

**María Valcarce**, directora de SIMO Network

# "Este año vamos a poner énfasis en las nuevas ideas y en el emprendimiento"

La cuarta edición de Simo Network quiere mantener sus señas de identidad con la promoción del uso de las Tecnologías de la Información como el

motor principal. Este año cuenta con dos partners estratégicos, HP y Dell, y tiene como protagonista a la e-Justicia. María Valcarce, responsable de la

feria, desgrana para Computing los aspectos clave y las iniciativas que girarán en torno a este evento que sigue luchando por su consolidación.



R. CONTRERAS

**Simo calienta motores, pero el sector sigue sin la alegría de otros tiempos, pues la crisis se ha encallecido. ¿Se muestra optimista para la presente edición?**

Simo cumple una función en la promoción del uso de la tecnología en las distintas actividades profesionales y, desde este punto de vista, muestra cómo las TIC son un aliado de eficiencia y competitividad en empresas y actividades. Esta misión es especialmente importante en tiempos difíciles. Además, este año contamos con un programa de actividades muy variado que viene a poner especial énfasis a las nuevas ideas, las nuevas tendencias y el emprendimiento. Confío en que tanto los expositores como los visitantes de la feria satisfagan sus expectativas y se realicen contactos provechosos para ambas partes.

**Hasta el cierre de la edición, los principales partners de Simo son HP y Dell, mientras que en el pasado año fueron cinco los socios estratégicos (Huawei, Intel y Sage, además de HP y Dell). ¿Quiere decirse que la industria está dejando de creer en las ferias tecnológicas?**

HP y Dell son este año las empresas que participan como partners globales de la feria, lo que significa con el máximo nivel de compromiso e involucración y presencia tanto en la zona de exposición como en una serie de actividades. Por otra parte, Simo reúne un conjunto de actividades en las que participan distintos fabricantes, como por ejemplo los programas concretos de eJusticia o el dirigido al Canal de Distribución. Cada año el esquema de participación cambia y

las empresas eligen su grado de involucración, así como los contenidos y áreas en que quieren participar.

**¿Se conoce ya el número de expositores que estarán presentes en la feria? ¿Se sabe el número de pabellones que se van a habilitar?**

Sí, este año tomarán parte en la feria 120 empresas y, tanto la zona de exposición de la feria, como el desarrollo de los distintos programas de conferencias, debates y eventos se concentran en el pabellón 5, de modo que todos los contenidos comparten espacio con las actividades orientadas a generar oportunidades para el networking.

**¿Qué tecnologías van a tener principal resonancia durante la feria?**

Simo Network aborda, como en otras ediciones, múltiples tecnologías de aplicación a diversos sectores, por lo que es difícil destacar alguna por encima del resto. Puedo avanzar que contaremos con contenidos importantes que giran en torno a VOIP, con la celebración del evento VoIP2DAY + ElastixWorld, dirigido a profesionales de telefonía y comunicaciones, así como con un interesante programa de mesas redondas en el marco de Channel Simo en las que se examinarán tendencias y se debatirá sobre diversos temas como el papel del canal en 2012; cómo la movilidad está abriendo nuevas posibilidades para el canal; el futuro y las posibilidades comerciales en el cloud computing, o las posibilidades para el canal con el crecimiento de Big Data, entre otros. Además, la Asociación de Técnicos de Informática, ATI, organiza un foro en el que se celebrarán seis mesas redondas

sobre temas de interés para los profesionales de las TIC, así como diferentes presentaciones profesionales.

Por otra parte, como decía antes, Simo tendrá un foco importante en las nuevas ideas e iniciativas empresariales con el premio Vivero, que este año ha destacado los proyectos de 14 empresas, y con la segunda edición del concurso "15 minutos de Gloria" convocado a través de las redes sociales y orientado a ofrecer una plataforma de promoción y visibilidad a jóvenes empresas y emprendedores con proyectos en los que la tecnología juega un papel clave. También contaremos con propuestas muy interesantes en actividades centradas en los gadgets y en las redes sociales.

