Tecnología para tu Empresa

CENTRO DE RECURSOS

it

Tecnología y reinvención de los modelos de negocio, motores de la recuperación

AURIGA the banking e-volution

NFON Cloud Telephone System

servicenow

SAMSUNG

Tecnología y reinvención de los modelos de negocio, motores de la recuperación

Tras unos meses más que duros, toca analizar el impacto en la economía y las perspectivas de recuperación del tejido empresarial español. La innovación, repensar los modelos y rediseñar la organización con una redimensión de los recursos para competir serán la clave en el corto plazo.

Una vez superado el confinamiento y ya metidos en la "nueva normalidad", ¿qué sectores son los que se van a reactivar antes? Es una pregunta compleja ya que la crisis sanitaria, con sus efectos económicos y sociales, es una situación nueva con muchas incógnitas detrás. Pero el Grupo Adecco ha hecho un primer análisis del mercado laboral post-Covid, para el que ha contado con una serie de expertos en diferentes áreas.

En sus reflexiones dan por hecho que, aunque los datos de paro de los últimos meses han sido muy negativos, consecuencia del parón de la actividad económica, la actividad de nuestro mercado laboral irá reactivándose "poco a poco", y siempre siguiendo las recomendaciones sanitarias para evitar y minimizar los riesgos de contagio en los centros de trabajo.

Según las apreciaciones de la firma, hay sectores que, a día de hoy, están reclamando incorporar talento y, previsiblemente, serán los que más empleo generen a medida que avance el proceso.

De hecho, a pesar de la situación excepcional que estamos viviendo, en todas estas semanas

de confinamiento ha habido actividades económicas para las que ha sido imposible tener un respiro, como ha sido el caso del sector sanitario, la industria farmacéutica o la industria alimentaria, por citar algunos ejemplos. Otros han visto repuntar su contratación en aras de cumplir con el incremento de su demanda, como ha sucedido en el sector de la distribución, el e-commerce, la tecnología o el transporte.

"El ritmo de recuperación del mercado laboral es aún incierto, pero hay sectores vinculados principalmente a actividades de carácter esencial dentro de la actividad económica en los que estamos detectando ya un aumento de demanda de ciertos perfiles, y una reactivación operativa tras el periodo Covid".

La consultora prevé que todos ellos continuarán demandando mano de obra en los próximos meses pues son industrias esenciales y, además, en muchos casos, se han generado hábitos de consumo que se mantendrán en el tiempo, hasta que la hasta ahora "normalidad" se restablezca o que incluso permanecerán incorporados ya definitivamente cuando esta situación pase.

CÓMO ESTÁ SIENDO 2020 EN EL MUNDO TI

CÓMO SERÁ LA RECUPERACIÓN

Sobre cómo será la recuperación, un informe de everis apunta a que ésta será lenta, en U o L, ya que contracciones del PIB por debajo del -4% nunca se han recuperado en V, y éste es el caso porque los cálculos de la caída para el segundo trimestre para España son del 20% mientras que para el año completo oscilará en una horquilla de entre el 9 y el 15%.

Partiendo de esta base, el informe de everis dibuja tres escenarios de recuperación en función de cómo evolucione la pandemia.

El primero, si hay un rebrote "menor", que podría acontecer a lo largo del mes de junio para estabilizarse en agosto y alcanzar la nueva normalidad en noviembre. Éste se podría producir por las medidas de desbloqueo o casos importados; el segundo, ocasionado por un rebrote importante. El arranque de este rebrote tendría lugar en agosto, para llegar a la fase de estabilización en noviembre y a la nueva normalidad en enero de 2021, y el último, provocado por una pandemia continuada.

Toda la información sobre la situación TI de las empresas españolas en @TIyEmpresa_ITDM

Esta visión expone la posibilidad de un rebrote periódico en el tiempo, sin alcanzar la fase de estabilización hasta 2021.

Sea cuando sea ese avance hacia la estabilización de la situación que podrían marcar los tiempos, el informe destaca cuatro aspectos que van a tener un especial protagonismo en el proceso de recuperación económica: consumo, turismo, inversión pública ágil y eficiente y las exportaciones. "Después de una primera ola de inversiones destinada a contener la crisis y proteger la economía, se espera una segunda con el objetivo de dinamizar y desarrollar sectores clave. El consumo interno apoyado por el turismo reactivará la economía española con el reinicio de estos sectores. Las exportaciones, por su parte, contribuirán a dinamizar la industria manufacturera", dice el informe.

Para los expertos de Everis, mitigar la crisis empresarial pasa por innovar, restructurar el negocio repensando su modelo, rediseñando la organización y redimensionando sus recursos para competir en la era post-Covid.

Además, la compañía plantea los principales retos a los que se enfrentan las compañías en este nuevo contexto: las estrategias multiescenario, la guerra comercial y la reconquista de la cuota de mercado, los cambios en los paradigmas de comportamiento y el desarrollo de organizaciones resilientes.

En este sentido, Daniel Úbeda, socio de consultoría estratégica de la firma, explica que "es necesario crear nuevos productos y servicios digitales, así como atraer a nuevos socios y crear sinergias con otras compañías. Redibujar la organización para que sea más flexible, ágil y abierta, y potenciar nuevas competencias empresariales como Business Analytics & Data Strategy. Esto permite reequilibrar recursos donde sea necesario y reforzar la toma de decisión basada en datos".

