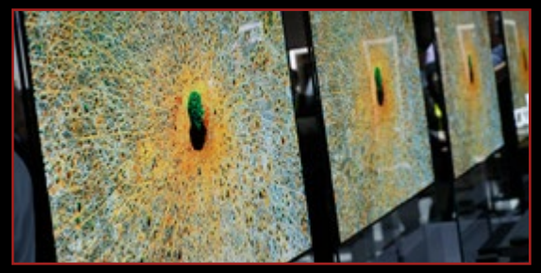
it Reseller
TECH&CONSULTING
Febrero 2017 - nº 20



CES marca las pautas tecnológicas del año

Esprinet firma con Vertiv y apuesta por un negocio de valor independiente

2017, ¿año de renovación en el canal mayorista?

TPV, un mercado dinámico y atractivo para el canal

¿Cómo afectará el Brexit al mercado IT?

La UE endurece sus normas en defensa de la privacidad

Riesgos del uso y distribución de software ilegal

Guarda esta revista en tu equipo y ábrela con Adobe Acrobat Reader para aprovechar al máximo sus opciones de interactividad

it Digital MEDIA GROUP

Juan Ramón Melara
juanramon.melara@itdmgroup.es

Miguel Ángel Gómez
miguelangel.gomez@itdmgroup.es

Arancha Asenjo
arancha.asenjo@itdmgroup.es

Bárbara Madariaga
barbara.madariaga@itdmgroup.es

Colaboradores
Hilda Gómez, Arantxa Herranz, David Marchal

Diseño y maquetación revistas digitales
Contracorriente

Diseño y maquetación proyectos especiales
Eva Herrero

Producción audiovisual
Antonio Herrero, Ismael González

Fotografía
Ania Lewandowska

it Reseller TECH&CONSULTING

it User TECH & BUSINESS

it televisión

Clara del Rey, 36 1º A
28002 Madrid
Tel. 91 601 52 92

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

Seguimos poniéndonos zancadillas

Es complicado nadar con los brazos atados a la espalda, correr con los pies juntos, o saltar con una mochila 20 kilogramos. Seguro que todos estamos de acuerdo en que, si queremos competir en estos y otros deportes, es necesario que partamos con las mismas condiciones iniciales que el resto de competidores. Sin embargo, desde hace un número indeterminado de años, el mercado español se sigue poniendo zancadillas a sí mismo y sale a la competición en un terreno de juego con más de un 40 por ciento de uso de software ilegal.

Son ya muchos años luchando contra este problema, y algo se ha conseguido en este tiempo, tanto con la estrategia del palo y la zanahoria como con la de la formación y la concienciación. Sin embargo, no es suficiente, los números cantan, y el uso de software ilegal sigue estando por encima de esta barrera, que parece infranqueable, del 40 por ciento.

Sabemos que no hay fórmulas mágicas para erradicar este gran problema, pero es necesario no bajar la guardia ni cejar en el empeño y continuar trabajando para que, en el futuro, éste acabe siendo un problema de otra época felizmente olvidada.

Los riesgos del uso y la distribución de software ilegal son muchos, pero algunos prefieren hacer oídos sordos y no darse cuenta de que el camino corto no es el bueno, y que determinadas actitudes generan problemas largo plazo para el mercado y para los profesionales.

Parece que la formación y la concienciación es la clave a largo plazo, pero quizá se quede corto si lo que queremos hacer es reducir de forma drástica e inmediata un problema que, como segmento del mercado TIC, nos quita un buen pellizco de beneficio. En todo caso, perseveramos, y desde esta tribuna seguiremos apostando por el uso y distribución de software local. ¡Pásalo!