**La e-Justicia, es el sector invitado de la feria. ¿Puede explicar las actividades que girarán en torno a ella?**

El sector e-Justicia es este año otro de los ejes de la feria y en él se enmarca el desarrollo de una serie de conferencias y mesas redondas coordinadas por el Ministerio de Justicia, que se complementa con un área de exposición. El programa, que será inaugurado por el ministro de Justicia, Alberto Ruiz Gallardón, ofrece la oportunidad de conocer los avances en materia tecnológica que está llevando a cabo el Ministerio con objeto de mejorar y agilizar su servicio. Además, contará con una serie de sesiones en las que tomarán parte todos los operadores judiciales, desde el Consejo General del Poder Judicial, hasta la Fiscalía General del Estado, así como una importante representación de las CCAA con competencias transferidas sobre la administración de justicia.



**Importancia de los partners**

*"HP y Dell son los partners globales de la feria, lo que significa con el máximo nivel de compromiso e involucración"*

**Fusión Simo-Aslan**

*"Vería con buenos ojos toda unión que haga la fuerza"*

**Internet, rival de las ferias**

*"El encuentro personal cara a cara, es un elemento crítico para muchas relaciones profesionales y comerciales"*

**Utilidad de las redes sociales**

*"Son una herramienta útil para una feria que pretende reunir a los distintos agentes de un sector"*

En la primera jornada, se darán a conocer las líneas de actuaciones en materia de interoperabilidad en el sector Justicia que favorecerán la comunicación en red de las aplicaciones informáticas al servicio de la administración de justicia que actualmente coexisten en España. Además, se presentarán las bases de lo que será el nuevo Sistema de Gestión Procesal.

Las conferencias del segundo día de feria, se centrarán

en el nuevo modelo del Expediente Judicial Electrónico en el que el Ministerio está trabajando en colaboración con los principales Departamentos Ministeriales. Por otra parte, esta jornada contará con una presencia de las principales empresas públicas y privadas del sector Justicia, que compartirán sus propuestas de valor añadido a este sector. Aquí también participarán los principales colegios profesionales como el de

abogados, notarios, registradores de la propiedad y mercantiles y procuradores, que pondrán de manifiesto cómo las Nuevas Tecnologías mejoran su trabajo.

El tercer y último día de la feria se dedicará a proyectos internacionales, especialmente de la Unión Europea en materia de Nuevas Tecnologías y Justicia, por lo que se contará con la participación y presencia de la Comisión Europea, del Consejo de la UE

y del Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

**Las redes sociales forman ya parte integrada en el ADN de Simo Network. ¿En qué manera favorecen el networking y la posibilidad de generar el negocio que se persigue en toda feria?**

Las redes sociales constituyen un medio de comunicación y relación ágil y versátil, y por consiguiente, suponen una herramienta interesante

para una feria que lo que pretende es, precisamente, reunir a los distintos agentes de un sector en torno a un evento. Toda esta interactividad tiene que desembocar en un encuentro presencial que es necesario y cualitativamente diferente, y Simo Network facilita un entorno para hacerlo posible y fructífero.

**En consecuencia, ¿Cree que Internet es un aliado o un enemigo de las ferias?**

En mi opinión Internet es una herramienta, es un medio y se puede utilizar en beneficio de cualquier actividad económica. El encuentro personal cara a cara, es un elemento crítico para muchas relaciones profesionales y comerciales y este ingrediente fundamental es la esencia de las ferias.

**¿Vería con buenos ojos una fusión de Simo con Aslan?**

Veo con buenos ojos toda unión que haga la fuerza.