OPTIMISMO DE LOS EMPRESARIOS

El 80% de los empresarios de nuestro país confía en que la recuperación total, es decir, a niveles anteriores a la COVID-19, se alcance antes del segundo semestre de 2021. Según un estudio de Randstad, el 19,5% espera que sus compañías se recuperen en el primer trimestre del 2021 y el 19,2%, durante los últimos tres meses de este año. Un 12,1% considera que se retrasará algo más, hasta el segundo trimestre de 2021, mientras que los más optimistas la ubican en el segundo trimestre de este año (4,3%) o en el tercero (9,8%). Es relevante también que el 15,1% de los encuestados considere que el volumen de ventas de

su empresa no se ha resentido notablemente durante esta crisis.

Son mucho menos los que tienen una previsión más negativa. En este caso se encuentra el 3,2% del empresariado español, que no confía en que la situación mejore hasta pasado el pasado el segundo semestre de 2021. Además, un 6,5% de los encuestados considera que el volumen productivo no va a recuperar nunca los valores previos a la crisis. La reactivación de la actividad es una cuestión que divide a los empresarios de nuestro país. Ahora mismo, según el informe de Randstad, apenas el 26,6% asegura ha vuelto a la actividad habitual y un 15,3% no sabe todavía cuándo se normalizará.

Hay empresarios que ponen fecha a la vuelta a la actividad. Buena parte de ellos, el 13,4%, confiaba en que podrá levantar la persiana con normalidad el pasado mes de junio, mientras que el 10,6% cree que será posible hacerlo durante el resto del verano, en julio y agosto. También hay un 9,8% que opinan que la vuelta al trabajo comenzará entre septiembre y final de año (9,8%) y un 15,2% que la ubican a partir de 2021.

CÓMO VOLVER A LA NORMALIDAD

Lo que está claro es que las empresas tienen que tratar de adaptarse a la “nueva normalidad” lo antes posible, algo que puede ser más complejo de lo que en un primer momento pueda parecer.

Gartner ha indagado en qué clase de medidas deben tomar las organizaciones de ventas para reanudar la actividad comercial en el nuevo contexto que sale tras la etapa de confinamiento que ha parado la economía en países como España.

Sus expertos han identificado tres medidas clave que pueden ayudar a prepararse para la crisis implantando prácticas innovadoras, impulsando cambios que permitan abordar los retos y repensar el futuro.

De momento, se parte de que las empresas se tienen que adaptar a una “nueva normalidad” de incertidumbre para dar sentido a las dinámicas de mercado, y para eso hay que desarrollar buenos planes, pero a la vez flexibles, que puedan evolucionar en función de los

comportamientos del cliente, y que también responda al posible impacto que haya podido tener la crisis en la moral del equipo.

De su investigación, Gartner deduce que los responsables de ventas se están centrando en tres líneas de trabajo.

Por un lado, en ahorrar costes pensando en una recuperación rápida. Se persigue de forma prioritaria ser eficientes, según Gartner, que aconseja también trabajar de forma cercana con el área de finanzas para crear planes trimestrales de escenarios de impacto en los ingresos, que deben revisarse continuamente.

Además, hay que ser muy claro en los planes de reactivación, trazando una hoja de ruta para acometer los cambios necesarios en comercio electrónico y saber con qué presupuesto se cuenta para marketing digital. En estas dos áreas no debería haber recortes de gasto.

Por otro lado, hay que revisar las estrategias de conexión con el cliente, y potenciar más que nunca un enfoque omnicanal, que permita conocer la ruta que sigue en los canales digital y cómo simplificarla para mejorar la relación. Gartner señala que no hay que poner todas las esperanzas en la revitalización de las ventas físicas, sino que hay que empezar a pensar en contenidos digitales, asistentes virtuales, etc. y elementos que ayuden a potenciar las ventas online.

El tercer punto es impulsar la productividad de los comerciales, ofreciéndoles recursos que les ayuden y prepararen para las ventas digitales. Además, tendrían que pensar en cómo adaptar al equipo para que esté listo en caso de rebrote.

Gartner cree que los equipos deben prepararse para mantener con los clientes conversaciones más empáticas y estratégicas. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Toda la información sobre las tendencias tecnológicas en las empresas
- Cómo será la banca del futuro
- El mercado de la telefonía en la nube crece
- El mercado de almacenamiento SMB se transforma
- ¿Cómo serán los nuevos espacios de trabajo?
- Cuál es la propuesta de Auriga para el mercado de banca
- Cuál es la propuesta de NFON para el mercado de la telefonía en la nube
- Cuál es la propuesta de Samsung para el almacenamiento SMB
- Cuál es la propuesta de ServiceNow para el nuevo entorno laboral
- El teletrabajo: de utopia a realidad
- Retos de las empresas a la hora de afrontar su digitalización
- Empresas y transformación digital: mucho camino por recorrer
- La digitalización del puesto de trabajo. Una oportunidad para las empresas

THE # NEXTGENBANK®

powered by us, shaped by you

Módulos de software flexibles y avanzados que se pueden añadir e integrar fácilmente en el entorno bancario, para crear tu propia plataforma de servicio de vanguardia y dar forma hoy al banco ideal del futuro.