Juan Ramón Melara
IT Digital Media Group

Sumario

En portada

Riesgos del uso y distribución de software ilegal

Reportaje

TPV: un mercado dinámico y atractivo para el canal

Actualidad

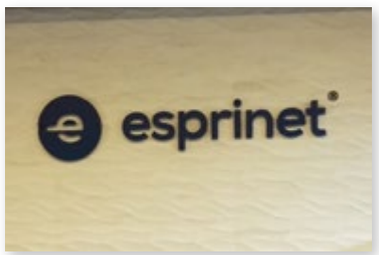
La UE quiere incrementar la privacidad de las comunicaciones electrónicas

Responsabilidad Social Corporativa

Una segunda vida “más solidaria” para la tecnología

Actualidad

Esprinet firma con Vertiv y apuesta por el desarrollo independiente de V-Valley

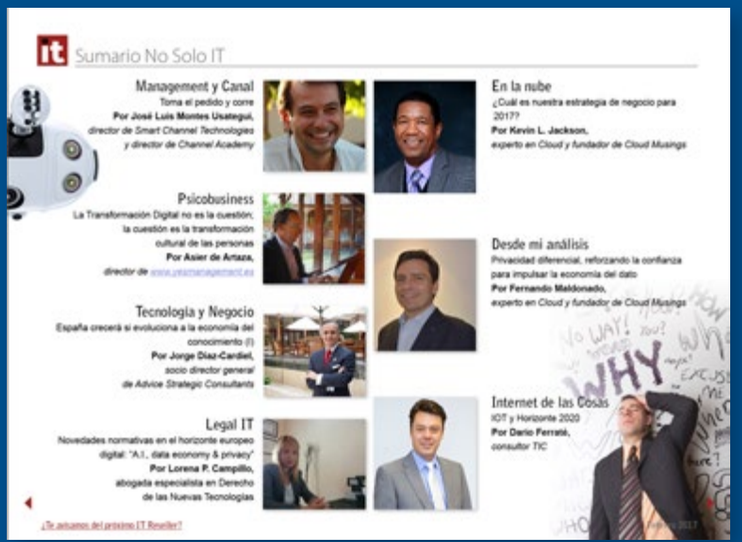


2017, ¿año de transformación del canal mayorista?

CES 2017: Renovación tecnológica para arrancar el año

Reino Unido y la UE toman posturas frente al Brexit

No solo it



Índice de anunciantes

Kaspersky Endpoint Security Cloud
ASLAN 2017
Esprinet
DMI Computer
Elium Advanced Technology
Nilox
IT Webinars
Intel Redefiniendo el puesto de trabajo
MCR Premios Hardware 2016
D-Link Videovigilancia IP
IT Whitepapers
IT Televisión

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

PROTECCIÓN POTENTE
GESTIÓN SENCILLA

Kaspersky Endpoint Security Cloud.
Listo en un abrir y cerrar de ojos

Más información en:
kaspersky.es/small-to-medium-business-security/cloud

Esprinet firma con Vertiv y apuesta por el desarrollo independiente de V-Valley

Esprinet arranca el año 2017 con novedades en el segmento del valor, con la incorporación a su catálogo de la marca Vertiv, anteriormente Emerson Network Power, y los nuevos pasos dados para la constitución de V-Valley Iberia, aunando en ella todo el negocio de valor del mayorista, incluyendo la recientemente adquirida IT Way y los contratos provenientes de Vinzeo. Además, desde el mayorista confían en que las cifras que presenten próximamente, correspondientes al cierre del año 2016, les coloquen como el principal mayorista del mercado español.

José María García, country manager de Esprinet Ibérica, afirmaba, durante la presentación del nuevo acuerdo firmado con Vertiv, que el mercado vive un momento cambiante "en el que concentración es la palabra que más se repite", tanto a nivel fabricante como a nivel mayorista o, incluso, a nivel de los distribuidores y resellers.

Y en este entorno es donde la firma quiere reforzar su apuesta por el mundo del valor, y para ello ha dado a conocer el acuerdo con Vertiv y los nuevos pasos para desligar el negocio de valor del de volumen y la creación de V-Valley Iberia, al igual que la firma hizo hace algunos años en Italia.

"Vamos a trasladar al mercado la realidad de lo que somos, con líneas que apunten totalmente a su negocio. Queremos desarrollar el valor de forma independiente, y V-Valley queremos que sea una apuesta cien por cien enfocada al valor".

Liderando el mercado de volumen y aspirando al trono en valor

Este paso se produce en un momento en el que, tal y como señalaba José María García, "con los datos completos de 2016, los números apuntan que somos el número uno. Hemos crecido por encima del mercado y somos líderes por primera vez en el mercado de volumen, y la idea es hacerlo también en el área de valor".

