Boogaard: "Queríamos centrarnos también en las personas que lo hicieron posi-

ble, en los cambios que la impresión digital ha permitido en los modelos de negocios y en las aplicaciones y sobre cómo esto ayuda a definir el futuro de la industria".



Le Roux: preparándose para el futuro

La imprenta Le Roux, ubicada en Erbach, cerca de Ulm, ha incorporado una segunda ROLAND 700 EVOLUTION a sus instalaciones de producción.

Después de recibir una nueva ROLAND 705 EVOLUTION con unidad de recubrimiento y tecnología DirectDrive en marzo de 2018, la segunda máquina, una ROLAND 704 EVOLUTION con unidad de recubrimiento y cambio rápido de planchas, ha comenzado la producción en las instalaciones de impresión del cliente.

Ambas máquinas pasaron la estricta certificación premium de PSO. Las pruebas se llevaron a cabo según las normas ISO 12647-2: 2013 / FOGRA51 aprobadas por la empresa de certificación, Calidad de impresión de Würth, cerca de Munich.

Con el fin de satisfacer las altas demandas de los clientes, le Roux ha estado imprimiendo según los estrictos criterios de PSO durante años.

Brother reduce el consumo de energía de sus equipos de color

El compromiso de Brother con el medioambiente ha hecho que el consumo de energía que tienen sus equipos semanalmente haya disminuido un 29% en los de color y un 10% en los monocromo, además de mejorar las funcionalidades y el rendimiento de los mismos. De esta forma, los clientes de Brother tienen la garantía de que están utilizando equipos con un impacto medioambiental más bajo,



un rendimiento significativamente mejor y una mayor variedad de funciones que los modelos anteriores.

Desde 2012, el especialista en impresión y tecnología se ha centrado en reducir el Consumo de Energía Típico (TEC por sus siglas en inglés) semanal al integrar en sus soluciones las especificaciones de la etiqueta medioambiental Energy Star.

genARate de Konica Minolta

Konica Minolta facilita la transformación de contenido impreso en comunicaciones interactivas con el lanzamiento de genARate, una solución diseñada para la creación de experiencias de realidad aumentada (AR).

genARate es una solución flexible de realidad aumentada de Konica Minolta basada en la nube que puede dar vida a materiales impresos, además esta herramienta no requiere codificación o experiencia previa. genARate convierte contenido digital como vídeos, animaciones, o modelos 3D en materiales impresos para crear experiencias multimedia ricas, emocionantes y nuevas. Los consumidores pueden ver e interactuar con esos objetos virtuales usando sus smartphones o tablets que automáticamente reconocen las imágenes y presentan tridimensionalidad directamente en sus pantallas. Esto se convierte en una forma más convincente de conseguir que los clientes potenciales interactúen con el contenido y eleven las tasas de conversión de contenido. Las experiencias interactivas proporcionan además una información más detallada y en profundidad.



Canon Future Book Forum 2018



Los pasados 21 y 22 de noviembre, Canon Europa celebró su evento anual Future Book Forum en el Customer Experience Center de Pöng, en Alemania. Esta cita, que celebra ya su sexta edición, contó con la presencia de unos 400 editores, impresores de libros, distribuidores e influenciadores de diferentes países. Más del 10% de los visitantes viajaron con el grupo de España. El evento estuvo enfocado a destacar la importancia de los datos en la transformación del futuro del sector editorial y abrir nuevas oportunidades de negocio.

Durante estos dos días de presentaciones y mesas de trabajo, los participantes debatieron asuntos como la importancia del

uso de los datos, el valor de la construcción de relaciones directas con los lectores o por qué es tan importante desarrollar una comunidad para un editor. También se habló sobre cómo mantener una experiencia de usuario omnicanal y se mostraron casos prácticos sobre cómo los negocios utilizan los datos para mejorar el contenido y potenciar su crecimiento.

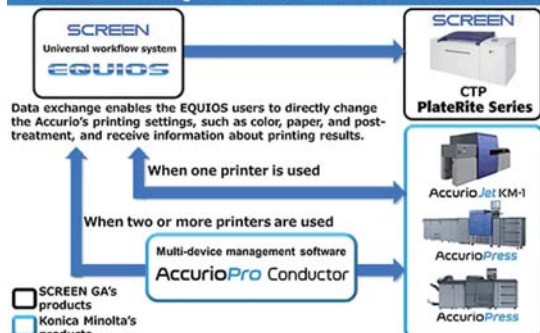
Otro de los puntos principales de debate fue cómo los impresores de libros pueden implementar modelos de negocio de impresión bajo demanda con las últimas tecnologías para hacer más eficaz la gestión de stocks del editor, y mejorar los flujos de trabajo para optimizar la producción.

Konica Minolta y Screen GA mejoran su colaboración

Konica Minolta y Screen GA han mejorado la colaboración en el área de impresión digital comercial para lograr flujos de trabajo híbridos sin fisuras y aumentar de esta manera la facilidad de uso en impresión offset y digital. Ambas compañías mejorarán aún más la eficiencia, ampliarán las oportunidades de negocio y ofrecerán un nuevo valor en la industria de la impresión comercial.

Konica Minolta y Screen GA han mejorado el intercambio de datos en formato JDF (Job Definition Format) entre los sistemas de flujo de trabajo universal EQUIOS ofrecidos por SCREEN GA y las impresoras digitales de inyección de tinta y tóner

Conceptual diagram of data exchange between SCREEN GA's EQUIOS and Konica Minolta's Accurio



Accurio de Konica Minolta. Este intercambio de datos mejorado permite a los usuarios realizar directamente la impresión digital desde EQUIOS, logrando una operación perfecta que abarca la gestión del color y el acabado. Esta solución aumenta la eficiencia de la impresión comercial en entornos de producción y ofrece nuevas oportunidades de negocio al aprovechar al máximo la impresión bajo demanda.