Herramientas innovadoras para una optimización continua del rendimiento de los canales: en tus manos está el poder de mejorar la calidad del servicio omnicanal y a través de los diferentes canales, de gestionar la seguridad de los dispositivos críticos y de controlar y reducir los costes operativos, así como de ofrecer una nueva experiencia bancaria tangible. Único, inmediato, seguro y a medida para cada cliente.

AURIGA
the banking e-volution

www.aurigaspa.com

"LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL ES UNA NECESIDAD PARA LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS"

NICCOLÒ GARZELLI, VICEPRESIDENTE SÉNIOR DE VENTAS

¿Cómo evoluciona la banca tradicional gracias a la transformación digital?

La transformación digital y la innovación tecnológica han tenido un fuerte impacto en la oferta de servicios bancarios y en la relación entre bancos y clientes. Según los datos del Banco de España, el año 2019 terminó con el cierre de 1.004 sucursales en los últimos 4 meses del año, lo que supone la tasa más alta desde 2013. Los bancos de todo el mundo se enfrentan a una serie de retos sin precedentes: restricciones regulatorias, presión para reducir costes, creciente competencia de los nuevos operadores y la demanda cada vez mayor de los clientes de una experiencia "omnicanal sin fisuras". Las instituciones financieras han estado invirtiendo en la digitalización para mejorar su servicio y en los últimos tiempos el proceso se ha visto impulsado al centrarse en este objetivo.

A pesar del auge de la rivalidad entre bancos, la sucursal sigue siendo un punto de contacto vital para los clientes. Los bancos deben repensar y reposicionar las sucursales -la piedra angular de la venta y la suscripción de productos financieros- en su estrategia de distribución y en sus relaciones con los clientes.

¿Cuáles son las tecnologías que transformarán la banca en la próxima década?

La inteligencia artificial y el aprendizaje automático forman parte cada vez más de la interacción con los clientes. Una de las razones principales por las

Toda la información sobre la situación TI de las empresas españolas en @TIyEmpresa_ITDM

que la IA es tan atractiva es porque tiene muchas aplicaciones: puede utilizarse para comprender mejor lo que el usuario quiere y necesita, proporcionar servicios personalizados y específicos, y automatizar algunos aspectos de la atención al cliente con chatbots y robo-advisor para una resolución más rápida de las consultas, una mayor satisfacción del consumidor y una mejor retención de los clientes. El aprendizaje automático puede estudiar cuidadosamente los datos bancarios para identificar las tendencias de cada punto de contacto con el cliente, optimizando la experiencia e impulsando un ahorro de costes muy importante.

La videobanca conseguirá más importancia a medida que se automaticen más servicios bancarios. Para algunos servicios, los clientes realmente aprecian la ayuda de un profesional que les guíe a través de un proceso, como rellenar complejos formularios de solicitud de préstamo. Esto reproduce la misma experiencia que el cliente habría tenido cara a cara con un cajero en una sucursal del banco, pero le permite realizar un proceso más cómodo, así como agilizar las actividades y reducir los errores. El cloud computing es otra fuerza disruptiva masiva en la banca en este momento, una que las instituciones financieras pueden capitalizar con gran efecto. Pasar a la nube significa que los bancos pueden mantener los costes de infraestructura más bajos, aumentar la resiliencia y beneficiarse de una potencia de computación significativamente mayor para que los bancos puedan albergar fácilmente sus lagos de datos y analizarlos con mayor facilidad.

La ciberseguridad está en aumento: las instituciones financieras deben estar alerta ante los tipos de amenazas cada vez más numerosos en 2020, incluidos los que se llevan a cabo virtualmente y bajo la apariencia de actividades ciberdelictivas, desde posibles ataques de malware hasta el robo de identidad. En nuestra era digital y en un mundo sin dinero en efectivo, la ciberseguridad es fundamental.

¿Cuáles son los desafíos a los que se enfrentan las instituciones bancarias y están preparadas para afrontarlos?

Como hemos comentado, la transformación digital es, ahora más que nunca, una necesidad para las instituciones financieras. Pero la red de sucursales del banco se considera a menudo costosa en este escenario. Sin duda, uno de los retos será hacer frente a la crisis sanitaria manteniendo, por un lado, la sucursal abierta y los servicios disponibles para los clientes, mientras se garantiza su seguridad y la de los empleados del banco, y por otro lado, proporcionando servicios de última generación que se adapten a las necesidades de cada tipo de cliente, para promover la inclusión financiera y social.

¿Cuáles son las directrices que el sector bancario debe seguir para satisfacer las demandas de sus clientes?

"LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS TIENEN QUE SER CONSIDERADOS COMO INFRAESTRUCTURA CRÍTICA"

Estar al día con las últimas tecnologías, adaptarse a las necesidades de las diferentes generaciones, ofrecer servicios a medida y optimizar los costes. Se necesita una mayor imaginación por parte de algunos sectores de la industria para utilizar los avances en la tecnología de la banca de autoservicio.