Pero, ¿cómo se consigue esto? Para García la clave está clara, “queremos construir una empresa a medida de lo que necesita y demanda el mercado: una gran oferta de servicio y estar muy cerca del cliente”, y añade que tienen el compromiso de “ser un mayorista que aporta más que el mercado. Lo hemos hecho en volumen y queremos hacerlo en el área de valor”.

A la vista de los datos, desde Esprinet ofrecen otras dos razones: el servicio y la capilaridad. En este sentido, señala García, que, de los 14.000 resellers que Context estima que existen en España, “a nosotros nos compran 12.000”, y la relación con ellos quieren que se base en algo más que el precio. Para García, “no ganamos las ventas por precio, sino que queremos ganarlas por el servicio”.

En cualquier caso, este responsable reconoce que “hemos crecido tanto como mayorista de volumen que el mercado no acaba de vernos como un mayorista de valor”, de ahí la apuesta por “independizar” el negocio de valor en V-Valley.

Y es que el año 2016 se ha cerrado con una cifra de facturación que podría aproximarse, si bien desde el mayorista no lo han comunicado todavía, a los 1.000 millones de euros.

Para García, “estamos liderando el mercado de volumen y en cinco años queremos estar en posición de poder liderar el mercado de valor”.

Acuerdo con Vertiv

Y, como decíamos, uno de los pasos dados para reforzar la apuesta por el segmento de valor es la firma con Vertiv, antiguamente Emerson Network Power, un fabricante centrado en el desarrollo de tecnologías de infraestructuras críticas para el centro de datos, redes de comunicaciones y entornos industriales y comerciales, que cuenta con marcas como ASCO, Chloride, Liebert, NetSure y Trellis.

En opinión de José Alfonso Gil, country manager de Vertiv, “estamos muy satisfechos de la firma con V-Valley, ya que será un socio estratégico de valor añadido con amplia experiencia, que nos va a permitir desarrollar nuevas oportunidades de negocio tanto en canales de breadth como en otros en los que hasta ahora no teníamos presencia”, como es el caso del retail o el canal de e-commerce. En definitiva, esta firma aporta a Vertiv “una gran capilaridad”.

Para Gil, la independencia de V-Valley es una buena noticia, “porque son la misma empresa, pero más ágil y rápida”.

De cara a los próximos meses, José Alfonso Gil señalaba que se esperan crecimientos en los pequeños centros de datos, cercanos al cliente, o en los grandes centros de datos.

Desarrollar el negocio de valor

Aprovechando la firma del acuerdo, Fernando Feliu, persona que queda al frente de la apuesta de Esprinet por el valor, destacaba que el mayorista lleva dos años trabajando y cree que ahora ha llegado el momento de constituir V-Valley Iberia. En palabras de este responsable, los pasos a dar son “completar la estructura de venta y post-venta, añadir nue-

> “Estamos liderando el mercado de volumen y en cinco años queremos estar en posición de poder liderar el mercado de valor”
>
> José María García, country manager de Esprinet Ibérica

"Aportamos soluciones y respaldamos con servicios la oferta de nuestros clientes"

Fernando Feliu, director del área de IT & Value de Esprinet Ibérica

vos contratos, aprovechar el breadth de clientes de Esprinet y dedicar inversiones para desarrollar determinados negocios", y todo ello con un foco claro, "aportamos soluciones y respaldamos con servicios la oferta de nuestros clientes".

Una muestra de esta apuesta por el valor son los dos centros de testeo con los que ya cuenta el mayorista, uno en las instalaciones del Cash&Carry en Alcobendas (Madrid) y otro en la sede de Vinzeo, también en la capital. Además, Feliu destacaba que en los últimos meses han ido reforzando el área cloud y el de seguridad, pero que quieren completar también el negocio de infraestructura, y ahí se enmarca el acuerdo alcanzado con Vertiv.

La clave para desarrollar esta apuesta está, en palabras de Fernando Feliu, en "desarrollar proyectos a medida de los clientes en los que cada fabricante aporta algo diferente".