Toshiba TEC lanza 11 equipos multifunción e impresoras a4

Toshiba TEC en España ha lanzado en nuestro país 11 nuevos equipos de impresión en formato A4, siete de ellos multifuncionales y cuatro impresoras.

Entre los nuevos equipos, Toshiba destaca las capacidades multifuncionales de las soluciones e-STUDIO389CS y e-STUDIO479CS, ambas a color, con una capacidad máxima de 2.300 hojas y velocidades de impresión de 38 y 47 páginas por minuto, respectivamente. Por otra parte, el escaneado rápido de hasta 94 imágenes por minuto de los equipos multifunción e-STUDIO338CS y e-STUDIO388CS agiliza el flujo de trabajo para aquellas compañías enfocadas en la digitalización de los documentos. Ambos equipos cuentan con una capacidad máxima de 1.451 hojas y velocidades de impresión de 33 y 38 páginas por minuto, respectivamente.



Nuevas impresoras de inyección de tinta A4 de Epson

Epson ha lanzado dos nuevos modelos WorkForce Pro A4 RIPS (Replaceable Ink Pack System): la impresora multifunción 4 en 1 WF-C579RDTWF y la impresora monofunción WF-C529RDTW que ayudan a aumentar la productividad en el lugar de trabajo y reducen el impacto medioambiental.

Estos dispositivos incorporan escáner ADF dúplex de una sola pasada de 60ipm posicionando el modelo multifunción en el nivel más alto del sector A4 empresarial, mientras que la WF-C529RDTW es una de las pocas impresoras A4 monofunción para empresas que ofrece una impresión segura y que permite el control total de las tareas de impresión a través de Epson Print Admin. El bajo consumo de energía y la no emisión de gas ozono ayudan a mejorar sus credenciales ecológicas y, a su vez, dado que estos modelos cuentan con una mayor durabilidad, su ciclo de trabajo aumenta a las 240 000 páginas en comparación con las 150 000 de los anteriores.



HP lanza la nueva serie LaserJet Pro100 diseñada para pymes

HP ha presentado su nueva serie LaserJet Pro 100 dirigida a pequeñas empresas que buscan soluciones de impresión fiables, inteligentes e intuitivas. El modelo HP LaserJet Pro M118dw y la serie HP LaserJet Pro MFP M148 ofrecen calidad láser, así como un ahorro de tiempo y energía con una óptima impresión a doble cara. Además incluye un tóner inicial de 1.000 páginas para poder empezar a imprimir de manera rápida y sencilla.

Construidas para adaptarse a los espacios más pequeños, las impresoras LaserJet Pro de la serie 100 ofrecen una impresión rápida y automática a dos caras con un tambor de larga duración que dura hasta 23.000 páginas asegurando unos costes de mantenimiento asequibles. Además, con la conectividad inalámbrica y ethernet, la serie HP LaserJet Pro 100 ofrece una conectividad real y perfecta.

Para las PYMES, conseguir la máxima eficacia y productividad a un mínimo coste es crucial. El modelo HP LaserJet Pro M118dw y la serie HP LaserJet Pro M148 tienen unos costes de mantenimiento mínimos y asequibles a la vez que garantizan una impresión de calidad profesional. Las impresoras son intuitivas, presentan un diseño simple y ahorran energía automáticamente con la tecnología HP Auto-on / Auto-off.



Nuevas impresoras ConnectKey de Xerox



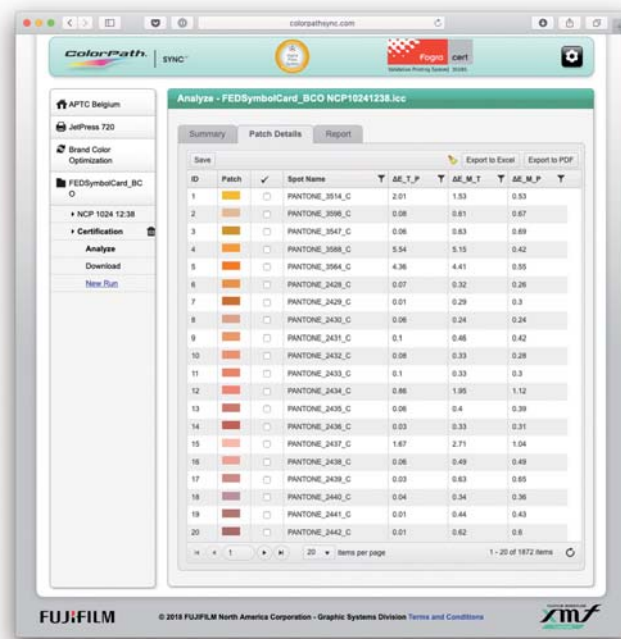
Xerox presenta los nuevos equipos VersaLink C8000 y C9000 para grupos de trabajo medianos y grandes. Gracias a ConnectKey, las impresoras A3 en color Xerox VersaLink C8000 y C9000 son personalizables y producen con una calidad de color profesional, con una probada fiabilidad y a un precio asequible. Además, C9000 está equipada con herramientas de gestión de precisión del color, una mayor flexibilidad de soporte y una productividad añadida, algo imprescindible para los diseñadores gráficos internos.

La exclusiva interfaz de usuario con una pantalla de 5 pulgadas en color, inclinable,

resiste a golpes, deslizamientos y presiones, al igual que los dispositivos móviles, y puede personalizarse para diferentes entornos de trabajo o usuarios individuales.

Ambos dispositivos proporcionan una calidad de imagen en color profesional con tóner EA avanzado y una alta resolución de impresión. C9000 también gestiona mejor los stocks de trabajo con una mayor flexibilidad de los medios en el desarrollo de aplicaciones como folletos, carteles, material de correo directo y señalización. Para automatizar la salida final, el acabado opcional, disponible en ambos dispositivos, ofrece plegado y generación de folletos.