# Guía visual de Simo Network 2012

**SECTOR INVITADO:** e-Justicia. Charlas sobre interoperabilidad y expediente electrónico.

**PARTICIPACIÓN:** Están previstos 120 expositores, con Dell y HP como partners globales.

**PABELLONES:** Habilitado el P5 para stands, y diversos programas de conferencias.

**EVENTO VOIP:** La VOIP tiene su hueco en el foro VOIP2DAY+Elastix World.

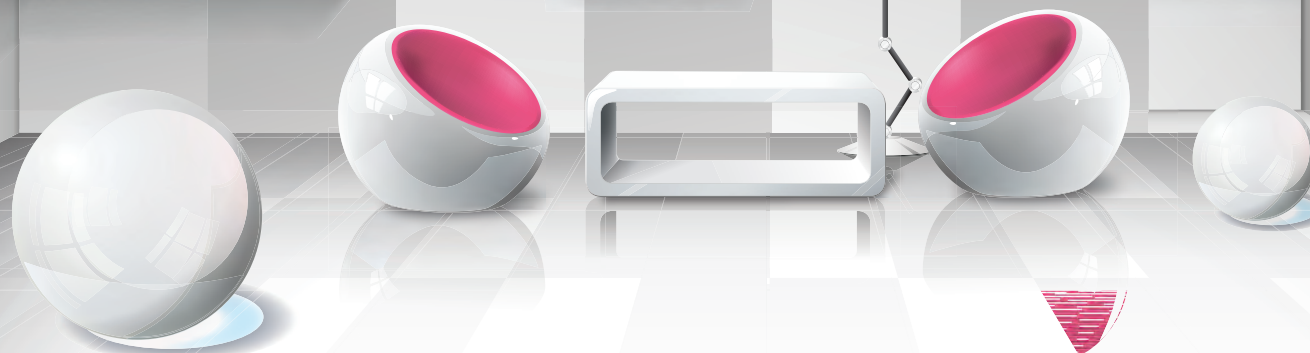
**CHANNEL SIMO:** Debates sobre el papel del canal en 2012: movilidad y cloud computing.

**FORO ATI:** La Asociación de Técnicos de Informática celebra seis mesas redondas.

**QUINCE MINUTOS DE GLORIA:** A través de las redes sociales. Patrocinado por el Csev.

**PREMIOS VIVERO:** 14 empresas innovadoras ganan un stand en Simo Network.

**STAND BPS:** Computing está presente en la feria en el stand de nuestra editorial BPS -E09-.



Los motivos que llevan a la industria a asistir a la que un día fuera la segunda mayor feria TIC de Europa

# Pros y contras de una feria en reinención

LORES SERRANO

● De un tiempo a esta parte, muchas de las grandes empre-

sas del sector TIC se han ido cayendo del cartel de Simo, llegando incluso a cancelarse la feria en 2008 por falta de ex-

positores. Muchos pedían una reinención, que parece que no llega; y otros han apostado por seguir participando porque

guste o no, todavía conserva el viejo aura de escaparate tecnológico. Para la edición de este año, no exenta de polémica an-

te las sempiternas dudas de su celebración, desde Computing hemos preguntado a la industria sobre cuáles son los moti-

vos que les llevan a concurrir o faltar a la que sigue siendo, eso sí con menoscabo, la gran cita del sector TIC.

## SIMO NO

### Antonio García, ReadSoft

"Al ser nuestro nicho de mercado tan específico, soluciones para la automatización de documentos, participamos sólo en ferias especializadas donde asiste un público profesional conocedor de nuestra tecnología para sacarle el máximo provecho a sus procesos de negocio".

### Leo Bensadon, Infor

"Simo, en su modelo actual, es una feria demasiado genérica que no se ajusta a nuestra visión de negocio y que no generaría para nosotros el suficiente valor, ya que el número de posibles empresas interesadas será proporcionalmente un bajo porcentaje de los visitantes".

### Miguel Salgado, Oracle

"El planteamiento de Simo Network, como feria, no encaja con nuestra estrategia de compañía".

### Miguel Reyes, Información Builders

"La labor de ferias como Simo Network es realmente válida para la dinamización de la industria TIC. Si bien, Information Builders no acude a este encuentro ya que su perfil no encaja con el foco de actividad de nuestra organización. Además, nuestras acciones en este contexto están encaminadas a la celebración de eventos más personalizados y especializados de la mano de clientes, partners y firmas analistas".