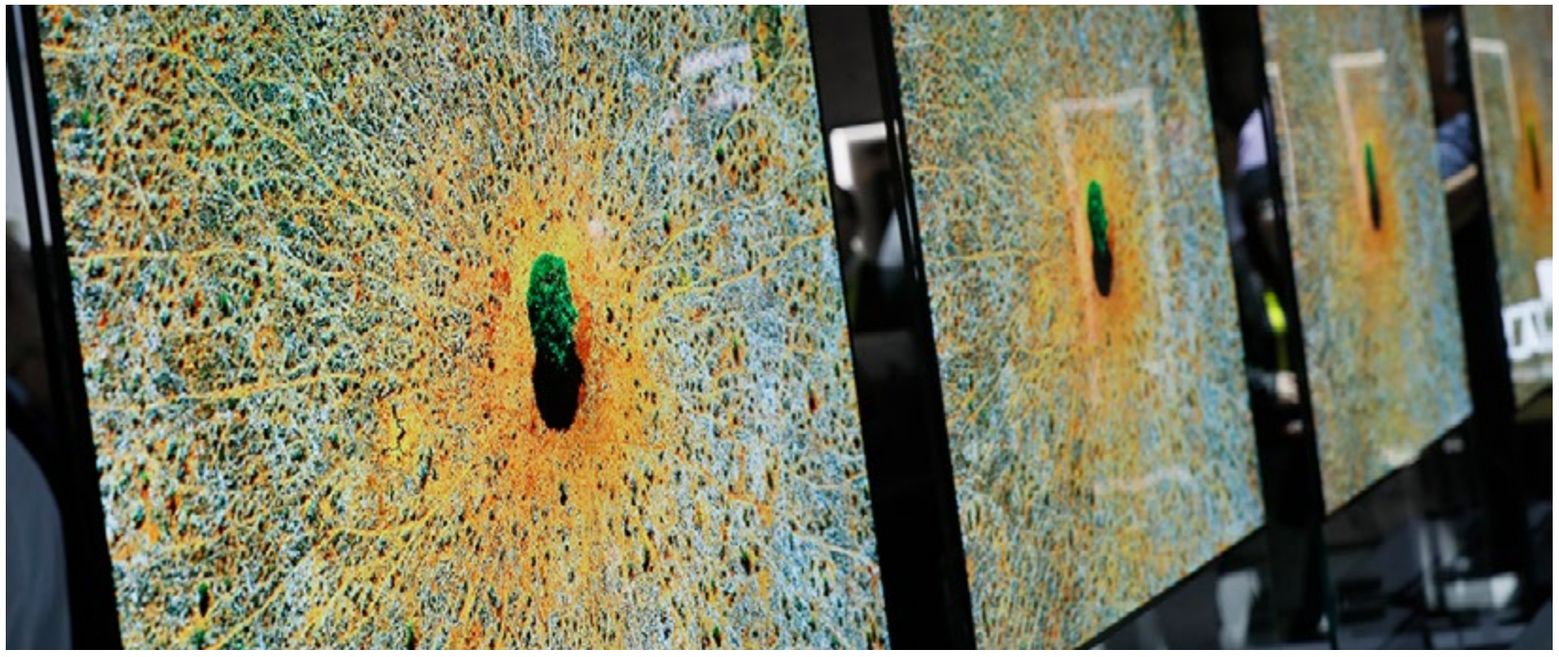
V-Valley cuenta con todos los clientes de Esprinet, abarcando desde los más pequeños, sin conocimientos necesarios para crear valor, hasta los más grandes, que tienen las capacidades, pero no han desarrollado una estructura que lo soporte.

Pero algo no va a cambiar en V-Valley, según José María García, "vamos a trabajar proactivamente por el fabricante, aprovechando que somos especialistas en la pequeña y mediana empresa y en la venta uno a uno", una idea que recalcaba Fernando Feliu al afirmar que la pequeña y mediana empresa "está en nuestro ADN, y nuestra filosofía es dar servicio a cada área y cada cliente".

Pero, ¿cuáles van a ser los próximos pasos? "Queremos reforzar", apunta Feliu, "las áreas de cloud y seguridad, pero no nos olvidamos de la infraestructura, el networking o el almacenamiento, o, incluso, la movilidad, que es de donde venimos. Otras áreas a desarrollar serían Big Data, IoT…" En definitiva, finaliza Fernado Feliu, "queremos fortalecer al canal para que puedan desarrollar su negocio de cara a futuro".