La posibilidad de personalizar los modernos cajeros automáticos para ofrecer servicios adicionales también permite subvencionar el acceso al efectivo mediante la generación de ingresos adicionales.

¿Cuál es la propuesta de Auriga para promover la transformación digital del sector bancario?

Nuestra solución WinWebServer (WWS) es un sistema completo para la gestión de servicios bancarios omnicanal, que ofrece una mayor eficiencia y rentabilidad.

El software WWS es una solución modular e independiente de los proveedores, que proporciona servicios bancarios con muchas funciones a través de todos los canales, incluyendo móviles, tablets, ordenadores, quioscos, cajeros automáticos y máquinas ASSD. Además, permite la reducción de los costes operacionales, ofrece un tiempo de comercialización más rápido para los nuevos servicios y brinda oportunidades de comercialización y ventas personalizadas.

Nuestra propuesta es iniciar la transformación combinando la parte física de las sucursales bancarias con las tecnologías digitales, para crear el NextGenBranch, un concepto que incluye 4 módulos diferentes de WWS, para lograr un viaje del cliente mejorado y más digitalizado.

El cliente será bienvenido en la sucursal, donde podrá acceder a los cajeros automáticos avanzados y a los dispositivos ASSD las 24 horas del día los 7 días de la semana, tener acceso remoto a funcionalidades de co-navegación para llevar a cabo las operaciones más sencillas a través de nuestra solución Fill4Me y finalmente beneficiarse de la solución Bank4Me. WWS Bank4Me apoya el despliegue de servicios de banca digital en la sucursal que satisfacen las diferentes necesidades de muchos clientes, incluidos los ancianos y los discapacitados, para una interacción humana muy personalizada y la asistencia en la realización de transacciones. ■

DE LA CARTILLA A LA VIDEO-BANCA: LAS TENDENCIAS DEL SECTOR EN 2020

Si tuviésemos que resumir el rumbo que está tomando el sector bancario en este 2020, bastarían dos palabras: gestión digital. El 2020 está siendo un año de intensos cambios en la banca, donde la prioridad es adaptarse con nuevas soluciones en tecnología para favorecer al usuario y ahorrar costes. La banca también necesita mantenerse atractiva para los nuevos clientes: esas generaciones más jóvenes que viven pegadas a un smartphone. Las colas y esperas no tienen cabida en la era de la digitalización y la inmediatez.

Los ahorros de costes para las firmas medianas y bancos de nuevo formato les permitirán invertir en esta carrera tecnológica. Nuevos paradigmas de gestión con sucursales compartidas o de "marca blanca", que ya no tienen que soportar la afluencia de antaño. Los usuarios que prefieren el cara a cara, aunque igualmente relevantes, son cada vez menos.

Puedes leer la tribuna de opinión completa en este enlace.

¿Te gusta este reportaje?
Compártelo en redes

MÁS INFORMACIÓN

- Toda la información sobre las tendencias tecnológicas en las empresas
- Cómo será la banca del futuro
- Cuál es la propuesta de Auriga para el mercado de banca

cloudya
¡Pruébalo gratis!
Tu negocio siempre conectado
en la “nueva” normalidad.
Más información en **nfon.com**
La nueva libertad en la comunicación empresarial.
Con Cloudya, NFON ofrece una solución de centralita cloud que permite teletrabajar con una sencilla y rápida configuración. Como solución 100% en la nube, puedes llamar a través de IP o GSM, sin importar desde dónde estés trabajando: desde tu oficina en casa o de forma remota usando la aplicación en el móvil o en el ordenador, usando teléfonos de sobremesa o auriculares. Usa el mismo número desde todos tus dispositivos. Más de 40.000 empresas en Europa ya lo están usando. ¡Pídenos tu prueba gratis! **nfon.com**
910 616 600
partners.iberia@nfon.com
NFON
Cloud Telephone System

"NECESITAMOS PARTNERS IMPLICADOS CON EL PRODUCTO Y LA CULTURA DE NUESTRA COMPAÑÍA"

DAVID TAJUELO, COUNTRY MANAGER DE NFON IBERIA

NFON acaba de presentar su programa de canal Ngage. ¿Cuáles son los objetivos que se ha marcado su compañía con esta nueva iniciativa?

Queremos conseguir implementar nuestras soluciones cloud en nuevas empresas que quieran hacer crecer su negocio de comunicaciones, apoyados en Cloudya, nuestra plataforma de cloud PBX. El alto volumen de leads que recibimos cada día nos impide poder responder como debiéramos a los clientes, y para eso necesitamos partners implicados con el producto y la cultura de nuestra compañía, para crecer de la mano. El objetivo es ser el proveedor número 1 en España en 2024.

La intención de NFON con Ngage es que el canal gane peso en su negocio. ¿Qué previsiones se ha marcado la compañía en lo que respecta al peso de su red de venta indirecta?

Desde junio del pasado 2019, con la incorporación del nuevo equipo directivo en NFON Iberia, se ha pasado de un modelo poco definido a uno 100% canal. La idea es que, excepto quizá algún cliente final histórico o algún acuerdo puntual que requiera desarrollos de marca blanca con algún gran operador, el resto pasará a venta indirecta. Incluso asignaremos algunos clientes finales a nuestros nuevos partners.