Fujifilm lanza la aplicación XMF ColorPath Brand Color Optimizer



XMf ColorPath Brand Color Optimizer aprovecha la amplia gama cromática que ofrece la Jet Press para reproducir todos los colores directos con la máxima exactitud posible. Brand Color Optimizer sirve para optimizar cualquier biblioteca de colores, como Pantone, HKS y Toyo, por citar solo algunas.

Destaca también la rapidez del proceso de calibración, capaz de calibrar los 1.872 colores de la biblioteca Pantone en menos de una hora. Además, Brand Color Optimizer no se basa en equivalencias visuales ni en suposiciones matemáticas, sino que mide y optimiza cada uno de los colores de la

biblioteca. Así, la Jet Press amplía los tipos de impresión en color que puede efectuar: Impresión ISO 12647-2; Impresión ISO 12647-2 + colores directos; e Impresión de gama cromática amplia.

Pero por si algo destaca XMf ColorPath Brand Color Optimizer es por su capacidad de predecir qué combinación de impresora, tinta y soportes es la más adecuada para imprimir los colores Pantone con la máxima precisión. En los casos infrecuentes en que un color no pueda reproducirse, el usuario lo sabe antes de perder tiempo y malgastar recursos haciendo pruebas de impresión.

Compras de impresora inkjet Jet Press 750S B2 de Fujifilm



Mediadruckwerk

Fundada como copistería cerca de la Universidad de Hamburgo alrededor de 1980, Mediadruckwerk es ahora una empresa de servicios integrales de impresión en la que trabajan 60 personas, y que produce un gran número de productos de calidad, desde tarjetas postales y de felicitación hasta folletos, calendarios, carteles, papelería, envases, informes anuales y tiradas cortas de libros de alta calidad. La oferta de servicios integrales de la empresa incluye la impresión offset, tecnologías de

impresión digitales y de impresión desde Internet, así como distintos sistemas de acabado, diseño gráfico y logística. La empresa, que opera desde unas instalaciones de 3.500 metros cuadrados, está haciendo actualmente una importante inversión de futuro, ya que está construyendo un nuevo pabellón adicional de 2.000 metros cuadrados que albergará, además de todos sus actuales equipos de impresión digital, una nueva Jet Press 750S de Fujifilm, que se instalará a principios de 2019.

FloriColor

FloriColor, con sede en Oporto, se ha convertido en el primer impresor portugués en invertir en la emblemática impresora inkjet Jet Press B2 de Fujifilm, y en una de las primeras imprentas europeas en invertir en la nueva Jet Press 750S de tercera generación. La prensa se instalará en enero de 2019.

FloriColor es una empresa familiar con una trayectoria de 40 años que da trabajo a 82 personas y exporta sus productos de alta calidad a todo el mundo. La empresa portuguesa líder en la impre-



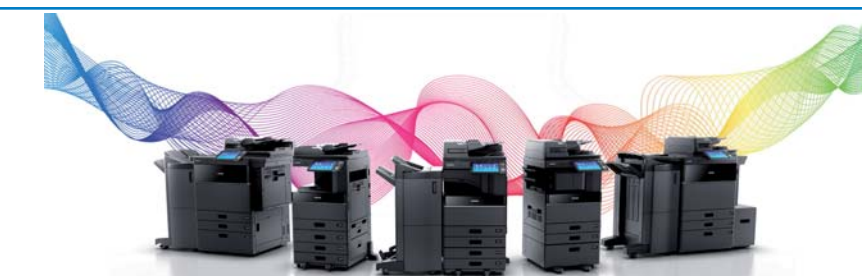
sión de fotolibros cita la velocidad, la calidad y los beneficios medioambientales como razones de su inversión en la impresora de tercera generación Jet Press 750S de Fujifilm



Modelos de inyección de tinta Ecotank de Epson

Los modelos de inyección de tinta de Ecotank son capaces de asegurar un gran ahorro a los empresarios de PYMEs. Esto se debe a que su diseño es completamente distinto al de la mayoría de las impresoras; cuenta con un gran depósito de tinta que se rellena con botellas de tinta (ya incluidas) en lugar de la tradicional sustitución de cartuchos. Desde un inicio, el usuario dispone de tinta suficiente para imprimir más de 7500 páginas en color y 4500 en negro, lo que supone un ahorro de dinero y tiempo, ya que se evita tener que reponerlas con frecuencia. Aunque es probable que los reemplazos sean escasos, el coste de las botellas de tinta es asequible. Además, gracias a su conectividad Wi-Fi y Wi-Fi Direct, se pueden enviar documentos para imprimir desde dispositivos inteligentes mediante la aplicación Epson iPrint.

La EcoTank 4 en 1, ET-4700, puede hacer mucho más que reducir los costes de tinta. Asume tareas con facilidad e incluye un alimentador automático de documentos de 30 páginas, fax y Ethernet, lo que la convierte en una herramienta ideal para oficinas pequeñas y hogares con grandes volúmenes de impresión y gestión documental.



Toshiba Tec lanza la gama e-Bridge Next 18

Toshiba TEC en España ha lanzado al mercado una nueva gama de 19 equipos multifuncionales que, al margen de sus altas capacidades, incrementa las prestaciones de las funciones IoT que integra. Así, la nueva gama incluye actualización del firmware, sistemas de gestión de incidencias o de previsión y aviso a los usuarios de, por ejemplo, falta de consumibles basados en su forma de trabajo.

La nueva gama, denominada e-Bridge Next 18, está compuesta por 19 modelos en formato A3 (10 de ellos a color y 9 monocromo), con una capacidad de almacenaje de papel de más de 6.000 hojas, una producción de 85 ppm (páginas por minuto) y un escáner dual de alta velocidad de 240 ipm (imágenes por minuto) o, lo que es lo mismo, capacidad de imprimir hasta 5.100 páginas por hora y digitalizar a todo color hasta 14.400 imágenes a la hora.