### María José Miranda, NetApp

"Simo nos parece sin duda un evento interesante para una asistencia de público masiva en torno a las TIC.

Tiene mucha visibilidad sobre todo ahora con toda la proximidad que tanto las empresas como el público en general tienen a la tecnología. En nuestro caso, el cliente objetivo por el perfil de empresa y de profesional es bastante más reducido por lo que, a recursos escasos de marketing, preferimos dedicarlos a otros eventos más dirigidos organizados por nosotros, partners o analistas específicos".

### Yolanda Ruíz Hervás, ESET

"Ante la proliferación de congresos internacionales, eventos específicos en seguridad y nuestros propios encuentros con distribuidores, es necesario hacer una segmentación importante y apostar por aquellos que nos ofrezcan un ROI mayor o que nos aporten valores adicionales que no se pueden medir, como la cercanía con nuestro canal y nuestros clientes. Priorizar

unos encuentros frente a otros es lo que nos lleva este año a decidir no acudir a Simo".

### José Javier Pérez, Brocade

"Desde Brocade, no asistimos a Simo porque, dado su modelo de negocio, quien debe asistir son sus OEM y partners".

### Ignacio Herrero, Ahora Soluciones

"Nosotros no vamos a Simo este año por lo mismo que no acudimos desde hace tiempo, pese a haber estado presentes en nuestros inicios y durante varios años: porque la inversión que conlleva no se ve justificada por el resultado obtenido ni entre clientes finales ni entre profesionales del sector".

## SIMO SÍ

### Almudena Cruz, Sage

"Un año más, Sage está presente en SIMO Network con el objetivo de acercar la innovación aplicada a la gestión empresarial a las pymes y a los profesionales del sector. En este sentido, a través de la colaboración con Madrid Tecnología, la compañía participará en ponencias orientadas a las nuevas estrategias y tendencias en marketing digital".

### Alfonso Arbaiza, Fundetec

"En los últimos tres años Simo se ha reinventado para convertirse en un encuentro centrado en la innovación y el emprendimiento. Al igual que en anteriores ediciones, Fundetec estará presente a través de Premio Vivero, el foro adecuado para apoyar y reconocer la labor de jóvenes empresas. Confiamos en que sea el escaparate que permita a muchos negocios incipientes despegar".

### Narcís Giménez, Aastra Telecom

"Aastra participa en Simo Network a través del evento VoIP2Day, mucho más especializado y en el que encontramos el foro óptimo para presentar nuestras novedades en comunicaciones IP. Se trata de una oportunidad excelente para exponer nuestras soluciones más avanzadas como parte de su lanzamiento y para saludar y hacer 'demos' a nuestros mayoristas y distribuidores".

### José M<sup>a</sup> Ochoa, Alhambra-Eidos

"Alhambra-Eidos participa en la edición Simo Network 2012 dentro del área VoIP2Day, debido a que es un entorno puramente profesional, en donde compañías tanto usuarias de tecnología, como integradores y proveedores de servicios TI, buscan lograr acuerdos de colaboración para mejorar las áreas de voz y datos de sus organizaciones o de sus clientes".

### María José Alcaraz, Xerox

"En los últimos años Xerox no ha participado como expositor en Simo, ya que el enfoque generalista de la feria no se adecuaba a la estrategia de la compañía. Sin embargo, la reorientación del evento hacia mercados verticales ha propiciado que este año, por ejemplo, Xerox tenga presencia en la serie de conferencias sobre el papel del canal de distribución".

### Huawei

"Este año, Huawei, en su compromiso por estar presente en los principales eventos del sector, participará en las Conferencias de Canal de Simo 2012. En ellas analizaremos, junto a otros actores relevantes del mercado, cómo la movilidad está impulsando nuevas oportunidades para el canal de distribución y cómo los partners pueden sacar ventajas competitivas ante la actual situación económica".

### Beatriz Pérez, Intel

"Para Intel, ferias como Simo son un foro ideal para dirigirnos al cliente profesional, sea de una pyme o de una gran corporación y poder compartir las principales tendencias y progresos en tecnología".