Ngage ha sido diseñado tras escuchar a su canal. ¿Cuáles son las

principales demandas de su red de venta indirecta?
Básicamente hay tres. El primero, asignar de manera eficiente y uniforme los leads que generamos diariamente a través de campaña digitales (web corporativa, blog, SEA...) y presenciales (ahora un poco más complejo debido al Covid). Lo segundo, poner a su disposición información y formación sobre los distintos productos y servicios que hacen de NFON el proveedor con la solución más completa y robusta del mercado en cuanto a comunicaciones en la nube, a través de webinars, formación on line específica, documentación comercial y técnica, vídeos "How to...") así como apoyar incondicionalmente al canal a la hora de presentar las soluciones a sus clientes, si es necesario. Por último, lógicamente, un comisionamiento atractivo, que permita al partner recibir un importe mensual recurrente que le ayude a no empezar de cero cada mes, trimestre o año.

LA COMUNICACIÓN CLOUD Y SU NUEVA REFUNDACIÓN

Esta "nueva normalidad" que se nos presenta ahora ante nosotros plantea varios desafíos. Para dar respuestas en este escenario, aún sin saberlo, NFON lleva creando y desarrollando sus soluciones, paso a paso, desde que se creó en Munich en 2007. Un modelo de puesto de trabajo dinámico, pensado para el sXXI, para conciliar, para optimizar la relación con los clientes y para crear un mundo más sostenible.

En 1998 empecé a vender centralitas, ya se hablaba de que la VoIP iba a ser un gran paso adelante a la hora de proporcionar comunicaciones más fiables y flexibles, y que permitiría hacer muchas cosas que hasta entonces las centralitas analógicas no permitían, como por ejemplo las multiconferencias. En 2004 Nortel acuñó el concepto de "Comunicaciones Unificadas". 2020, después de estos meses de confinamiento, la situación es otra radicalmente distinta.

La aceleración de la transformación digital en estos últimos 3 meses ha sido brutal. Ahora vivimos en un entorno cada vez más demandante de comunicación omnicanal en tiempo real.

Puedes leer la tribuna de opinión completa en este **enlace**.

¿A qué perfil de distribuidor se dirige el programa Ngage?
Curiosamente, hay dos universos que están (siguen) lejanos pero tarde o temprano tendrán que convivir en este tipo de soluciones. Hablamos de los tradicionales proveedores de soluciones de centralita física, quienes en su mayoría siguen reticentes al cambio de su modelo de negocio basado en HW y están poco familiarizados con el modelo de pago por uso. En el otro extremo, los partners TI, acostumbrados a la venta y renovación de licencias de herramientas como antivirus, Microsoft, Citrix, etc... están mucho más familiarizados con la venta de servicios as a Service, y ven a NFON como el aliado perfecto para incluir un nuevo servicio (totalmente necesario a día de hoy) en su portfolio de soluciones.

¿Cuáles son los principales beneficios que podrán obtener los distribuidores que se adhieran a Ngage?
Los beneficios más destacados son para los partners que se unan al programa son:

- **Comisiones atractivas únicas y mensuales:** Sobre la cuota de alta (única si aplica), activaciones por extensión y tráfico de minutos mensual. Con aceleradores y rappels anuales.
- **Valor añadido:** cross selling y servicios adicionales

"EL TELETRABAJO VA A ACELERAR LA ADOPCIÓN DE LAS COMUNICACIONES CLOUD"

❖ **Conocimiento:** Formación continua (webinar o presencial) tanto técnica como comercial. Certificación NFON. Acceso exclusivo al Portal de partners NFON con documentación técnica y comercial

❖ **Seguridad:** Producto único en Europa 2FA

❖ **Proyección:** distintos niveles según estrategias y objetivos. Generación de leads y plan de incentivos trimestrales, fondos de marketing (según nivel o categoría)

❖ **Estabilidad financiera:** Resultados financieros positivos y estables. Presencia en más de 15 países europeos.

El programa de canal está divido en tres categorías. ¿En qué consiste cada categoría?

Las distintas categorías (Approved, Certified, Premium) vienen dadas por el distinto nivel de compromiso que el partner quiera adquirir con NFON. Tanto en cuestión de personas certificadas en la solución, como en el rendimiento anual. Lógicamente eso impacta directamente a los niveles de comisionamiento, soporte o acciones de marketing que desde NFON llevaremos a cabo con ellos.

✪ **Partner approved:** Comercializan las soluciones de NFON ocasionalmente como complemento a sus productos y servicios adicionales. No hay compromiso de certificación técnica ni objetivo de ventas asignado.

✪ **Partner certified:** Compromiso de ventas objetivo: 500 extensiones anuales. Formación técnica y comercial certificada. Recursos de venta y técnicos. (1 técnico cualificado y 2 técnicos comerciales)

✪ **Partner premium:** Compromiso de ventas objetivo: 1000 extensiones anuales. Formación técnica y comercial certificada. Recursos de venta y técnicos. (2 técnico cualificado y 3 técnicos comerciales)

Asimismo, cuenta con una categoría más elevada a la que se le ha denominado Solutions Partner. ¿Qué características tienen que tener los partners que se engloben en esta categoría?