Además, la generación de procesadores IoT que integra la gama e-Bridge Next 18 garantiza el máximo rendimiento de cálculo, impresión gráfica y servicios multimedia de estos equipos, a la vez que asegura un buen funcionamiento en una amplia variedad de condiciones térmicas. Todos los equipos cuentan con un controlador de memoria integrado, códigos correctores de errores y una elevada potencia de diseño térmico (TDP) para disipar el calor.

HP reinventa la impresión en el hogar con Tango

HP ha presentado en España su nuevo buque insignia en impresoras inteligentes y de diseño para el hogar: HP Tango, que recoge las últimas tendencias de diseño de interior y al mismo tiempo incorpora la innovación y la experiencia en tecnología de impresión de HP. La primera impresora inteligente para el hogar, HP Tango es un ejemplo de que diseño, innovación y sencillez pueden ser todo uno. Su elegante cubierta, confeccionada en un material suave, es resultado de las últimas tendencias en moda y diseño, y la convierten en un complemento de decoración premium.

Además, HP Tango es la primera impresora con una conexión de red bidireccional basada en la nube que permite imprimir, escanear y copiar desde cualquier dispositivo y lugar. Todo ello gracias a la aplicación HP Smart, diseñada en base a los requerimientos de los usuarios, quienes buscan aplicaciones más fáciles de gestionar con interfaces más sencillas, funcionales e innovadoras.



Flexsan

70^o
Aniversario 1947 - 2017

DELEGACIÓN MADRID
C/ Electrodo, 68 - 1º - nº15
Pol. Ind. Santa Ana
28522 Rivas Vaciamadrid

DELEGACIÓN SEVILLA
C/ Vereda de los Solares, 1 - local
41300 SAN JOSÉ DE LA RINCONADA
SEVILLA

DELEGACIÓN VALENCIA
C/ Narcís Monturiol 18-1º-16
46980 PATERNA - VALENCIA

LUSITANES

Rua da Liberdade, nº9 - Loja D r/c Esq.
Adémia de Cima
COIMBRA - PORTUGAL
Telf. 939 947 455
3025-006

- **Planchas flexográficas**
 - Resina líquida
 - Sólido digital
 - Alta calidad
- **Camisas grabadas en elastómero**
- **Camisas y cilindros para continuo**
- **Diseño gráfico**
- **Cartón ondulado**
- **Embalaje flexible**
- **Etiquetas y estuchados**
- **Pruebas de contrato**
- **Suministros para flexografía**
- **Adhesivos técnicos**
- **Anilox cerámicos**



Tecnología:
ESKO

Ctra. Valladolid, Km.3 • Apdo. 224 • 24227 Valdelafuente-León
Tfno. 987 25 86 11 • info@flexsan.com • www.flexsan.com

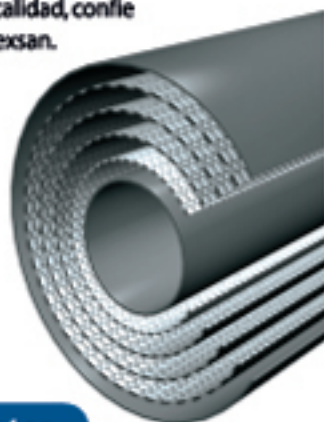
Coaxyl BS/EM/TR

Nip Systems

Camisas de larga duración para mejorar la productividad

Flexsan ofrece tecnología en camisas para ayudarle en la producción de todas sus necesidades de Impresión.

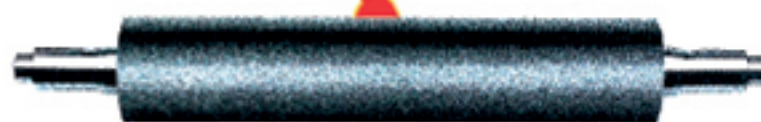
Cuando quiera limitar el remosqueo, e imprimir a alta velocidad con camisas robustas de alta calidad, confíe en la compañía que dice "Yes We Can", Flexsan.



Características importantes

- **Filtrado de vibración**
- **Fácil montaje**
- **Estructura extremadamente estable y ligera**
- **Todos los productos están disponibles con propiedades anti-estáticas**

Rodillos Anilox Cerámicos Grabado Láser



Nuestros **RODILLOS ANILOX CERAMICOS** de alta calidad son grabados mediante la más avanzada tecnología láser y recubiertos con una capa de plasma de cerámico, ofreciendo al impresor flexográfico una serie de ventajas muy apreciadas:

- Aporte de tinta constante y controlado.
- Vida útil muy prolongada.
- Compatibles con tintas base de agua, solvente y uv.
- Reducción del consumo de tinta.
- Alta resistencia a la corrosión (1100 - 1300 Vickers)
- Excelente calidad de impresión.
- Densidades de color excelentes.
- Utilización de ceras, siliconas, barnices ...etc.
- Barniz uv.
- Anilox trihelicoidales para aplicaciones especiales.
- Anilox especiales para grandes aportes de tintas/barnices....etc.

CALIDAD Y CONTROL

Nuestros Rodillos Cerámicos son sometidos a un riguroso control de calidad, que se refleja en la ficha de control que acompaña a cada cilindro cerámico:

- Exactitud de grabado a lo largo de todo el cilindro.
- Control de concentricidad.
- Control de profundidad de los alveolos.
- Control volumen de tinta cm²/m².
- Ángulos de trama.
- Lineaturas.