## IRÍA SI...

### Yolanda Ruíz Hervás, ESET

"Nosotros iríamos a Simo si realmente hubiera un ROI claro que justificara la inversión de una empresa como la nuestra en un evento como este".

### Leo Bensadon, Infor

"Nosotros iríamos a Simo si se tratara de una feria más especializada, enfocada a un mercado concreto o a un tipo de soluciones, ya que despiertan de forma natural un mayor interés real entre los visitantes y, por tanto, un mayor retorno sobre la inversión para los expositores".

### Miguel Salgado, Oracle

"Simo Network debería basar su modelo más en las necesidades de los usuarios de TI".

### Ignacio Herrero, Ahora Soluciones

"Nosotros participaríamos en Simo si se reinventase. Si realizase una apuesta clara que demostrase que realmente quiere posicionarse como una feria de referencia para el sector. Si aplicase estrategias y modelos totalmente diferentes y diferenciados. Y si realmente percibiésemos que supone una buena oportunidad".

# UN ERP ÁGIL NO CAMBIA EL MUNDO.



## LO CAMBIA USTED.

Lo hemos visto antes. Grandes corporaciones que reinventan completamente su negocio, cambiando sus productos, apuntando hacia otros mercados objetivo y buceando en territorios desconocidos, con un éxito increíble. En IFS creemos que todo lo que necesita para reinventar por completo su negocio, aparte de pensar que cualquier cosa es posible, es un sistema ERP que le permita ser tan ágil como sus pensamientos.

IFS Applications no solo le ayuda a ser más eficiente, es aún mejor, le proporciona el poder del cambio.

**IFS PARA LA EMPRESA ÁGIL → PARA MÁS INFORMACIÓN VISITE:**

[www.IFSWORLD.com/es-es](http://www.IFSWORLD.com/es-es) o llame al 918062345

La feria de Ifema cuenta este año únicamente con dos partners tecnológicos

# Dell y HP siguen manteniendo su apuesta por un SIMO Network que consideran 'vivo'

A pesar de que cada vez son más los fabricantes que prefieren no estar presentes en Simo Network, HP y Dell han decidido quedarse como partners

para dar soporte al evento y aprovechar para dar a conocer al mercado profesional sus últimas novedades. Ambas compañías siguen sosteniendo una

feria que aún sigue viva, y a la que ven como un buen punto de encuentro para mantener su visibilidad y contacto con distribuidores y clientes.

## ¿Qué le aporta a su compañía estar presente como partner en Simo y cuáles son sus expectativas?

**HP:** La presencia de HP en SIMO Network se remonta a sus inicios, y es una apuesta decidida por la única feria que representa al sector tecnológico en nuestro país. Este año hemos renovado nuestra participación siendo fieles a este compromiso, ya que consideramos que Simo debe volver a ser un referente para clientes, distribuidores, partners y usuarios (pymes), donde tener un punto de encuentro en el que tomar contacto y mostrar soluciones que ayuden a impulsar los negocios. Además, es una forma de seguir apostando por el desarrollo de la Sociedad de la Información en nuestro país y traer las últimas soluciones tecnológicas para las empresas, que estimulan el acceso seguro y continuo a la información, a la vez que fomentan la capacidad de crear y transformar los negocios, haciéndolos más competitivos y productivos.

**DELL:** Simo Network es la feria más importante del sector tecnológico profesional en España y una de las de más relevantes en toda Europa. A nosotros nos ofrece una gran visibilidad y la oportunidad de interactuar con un buen número de nuestros distribuidores y clientes. Además, en ella se dan cita no solo las pequeñas y medianas empresas y cientos de integradores y distribuidores, sino también grandes compañías privadas y del sector público.

Dell, que siempre ha sido uno de los principales partners oficiales de Simo desde que la feria iniciase su andadura con carácter 100% profesional, ha querido estar presente una vez más en esta gran cita del sector tecnológico empresarial.