Correcto, adicionalmente existe la figura del "Solution Partner", que en realidad es un Premium Partner que además está especializado en alguna de nuestras soluciones Premium. A este tipo de partners se le incrementan las comisiones sobre este tipo de productos, frente al resto de partners, como recompensae a su compromiso y formación especializada . Este tipo de partner es experto en alguna solución Premium (Ncontactcenter, Nmonitoring Queues, Nhospitality, Neorecording, NCTI Pro y Nvoice para MS Teams) y deberá obtener una certificación técnica especial para la implementación de la solución premium concreta. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Toda la información sobre las tendencias tecnológicas en las empresas
- El mercado de la telefonía en la nube crece
- Cuál es la propuesta de NFON para el mercado de la telefonía en la nube

SAMSUNG

Portable SSD **T7**

Super Fast External Storage

WORLD'S
No.1
FLASH MEMORY
SINCE 2002
SAMSUNG

* Source: 2019 Q2 IHS Markit data: NAND suppliers' revenue market share

"ESTAMOS ENTRANDO EN LA ERA DEL TERABYTE"

EUGENIO JIMÉNEZ CARRASCO, BRANDED MEMORY BUSINESS HEAD EN SAMSUNG STORAGE IBERIA

En un contexto marcado por la economía digital y la gestión del dato, ¿cuáles son los retos que tienen que afrontar las PYMES en lo que a almacenamiento se refiere?

La seguridad y fiabilidad de los datos y los soportes en los que se almacenan es un tema recurrente en las estrategias digitales. Nosotros desde Samsung aportamos esa fiabilidad que tanto se necesita ya que nuestros soportes tanto internos como externos son muchísimo más fiables que por ejemplo un disco tradicional y también aportamos la seguridad mediante la herramienta Samsung Magician que permite gestionar nuestros discos, encriptarlos y un largo etcétera de funcionalidades

¿Cuáles son las principales demandas del segmento SMB en almacenamiento?

El segmento SMB está experimentando un crecimiento en la gestión de datos impresionante y esto está llevando a que se demanden capacidades cada vez más altas en los soportes. Hemos experimentado una estandarización de la capa-

Toda la información sobre la situación TI de las empresas españolas en @TIyEmpresa_ITDM

cidad de 1TB, que hace un par de años parecía ciencia ficción y hoy tenemos tanto la gama 860 EVO como los modelos QVO, específicamente diseñados para altas capacidades con un coste contenido

¿Cuáles son las pautas que tiene que seguir el mercado SMB para almacenar y proteger sus datos?
Sobre todo, dimensionar correctamente sus necesidades. Nos estamos encontrando con gente que tratando poco volumen de datos montan incluso pequeños servidores y también el caso contrario, empresas con grandes volúmenes de datos gestionando todo de forma local entre varios PC's, con discos mecánicos muy básicos y de bajo rendimiento.

¿Qué tendencias están marcando la evolución de diferentes soportes como los SSD o los USB?
Como comentaba anteriormente, estamos entrando en la "era del Terabyte". Esta capacidad se está estandarizando ya que los costes de producción se han ajustado al máximo y cada vez más usuarios se pasan a la tecnología de estado sólido por todas las ventajas que ofrece

¿Qué sectores son los que más se pueden beneficiar de este tipo de almacenamiento?
En general cualquier sector se puede ver beneficiado por la tecnología de almacenamiento de estado sólido, ya que sus principales ventajas son un tremendo aumento en la velocidad de acceso a los datos, que se traduce en un aumento de la productividad y también un elevado grado de seguridad

¿De qué manera ha adaptado Samsung su propuesta ante la nueva realidad de la economía digital?
La nueva economía digital se basa en la globalización, ya no solo a nivel económico y social sino tam-

"EL MERCADO SMB DEMANDA MÁS VELOCIDAD, MÁS CAPACIDAD Y MAYOR FIABILIDAD"

bién en el uso de datos. Para ello las grandes capacidades son cada vez más necesarias y hemos ampliado capacidades hasta de 4TB. La velocidad y portabilidad de esos datos son también un valor añadido en esta nueva economía, liderando Samsung las tecnologías más veloces (NVMe) en los discos internos y diseños ligeros y compactos en nuestros discos externos.

¿Qué áreas son prioritarias para su compañía? ¿Cuáles van a ser las novedades a corto/medio plazo?

En nuestro ADN está la continua innovación, por lo que siempre estaremos a la vanguardia de la tecnología ofreciendo a los clientes las soluciones que mejor se adapten a sus necesidades. En este sentido tenemos varias gamas de producto tanto a nivel usuario como profesional que seguiremos desarrollando, además de los SSD externos en varios formatos, varias gamas de tarjetas de memoria y distintos formatos de memorias USB. ■

ALMACENAMIENTO PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN TIEMPOS INCIERTOS

En estos tiempos inciertos que nos ha tocado vivir, el teletrabajo y la generación de contenidos desde el hogar están demostrando ser vitales para la economía. Hemos conseguido avanzar en unas pocas semanas más que el avance natural de varios años.

Mucha gente aún no se da cuenta de la cantidad de material que produce o que necesita hasta que se pone a guardarlo, compartirlo o descargarlo. La nube está demostrando ser muy útil en este sentido, así como las soluciones NAS domésticas o las "nubes portátiles en tu bolsillo" en forma de discos ultraportátiles de alta velocidad o incluso unidades USB.