La innovación como foco del congreso de Comparing

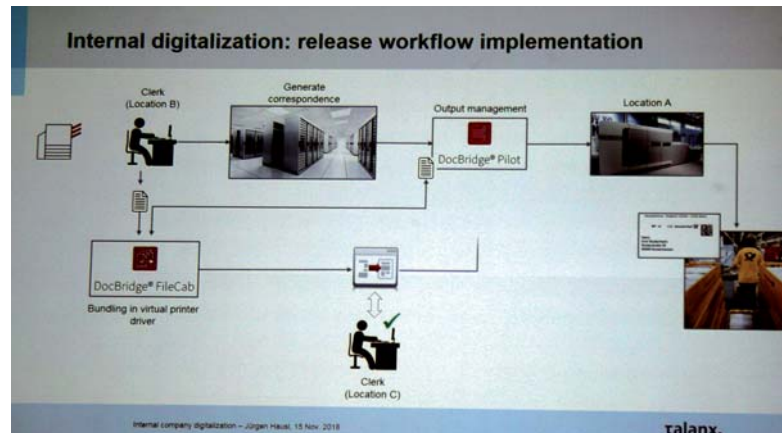
Se celebró por noveno año Comparing, el evento organizado por Compart en la ciudad alemana de Böblingen dedicado a la gestión multicanal del documento y que contó con algo más de 400 asistentes, prácticamente la misma cantidad que el año anterior, a los que sumaron otro medio centenar del congreso que se celebró en Minneapolis.

Michael Carl de 2b AHEAD Think, en su discurso "Diálogo con lo desconocido" de apertura de este encuentro, se refirió a la automatización de procesos, la entrada omnicanal y la accesibilidad sin restricciones, que tienen como resultado que las demandas de procesamiento de documentos en las empresas aumenten constantemente. Y en visión futurista se fue hasta el año 2025, cuando lo que ahora es de lunáticos será normal, el humano que vivirá 1.000 años ya haya nacido, la conversación con máquinas será habitual..., estas y otras aseveraciones indicó en su charla.

El procesamiento de documentos se trató en Comparing 2018, ante la gran cantidad de datos y la inteligencia artificial, los datos se están convirtiendo en el foco de toda transformación digital, por lo que los expertos ya hablan del "nuevo petróleo" en las comunicaciones con los clientes.

La digitalización interna de la compañía fue el tema elegido por Jürgen Hansl en nombre de Seguros Generali y Talax y la empresa de servicios de facturación para clínicas de toda Alemania, Unimedi, y explicó la utilización en estas entidades del sistema de gestión de salida (Output Management System-OMS-) del DocBridge File-Cap para preparar y enviar los documentos por correos.

En la misma línea, Roberto Schmidt, de



Generali, habló del futuro de los Seguros 4.0. Ellos convierten 600 millones de documentos AFP a PDF/A. 2.800 millones de páginas en 12 semanas.

El Blockchain, real o exagerado, se preguntó Paul Philipon-Dollet. Una cadena de bloques, conocida en inglés como blockchain, es una estructura de datos en la que la información contenida se agrupa en conjuntos (bloques) a los que se les añade metainformaciones relativas a otro bloque de la cadena anterior en una línea temporal, de manera que gracias a técnicas criptográficas, la información contenida en un bloque solo puede ser rechazada o editada modificando todos los bloques posteriores. Una técnica esta utilizada en las criptomonedas.

Y como en anteriores ocasiones se dio

un repaso profundo de todos los avances y desarrollos de producto hechos por Comparing recientemente. Fue presentado, entre otros, DocBridge Impress, el software para la generación de documentos multicanal desde un único formato fuente ("Design Once"), herramienta que desde su lanzamiento hace tres años está disfrutando de un aumento de demanda en Alemania y otros países.

Presentó una nueva aplicación que monitorizará todo el ciclo del documento en tiempo real y ofrece métricas clave y consistentes de la producción como base para una mayor optimización.

Dada la variedad de formatos y canales de salida, así como la simbiosis entre el procesamiento transaccional individual y en gran volumen, Comparing se centra ac-



Harald Grumser, fundador y CEO de Comparing.

tualmente en optimizar de nuevo la gestión de documentos, conciliando flexibilidad y adaptabilidad con la reducción de la complejidad.

¿La innovación asesina a la estabilidad o viceversa? Esta es la pregunta que Harald Grumser, fundador y CEO de Comparing, formuló y respondió en su conferencia de apertura el segundo día del Congreso. Repasó algunas innovaciones desde el siglo XVI que han dado estabilidad como por ejemplo: las vías del tren, la constitución americana, el código civil alemán o la introducción del código ASCII. También mostró fracasos de la misma naturaleza recientes y pasados.

La innovación obliga a tomar decisiones de previsión de futuro que no tienen por qué cumplirse. La innovación es un término que se utiliza casi por igual entre todas las disciplinas científicas, que puede ser una nueva idea, un nuevo dispositivo o un nuevo método y es considerada como una oportunidad o una amenaza según la personalidad, la cultura y la época y su ritmo de aplicación puede variar de incremental a radical.

Acuerdo estratégico Kyocera - atSistemas

Kyocera Document Solutions ha suscrito un acuerdo estratégico con atSistemas para la distribución y comercialización de servicios y soluciones documentales, así como de servicios de consultoría para las empresas dispuestas a afrontar su transformación digital.

Este nuevo acuerdo supone un impulso a los esfuerzos mantenidos desde ambas compañías para el desarrollo de soluciones software de última tecnología capaces de dar una respuesta integral a las necesidades de



digitalización de los actuales espacios de trabajo.

De este modo, atSistemas, compañía especializada en consultoría, desarrollo e implementación de servicios IT, pasa a integrar en su portfolio las distintas soluciones desarrolladas bajo Solpheo, el software de gestión documental y procesos de negocio que acaba de presentarse bajo una nueva versión destinada a optimizar y facilitar los flujos de trabajo en organizaciones.

Tecnologías específicas para asegurar la Calidad del Dato

Annte el imparable crecimiento del volumen de datos almacenados, DEYDE, compañía tecnológica de Calidad de Datos, muestra a las empresas cómo crear y obtener valor a partir de dicha información.