## Bajo su punto de vista, ¿cuáles son las principales tendencias tecnológicas que están definiendo el camino TIC de las compañías?

**HP:** Sin lugar a dudas la movilidad, así como los avances en cuanto al cloud computing y las distintas formas de acceder a la información es lo que está definiendo el camino TIC de las compañías; haciendo que cada vez haya una mayor variedad de dispositivos que cumplan con las cambiantes necesidades de las empresas.

**DELL:** Las nuevas tendencias tecnológicas vienen claramente marcadas por las necesidades actuales de los clientes. La convergencia de los centros de datos, el incremento de los dispositivos conectados, el cloud computing, la explosión de datos, las redes sociales y la consumerización son algunos ejemplos que definirán el sector de las TIC.

## ¿Cuáles son las principales novedades tecnológicas que presentará?

**HP:** Las novedades tecnológicas que marcarán Simo Network 2012 pasan por tecnologías táctiles en todo tipo de dispositivos, formatos all-in-one en sobremesa y, por supuesto, avances importantes en la oferta de movilidad y conectividad, con nuevos formatos como los ultrabooks, tanto para usuarios finales como para empresas. Además, los visitantes tendrán la oportunidad de ver en directo cómo gracias a las workstations de la compañía se hacen diseños tan minuciosos como los de las motos de competición y la manera de hacer estudios de telemetría durante las carreras.

Por otra parte, el Stand de HP contará con el "Laboratorio de Color" en el que se demostrarán empíricamente las diferencias de calidad entre los cartuchos de tinta originales y compatibles. Todo ello, sin olvidar la tecnología cloud de HP a través de HP Converged Cloud, la primera estrategia del sector TI basada en una única arquitectura que combina nube privada, administrada y pública, así como también TI tradicional, para crear un entorno que puede cambiar rápidamente de acuerdo con las necesidades de la organización. Además, con la inminente llegada de Windows 8, presentaremos nuestra nueva gama en torno a este sistema operativo.

**DELL:** El fabricante presentará un amplio portfolio de soluciones tanto para el área del data center con propuestas en almacenamiento, servidores y networking, como para el usuario final. En lo que se refiere al área de almacenamiento, contará con las distintas líneas de producto PowerVault, EqualLogic y Compellent. En cuanto a servidores y networking la compañía mostrará su galardonada 12ª generación de servidores Dell PowerEdge, y las soluciones de networking, Dell Force10 y PowerConnect. Todas ellas forman parte de la solución de infraestructura convergente que proporciona una respuesta end-to-end para la empresa, con las ventajas que conllevan en cuanto a gestión e integración en el centro de datos.

Por otro lado, se expondrá la nueva línea de portátiles Dell Latitude, Dell XPS y los sobremesas Dell Optiplex, así como las distintas estaciones de trabajo Dell Precision, diseñadas para ofrecer grandes niveles de rendimiento y seguridad a las empresas.



HP ENVY Spectre CoreSet Dance.



HP ENVY Spectre CoreSet Dance abierto.



Latitude family.



Optiplex Family.



PowerEdge R820.

Las ferias no están muertas, pero deben replantearse su modelo de negocio

# La era de las Ferias 2.0



Carlos Castro Blanch,  
socio-fundador  
de IOMarketing

Con una amplia experiencia en las áreas de Marketing & Comunicación, empezó su recorrido profesional en el sector de las Tecnologías de la Información desempeñando su labor en empresas como Maxdata o Panda Software. En 2009, Carlos Castro decidió fundar, junto a David Rodríguez, INSIDE marketing, consultoría de marketing e IOMarketing, agencia de Comunicación y Marketing para pymes.

● En los últimos años nos hemos encontrado que la asistencia a las ferias ha bajado de manera preocupante. Ya no acude tanta gente a las ferias como antiguamente, ya no está uno esperando meses para ir a una feria a conocer las últimas novedades, y debemos de saber a que se debe, ¿crisis? ¿cambio de modelo? ¿desfase de las ferias? Es algo que tenemos que tener muy en cuenta a la hora de planificar nuestras ferias.