Adicionalmente, los equipos que ya tienen un tiempo se resienten mucho en su rendimiento ya que se suele llevar al límite su limitada capacidad de almacenamiento y esto, unido a que los soportes internos que suelen montar son obsoletos, lleva a la saturación de los sistemas operativos y por supuesto a la continua desesperación de los usuarios.

Durante los últimos meses estamos experimentando un fuerte repunte de ventas de nuestros productos más tecnológicos para solventar todas estas incidencias; aumento de capacidad de almacenamiento, rendimiento, fiabilidad de los soportes… todo ello ha llevado también en la mayoría de los casos a un aumento sustancial de la productividad ya que en muchos casos se eliminan las pesadas cargas de datos y el acceso a la información es casi inmediato

Desde Samsung Branded Memory continuaremos aportando nuestro granito de arena para que no decaiga la productividad, con productos de almacenamiento cada vez más rápidos y fiables que lleven a sus usuarios a un nivel superior de confianza.

Puedes acceder a la Tribuna de Opinión en este enlace.

MÁS INFORMACIÓN

- Toda la información sobre las tendencias tecnológicas en las empresas
- El mercado de almacenamiento SMB crece
- Cuál es la propuesta de Samsung para el mercado de almacenamiento SMB

Los flujos de trabajo inteligentes serán claves en las nuevas formas de trabajar

Las empresas que han sido objeto de una transformación digital y han implementado flujos de trabajo digitales estarán mejor capacitadas para efectuar una vuelta al trabajo más rápida, productiva y segura. ServiceNow tiene el compromiso de ayudar a sus clientes a facilitar el regreso a los espacios de trabajo para todas las partes implicadas.

El COVID-19 ha cambiado la forma en que las personas quieren trabajar y cómo las empresas conectan y se comunican con sus empleados. A medida que la curva se aplana y las organizaciones consideran cómo devolver de manera segura a los empleados a los lugares de trabajo de la organización, necesitan soluciones flexibles que les permitan equilibrar las preferencias de los empleados con los requisitos sanitarios, reglamentarios y de seguridad, y las demandas del negocio.

Las empresas necesitan flujos de trabajo modernos y ágiles para atender a los empleados allí donde se encuentren. Eso es cierto tanto si trabajan en una oficina, en una oficina en casa, en una cafetería, en un laboratorio, en un almacén, en un centro de llamadas o en una planta de fabricación. Es por eso que Servi-

Toda la información sobre la situación TI de las empresas españolas en @TIyEmpresa_ITDM

ceNow ampliará sus capacidades de Employee Workflow en servicios de puesto de trabajo y departamentos legales empresariales. Estas capacidades ayudarán a los clientes a mejorar la productividad y gestionar el retorno a las instalaciones de la empresa. También está ampliando sus Employee Workflow Content Packs para ayudar a las organizaciones a devolver a los empleados a los lugares de trabajo de la empresa.

Según Chirantan Desai, director de producto de ServiceNow "los departamentos de TI, RR. HH., Riesgos, servicios en el lugar de trabajo y los departamentos legales deben colaborar más que nunca para llevar de manera segura a los empleados a los lugares de trabajo de la compañía y para apoyar nuevas formas de trabajo en el futuro. La Now Platform potencia esta colaboración con flujos de trabajo digitales inteligentes".