Efectivamente, a diario se producen en el mundo cerca de 2.5 trillones de bytes de datos, una cantidad ingente de información que no hace sino acrecentarse por el aumento de los dispositivos IoT y del número de seres humanos conectados a Internet. Sin embargo, la amplia mayoría de esos datos que se almacenan (sobre el 80%) en Bases de Datos son desestructurados, erróneos o incompletos y, por tanto, carentes de valor para la toma de decisiones empresariales y crear una visión de cliente única.

Para ayudar a las empresas a conseguir sus objetivos de inteligencia comercial, DEYDE recomienda una serie de tecnologías, roles y enfoques, los cuales, bien aplicados, facilitarán la gestión de la información.

LA CIENCIA DE LOS DATOS

Los datos, como ciencia, constituyen una disciplina que incluye métodos científicos, procesos y sistemas para obtener no solo conocimiento, sino también un mejor entendimiento de la información en sus diferentes formas.

NUEVA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS

Desde el pasado 25 de mayo, el Reglamento General de Protección de Datos de



la Unión Europea (RGPD) es una realidad. En este sentido, y a medida que las organizaciones avancen en su cumplimiento, surgirán nuevos desafíos y oportunidades mientras se revisan los modelos de datos y estrategias.

En este punto, la vinculación de la gobernanza de los datos con el cumplimiento del nuevo RGPD es necesaria. Con un gobierno de datos adecuado, las organizaciones pueden supervisar políticas y procedimientos esenciales para garantizar que la empresa, en su totalidad, cumpla con el marco legislativo correspondiente. De este modo, la protección de datos se convertirá en un factor competitivo cada vez más importante.

PERFILES EN ALZA: CDO Y DPO

De acuerdo con Gartner, el Chief Data Officer (CDO) es un profesional que, el 90% de las grandes organizaciones, incorporará a sus filas a largo de 2019. Se tra-

ta de un perfil tecnológico con carácter multidisciplinar que ejerce como máximo responsable de la gestión de datos, transformando grandes volúmenes de información en modelos predictivos y prescriptivos que faciliten el rendimiento empresarial. También debe abordar la gobernanza de datos mediante un enfoque coherente y global.

Por su parte, el Data Protection Officer (DPO) llega de la mano del GDPR, que establece la obligación de designar a un Delegado de Protección de Datos. De igual modo, la definición de su rol también tendrá un gran impacto con relación al uso de datos y la generación de valor para negocio. Además de ser una figura facilitadora, su misión es la protección de datos y mitigación de riesgos, con especial foco en el cumplimiento.

CALIDAD DE DATOS COMO VENTAJA COMPETITIVA

Hoy en día se habla de la gran cantidad de datos disponibles, lo que supone tanto un desafío como una oportunidad para las empresas. La clave no es solo determinar qué datos nuevos se deben usar, sino también examinar periódicamente los conjuntos de datos para comprobar su precisión y valor.

Durante 2019, la mayoría de las empresas asignarán recursos a proyectos de Calidad de Datos. Aunque estas prácticas se apliquen inicialmente en los equipos tecnológicos, las unidades de negocio vincularán las métricas de Calidad de Datos a otras áreas interesadas en mejorar sus bases de datos y optimizar sus resultados.

NUEVA GENERACIÓN DE HERRAMIENTAS DE CALIDAD DE DATOS

Disponer de soluciones flexibles e integradas para gestionar la Calidad de los Datos, así como herramientas de análisis de gobernanza e integración es esencial con el fin de aprovechar la información y explotar el conocimiento sobre clientes y mercados.

Por tanto, a lo largo de este año continuarán las técnicas de aprendizaje automático utilizadas para identificar relaciones entre los conjuntos de datos y sugerir uniones, aparte de detectar y corregir errores y normalizar la información. Los algoritmos seguirán enriqueciendo las herramientas de calidad de datos, de modo que el análisis predictivo y la gestión de grandes volúmenes de datos serán cada vez más efectivos.

Software DocPath



Mejoras en OutputDynamics

DocPath ha añadido mejoras considerables en su solución de software DocPath OutputDynamics, que abarcan tres de los aspectos clave de esta solución documental de altas prestaciones: rendimiento, estabilidad y usabilidad.

DocPath OutputDynamics es más que un software para la impresión de alto volumen. Se trata de una solución documental de Output Management flexible y, ante todo, completa, diseñada para procesar, generar y distribuir grandes cantidades de documentos en tiempo récord, así como aplicar un amplio abanico de pre- y post-procesos de forma automática, como la clasificación de documentos por código postal, la conversión del formato de los archivos, el envío por correo electrónico y la inclusión de publicidad personalizada (TransPromo o venta cruzada).



Sinclair, para el control de Output Management

DocPath lanza su nuevo software de monitorización y control de los documentos de salida, que viene a cubrir la necesidad de una herramienta completa de gestión de Output Management.

DocPath Sinclair contiene interfaces gráficas que proporcionan información en tiempo real de los diversos elementos del sistema de generación de documentos, así como la capacidad para configurar, sobre la marcha, los motores de generación de documentos disponibles.

DocPath Sinclair es un software de procesamiento de documentos de salida basado en la web, que no requiere ninguna instalación en la máquina del usuario y que se puede utilizar de forma remota.



Active Spooler

DocPath Active Spooler es un software que permite gestionar los spools de impresión y documentos ya generados, garantizar su entrega, incluso en el caso de que se produzca algún error en el envío, y permitir, además, su reimpresión independientemente de su origen.

Siendo los documentos la forma en que los sistemas de información proporcionan sus resultados a los usuarios, resulta muy importante que las salidas de esos documentos sean gestionadas apropiadamente, para disminuir o eliminar completamente los errores, facilitar, cuando sea necesario, los medios para el redireccionamiento hacia otros medios de impresión o distribución, o para efectuar re-intentos cuando se produce alguna anomalía. Además, al disponer de almacenamiento temporal, Active Spooler proporciona los recursos para una gestión avanzada de los procesos evitando colapsos.