Hoy en día, el público no asiste a las ferias a ver stands, ni a ser testigos de presentaciones de productos. Los profesionales se personan en los recintos feriales para acudir a foros en los que se imparta información, conocimiento, experiencias y casos de éxito. Pero esto no ocurre en todas las ferias. No sucede en aquellas que no han sabido adaptar su modelo al cambio de los tiempos y que siguen ofreciendo lo mismo que ofrecían 20 años atrás.

La sociedad está evolucionando muy rápido y con ella los mercados y las empresas. Las necesidades del público no son las mismas que antiguamente y esto es algo que también se demanda en las ferias. Estos eventos han pasado de ser expositores de productos a ser expositores de conocimiento, lugares donde se comparte la información y no se limitan a mostrar nuevos

equipos e ir a mirar qué hace la competencia. Y es aquí donde la tecnología asume su papel de catalizador y amplía el valor de las ferias.

Gracias a la tecnología, las ferias multiplican en cientos su número de asistentes, desde la gestión de las invitaciones (¿quién recuerda haber recibido por última vez una invitación para una feria en papel?), hasta la difusión de los contenidos (twitter, vídeo streaming, etc...) Todo nos hace pensar que no es cosa de la crisis, sino que estamos asistiendo a un cambio en el modelo, a una evolución de la feria. Ferias que se están convirtiendo en realidad, en eventos de networking, donde no se ganan ventas, sino conocimiento de marca, donde

## Estos eventos han pasado de ser expositores de productos a ser expositores de información

no se hacen contactos comerciales con potenciales clientes, sino contactos profesionales con potenciales partners que nos traerán clientes. Y este es el gran poder que tiene la feria, la gran viralidad que nos puede dar, ya que nos sitúa, en un breve lapso de tiempo y



de espacio, en un entorno donde podemos encontrar un gran número de empresas con las que colaborar para encontrar clientes, mejorar nuestro producto y abrir nuevos mercados. Un entorno que nin-

interesados en las mismas cosas. Conseguir lo mismo a través de por ejemplo, LinkedIn, nos llevaría muchas horas delante del ordenador, y no digamos las reuniones de networking a las que deberíamos de asistir para conseguir el mismo efecto o a la cantidad de conferencias a las que tendríamos que ir para asimilar la misma información que ahora podemos asimilar en un par de jornadas de trabajo.

Es por esto que debemos de hablar de ferias 2.0, no por el gran uso de las tecnologías que se está empezando a hacer en todas ellas, que también, sino porque ahora responden al concepto real del 2.0. A la conversación, donde las ferias ya no son un elemento de comunicación unidireccional (yo te presento mi producto y tú lo

ves y con un poco de suerte hasta lo compras) sino que se empiezan a establecer relaciones de partners, de socios, se transmite el conocimiento en las dos direcciones, creando una verdadera conversación dentro de los mercados, y manteniéndolos vivos, permitiendo que estos crezcan más y más rápido que antes. Compartir información es el mejor modelo para asegurarse un rápido crecimiento de un sector o mercado; "los mercados son conversaciones", como escribió, ya hace años, David Weinberger.

Es por esto, que las ferias no están muertas como muchos se piensan, están vivas, y más que nunca, pero solo aquellas que sepan replantearse su modelo de negocio y sepan crecer en la dirección correcta, en la que le indique el mercado.



le ayudamos...

... a mantener el ritmo de su negocio, consiguiendo más eficacia y productividad con nuestras soluciones de Gestión Horaria y Planificación de Turnos.

Con los sistemas 100% WEB de SMART - Una solución Kronos conseguirán:

- > Reducir sus costes y la gestión administrativa
- > Optimizar la planificación de los recursos
- > Mejorar la productividad y reducir el absentismo
- > Costes constantes y un rápido retorno de la inversión
- > Mayor control en el cumplimiento de las reglas laborales de su convenio
- > Minimizar el tiempo invertido en la planificación por parte de los responsables
- > Mayor equilibrio entre la vida laboral y personal de sus empleados