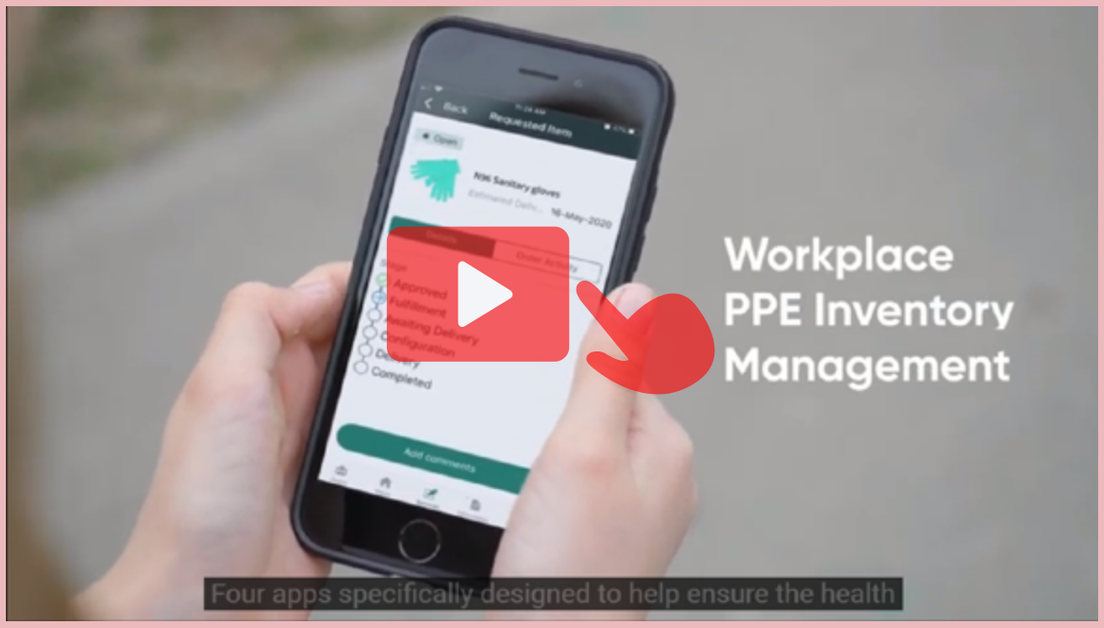
CÓMO GESTIONAR LOS FLUJOS DE TRABAJO

Posibilitar el regreso de los empleados al entorno laboral exige que las empresas efectúen una planificación y una ejecución cuidadosas y demuestren agilidad. Las distintas unidades de negocio de la empresa deben trabajar conjuntamente de manera fluida para crear una experiencia segura y productiva para todos los empleados, independientemente de que vuelvan a su espacio de trabajo o sigan trabajando desde su domicilio. Es decir, lidiamos con problemas de flujos de trabajo.

Los flujos de trabajo complejos y multifuncionales resultan vitales para brindar a los empleados los servicios y las experiencias que necesitan para llevar a cabo su trabajo de forma optimizada y eficiente, con independencia de su ubicación. Los productos de flujos de trabajo para empleados de ServiceNow permiten que estas y otras experiencias tengan lugar de manera sencilla e intuitiva.

Por ejemplo, las funcionalidades actuales de campañas específicas de ServiceNow permiten informar a distintos grupos de empleados, como los empleados ubicados en regiones concretas o en departamentos específico, sobre los planes de vuelta al espacio de trabajo, interactuar con ellos para obtener sus opiniones al respecto e iniciar flujos de trabajo para tomar medidas con base en dichas opiniones.

Por su parte, la herramienta Lifecycle Event Engine de ServiceNow permite crear flujos de trabajo vinculados al itinerario del empleado, como la vuelta a su lugar de trabajo, su incorporación a la empresa, su traslado y sus ausencias. Las funcionalidades de Lifecycle Event pueden utilizarse para automatizar procesos en las áreas de RR. HH., TI y Servicios de entornos laborales, entre otros departamentos, para contribuir a que los empleados se reincorporen a su espacio de trabajo de manera fluida.



CUATRO FORMAS DE VOLVER AL TRABAJO CON SEGURIDAD

¿Te gusta este reportaje?
Compártelo en redes

APUESTA POR LA MOVILIDAD

Los líderes empresariales siempre están buscando formas de aprovechar la tecnología para que los empleados puedan hacer su mejor trabajo y satisfacer las demandas cambiantes de los clientes. Mientras nos instalamos en la nueva normalidad del trabajo remoto, la tecnología móvil está asumiendo un nuevo papel en la empresa. ServiceNow ha realizado recientemente una nueva investigación para comprender cómo los empleados están aprovechando los servicios móviles que ofrecen sus organizaciones, así como las brechas entre lo que los empleados hacen actualmente en los smartphones y lo que quieren hacer.

Una abrumadora mayoría de las empresas ya está utilizando dispositivos móviles para apoyar a sus empleados. Concretamente, el 90% de las organizaciones usa al menos una aplicación para aumentar la productividad, y la mitad proporcionan aplicaciones de productividad, intercambio de documentos y comunicación. Ahora más que nunca, los empleados requieren flexibilidad para realizar el trabajo desde cualquier lugar. Sin embargo, ha sido una batalla cuesta arriba para las empresas proporcionar una experiencia móvil simple, fácil e intuitiva que permita la eficiencia.

Actualmente, muchos empleados usan apps móviles para satisfacer necesidades básicas. Sin embargo, la experiencia móvil para tareas complejas, como formaciones obligatorias, muestra las tasas de satisfacción más bajas. La tasa de satisfacción del usuario para tales actividades es inferior al 70%. Si bien puede parecer contradictorio, habilitar una ventanilla única para todas las consultas de los empleados en dispositivos móviles también puede ayudar a reducir las distracciones.

La encuesta también descubrió que las aplicaciones empresariales actuales no están cumpliendo con las altas expectativas de los consumidores. Existe una gran oportunidad para expandir las capacidades móviles para que los empleados puedan acceder a información importante y realizar el trabajo donde y como quieran. En ServiceNow creen que las organizaciones deben proporcionar a sus empleados las experiencias digitales correctas desde cualquier lugar. Las aplicaciones móviles que brindan experiencias simples, intuitivas y de nivel empresarial son cruciales para brindar experiencias sorprendentes a los empleados, y facilitar una forma más inteligente de flujo de trabajo. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Toda la información sobre las tendencias tecnológicas en las empresas
- ¿Cómo está evolucionando el puesto de trabajo?
- Cuál es la propuesta de ServiceNow para ayudar en la transformación del puesto de trabajo

¿Cuál es la situación de la empresa española en relación con la digitalización?

¿Qué tecnologías son las que están impulsando la transformación digital?

Descubra las últimas tendencias en el Centro de Recursos itUser

Tecnología para tu Empresa

Con la colaboración de:

AURIGA the banking e-volution

NFON Cloud Telephone System

servicenow

SAMSUNG