Tendencias tecnológicas para 2019

Las nuevas tecnologías rara vez funcionan de forma independiente sin influir en el entorno en el que se encuentran. Por eso es extremadamente importante entender lo que vendrá en el futuro. A continuación se enumeran algunas de las tendencias tecnológicas que veremos durante 2019.

VALORAR EL PASADO

Según comenta Mikel Bisgaard-Bohr, vicepresidenta de Desarrollo de Negocio Internacional de Teradata, "el próximo año las compañías tendrán que echar la vista atrás y revisar su pasado para lograr éxito en el futuro". Esto significa que se dará mayor valor a lo "antiguo" y a situaciones como el fraude, los riesgos o la gestión de costes, ya que esos casos han contribuido a la creación de valor en el espacio analítico. La atención se centrará en los pilares originales de la organización y no en los casos recientes. Los tradicionales cuellos de botella de las empresas, que han sido un reto en el pasado, ahora se pueden superar fácilmente.

Katarina Hansson, directora Internacional de Retail en Teradata, afirma: "el objetivo para el próximo año será resolver los problemas básicos antes de tratar de obtener valor de lo nuevo". Opina lo mismo David Socha, quien después de asistir al evento Forrester Predictions en Singapur, comentó que uno de los temas clave para



2019 será llevar el pragmatismo a la transformación digital y a las tecnologías emergentes.

UNA BUENA INSTALACIÓN PREVIENE LA FUGA DE DATOS

Para las empresas online el próximo año estará marcado por el "data plumbing", que incluye la adquisición, gestión e integración de datos. Esta práctica se considerará un factor clave para lograr el éxito. El "data plumbing" también detecta la presencia de los llamados "datos oscuros". Este término se refiere a los datos o información que se deja sin explorar en el análisis de las empresas. Es importante llegar a todos los datos, ya que puede alertar a las empresas identificando grandes oportunidades o posibles riesgos de seguridad que de otra manera pasarían inadvertidos.

El acceso a todos los datos como resul-

tado del "data plumbing" permite que se obtengan los mejores resultados de los análisis predictivos y la Inteligencia Artificial (AI). El análisis predictivo ayuda a las organizaciones a generar nuevas respuestas a clientes y nuevas oportunidades de ventas. El análisis predictivo que proporciona la tecnología se puede utilizar en diferentes sectores, tales como: finanzas, salud, automóvil, aeroespacial, comercio, hostelería, y farmacéutica, entre otros. La continuación de la analítica predictiva se encuentra en la IA, ya que también puede hacer suposiciones, probar y aprender de forma autónoma.

DATOS A LA VANGUARDIA

Otra de las tendencias presentes el próximo año se refiere a la mayor proximidad de la Inteligencia Artificial (IA) a las fuentes de recopilación de datos como los sensores. Esto es posible gracias a la computa-

ción de vanguardia que será fundamental para la implementación del Internet de las cosas (IoT), las ciudades inteligentes y la computación online y física.

2019 será testigo de un aumento de las herramientas de software y datos disponibles en la nube, beneficiando a las pequeñas y medianas empresas y start-ups. Los lenguajes analíticos de código abierto como R, un proyecto GNU - proyecto colaborativo de software libre con el objetivo de crear un sistema operativo libre- asociado con estadísticas y gráficos, ha experimentado un gran aumento en la adopción gracias al código abierto.

Todas estas tendencias nos llevan a concluir que la complejidad del entorno y las numerosas tecnologías y sistemas que hacen uso de los datos, hacen que sea necesaria una administración correcta. En concreto aquellos que gestionan los datos deben entender dónde implementar estos sistemas y tecnologías. Por esta misma razón surgió la figura del Director de Datos y por ello los profesionales de recursos humanos comenzaron a buscar profesionales entre los líderes en la gestión de datos, quienes pueden cumplir con estos requisitos. Según David Socha, es importante "entender que si queremos tener éxito en el mundo de IoT y en el análisis de las cosas, tenemos que contratar a personas que entiendan estos activos".

Cuatro maneras de aplicar la Inteligencia Artificial al eCommerce

La Inteligencia Artificial puede beneficiar al eCommerce de diversas formas. Lo básico sobre IA es que son las máquinas las que se ocupan de hacer determinadas tareas que ayudan a mejorar los resultados y la productividad del eCommerce. Según un informe de MIT Sloan Management Review y The Boston Consulting Group, los eCommerce que han aplicado la Inteligencia Artificial a su negocio han conseguido un incremento de ventas de entre un 6 y un 10%.

Trusted Shops, el sello de calidad líder en Europa, como experto en el sector, comparte cuáles son mejores formas de aplicar la Inteligencia Artificial al eCommerce:

- **Chatbots para atender al cliente 24/7.** Cada vez es más habitual el uso de chatbots en eCommerce. Su rendimiento es tan alto que en la mayoría de las ocasiones cuesta adivinar si tras el chat online está una persona o un robot. El objetivo es conseguir una experiencia lo más



personalizada e inteligente posible dando un servicio de atención al cliente disponible 24/7.

- **Mejorar la naturaleza predictiva para mejorar la experiencia de cliente.** Gracias a la naturaleza predictiva de la Inteligencia Artificial, el CRM pasará al olvi-

do. La IA permite hacer mucho más eficiente la tarea de recopilar datos de los clientes y potenciales clientes para sacar conclusiones y hacer predicciones. Esto permitirá dirigir un mensaje adaptado a cada visitante en el momento más adecuado para ello algo que mejorará nota-

blemente la experiencia de cliente.

- **Gestionar el inventario para mejorar los resultados del negocio.** Los análisis predictivos de IA están cambiando de arriba abajo la gestión de inventarios. La nueva tecnología permite al propietario de un eCommerce obtener información sobre los factores que impulsan la demanda y hacer análisis predictivo de la demanda futura, algo que significará una mejora de los resultados del negocio.

- **Facilitar la búsqueda de productos por imagen.** Muchos son los usuarios que buscan un producto en un eCommerce a través de imágenes que ha visto en redes sociales o incluso por la calle. Los sistemas de IA permiten ordenar e interpretar estas imágenes para facilitar la tarea al eCommerce y también al cliente final. Por ejemplo, algunas apps de tiendas online permiten dirigir la cámara del móvil hacia un producto para que el eCommerce lo identifique y le muestre la opción más parecida.

Inteligencia Artificial, la aliada perfecta en nuestro día a día como consumidores

La Inteligencia artificial no es una tendencia ni un avance por explorar, forma parte de nuestro día a día: cada vez que le das una orden a Siri o Alexa, cuando escuchas la lista de descubrimientos semanales de Spotify o al recibir por email una oferta para comprar un producto que hace tiempo que querías. La IA camina ya entre nosotros y está revolucionando la forma en que compramos y en que nos relacionamos.

También se ha convertido en la herramienta preferida de las marcas para llegar a nosotros por su capacidad para fusionar la rapidez y precisión de las máquinas con la creatividad humana y la atención personal. "El término IA en el mundo del marketing se refiere a la tecnología que es capaz de tomar decisiones y ejecutar acciones de manera autónoma para maximizar las posibilidades de éxito", explica Rafa Romero, responsable de Selligent Marketing Cloud Ibérica, empresa especializada en marketing automation.

Sabemos que para las marcas la IA tiene numerosas ventajas, desde la microsegmentación del público objetivo hasta la gestión en tiempo real de las peticiones de los clientes, pasando, por supuesto, por la creación de contenido relevante. Pero como consumidores, ¿en qué puede ayudar-



nos la inteligencia artificial?

- **Regula la presión del marketing.** Los motores de inteligencia artificial gestionan el diseño de trayectorias y las recomendaciones de productos, es decir, podríamos pasar de recibir más de 10 emails a la semana de una sola marca a recibir solo 1 o 2 con contenido que realmente nos interesa. Los expertos en marketing tienen la responsabilidad de mantener la presión del marketing por debajo de los niveles de acoso.

- **Envíos a la hora adecuada y el dispositivo correcto.** Si ya has conseguido acabar con las llamadas de teleoperadores a la hora de la siesta, llega el momen-

to de terminar con los emails que hacen vibrar tu móvil cuando todavía no te has lavado la cara. Los motores de IA son capaces de elegir el momento óptimo de envío y el dispositivo de preferencia para cada uno de los clientes de su lista.

- **Usa datos limpios y fiables.** La versatilidad de la IA es proporcional a la cantidad de datos que gestiona. Muchos consumidores ponemos datos incorrectos adrede para que la marca no nos moleste más de lo que deseamos, pero esto va en detrimento de nuestras ventajas si realmente nos interesan sus productos. Para remediarlo, los expertos en marketing están conectando sus motores de IA a pla-

taformas de datos de clientes que se encargan de comprobar e integrar los datos en los distintos departamentos y puntos de contacto. Esto sirve para que en el futuro no nos pidan más datos personales ni tengamos que responder a tediosos cuestionarios sobre nuestros gustos, pero para ello es necesario proporcionar datos fiables.

- **Ahorra tiempo y esfuerzo al hacer tu compra.** El uso de IA en el marketing digital permite predecir nuestro comportamiento, los ciclos de búsqueda, etc. Es decir, si durante meses cada vez que has entrado en una web ha sido para mirar zapatos y botas, la marca podrá personalizar tu página de inicio enseñándote solo la categoría que te interesa gracias al aprendizaje acumulado sobre tus gustos. Si en algún momento cambias de idea, el menú desplegable siempre estará disponible.

En resumen, la IA servirá para mejorar mucho la experiencia de usuario, lo que al final es una de las principales razones que nos hace volver a un sitio web o comprar un nuevo producto de determinada marca. "Dicho de otra manera, la inteligencia artificial en el marketing es la única forma de alcanzar el nivel de hiperpersonalización que los consumidores demandan", señala Rafa Romero, de Selligent Marketing Cloud.

Tráfico IP en los próximos cinco años según Cisco



Internet se compone de miles de redes públicas y privadas a lo largo del mundo. Y, desde que cobró vida en 1984, más de 4,7 Zettabytes de tráfico IP lo han atravesado. Es el equivalente a que todas las películas creadas en toda la Historia crucen las redes IP globales en menos de un minuto.

Sin embargo, esto es solo el comienzo. Según el último informe anual Cisco Visual Networking Index (VNI), en 2022 habrá más tráfico cruzando las redes globales que en todos los 'años de Internet' combinados hasta el final de 2016. Es decir, se creará más tráfico en 2022 que en esos 32 años que han pa-

sado desde que comenzó Internet.

¿De dónde procederá este tráfico? De todos nosotros, de nuestras máquinas y de la forma en que usamos Internet. En 2022, el 60% de la población mundial serán usuarios de Internet. Más de 28.000 millones de dispositivos y conexiones estarán en línea. Y el vídeo representará el 82% de todo el tráfico IP. En España, el 74% de la población serán usuarios de Internet (71% en 2017), habrá 344,1 millones de dispositivos conectados (7,4 por persona) desde los 202 millones en 2017 (4,4 per cápita) y el vídeo supondrá el 79% del tráfico IP (67% en 2017).



GTI reúne a los fabricantes líderes en soluciones en la nube

GTI, mayorista especializado en soluciones de Software y Cloud Computing, celebró el pasado mes de diciembre un evento único en el que reunió alrededor de 200 clientes, fabricantes y partners de la compañía.

Esta cita acercó a los asistentes las últimas tecnologías y servicios en

Ciberseguridad, infraestructura, productividad y uc, data-management, data analytics/ development, modern workplace, servicios y formación, en una "Expo room" que contó con 27 stands donde, los principales fabricantes con los que opera GTI, dieron acceso a la mayor oferta de servicios y soluciones cloud.