Enlaces relacionados

- Esprinet
- Vertiv
- Esprinet adquiere ITWay
- Esprinet adquiere Vinzeo



CES, el evento que marca las pautas tecnológicas del año

Como cada enero, el sector tecnológico estrena nuevo dígito con la celebración de la Feria Internacional de Electrónica de Consumo en Las Vegas, que sirve como expositor de las propuestas y tendencias tecnológicas con las que las empresas se dirigirán a sus clientes.

La 50 edición de CES reflejó las directrices por las que está apostando la industria: realidad virtual, conducción autónoma, inteligencia artificial, robótica o 5G son algunas de las líneas maestras que marcaron la pauta de las presentaciones y productos vistos en esta cita imprescindible para conocer los derroteros por los que se desenvolverá el sector tecnológico en los 365 días posteriores a su celebración.

Más de 150.000 personas pasearon por los 200.000 metros cuadrados de la feria entre el 5 y el 8 de enero, para ver las nuevas propuestas en hardware, telefonía o software, así como soluciones empresariales que hacen la vida más fácil al usuario, de más de 3.000 expositores. La cita, considerada como la mayor feria de tecnología del mundo, es aprovechada por las empresas tecnológicas para demostrar todo su potencial de innovación.

Intel, por ejemplo, es una de las compañías que confía en la convocatoria para desvelar sus últimos desarrollos. Allí acudió, entre otros, con un ordenador del tamaño de una tarjeta de crédito. Intel Compute Card tiene todos los elementos de un PC: memoria, almacenamiento y conectividad inalámbrica. Se puede utilizar para crear neveras interactivas o quioscos inteligentes. Llegará a mediados de este año y es un elemento más para la creación de cosas conectadas a internet, IoT, que llegará a límites insospechados.

Y aunque no tan pequeña, pero sí tan fina, LG mostró en la feria una televisión tan fina como una tarjeta de crédito: su espesor era de tan solo 2,57 milímetros e iba colada en la pared con un anclaje magnético que permite pegarla al máximo a la pared, ofreciendo una mejor experiencia inmersiva al usuario. Su tamaño es de 77 pulgadas.

El reconocimiento de voz reina en los pasillos de CES

Por los pasillos de CES 2017 no solo se vieron dispositivos, también se escucharon múltiples asistentes de voz, principalmente aquellos basados en la propuesta de Amazon, Alexa. El sistema se ha abierto a otros fabricantes y en CES se pudieron encontrar centenares de dispositivos que ahora ya son compatibles con Alexa, entre ellos, las neveras de LG, los coches de Ford o los móviles de Huawei. Amazon, por cierto, no figuró como expositor de la feria. Y es que el de los asistentes digitales es un mercado muy goloso: está estimado que para 2020 sea de 3.600 millones de dólares.

De carácter multidisciplinar, CES ha ido dando cabida en sus pabellones a todas aquellas empresas que entienden la tecnología como innovación. Ya desde hace algunos años, el de la automoción es un sector con gran presencia en la feria por sus desarrollos tecnológicos y por las alianzas que sellan con proveedores de tecnología, como el anunciado en el marco del evento entre BMW Group, Intel y Mobileye para empezar a probar vehículos autónomos en tráfico real a partir del segundo semestre de 2017.

El sector del turismo también tuvo su momento estelar en este CES, donde el consejero delegado de la compañía de cruceros Carnival fue el primer director de la industria turística en pronunciar un discurso en la sesión inaugural

50 años de CES

La edición de 2017 de CES ha servido también para celebrar el 50 aniversario de esta cita tecnológica. Se celebró por primera vez en Nueva York en 1967, con la participación de 117 empresas y 17.500 personas. Desde 1978 hasta 1994, se duplicó el evento para acaparar todo Estados Unidos: uno en enero en Las Vegas y otro en junio en Chicago. Desde 1995, solo se celebra en Las Vegas una vez al año.

CES ha sido el escenario de la presentación de innovaciones tecnológicas tan revolucionarias como el videograbador VHS, la videocámara o la impresión 3D. Aún hoy acuden a la cita como expositores empresas que ya participaron en esa primera edición de 1967, entre ellas, Philips, Panasonic o Toshiba.

XXIV EDICIÓN
15-16 marzo
PALACIO MUNICIPAL DE CONGRESOS
MADRID

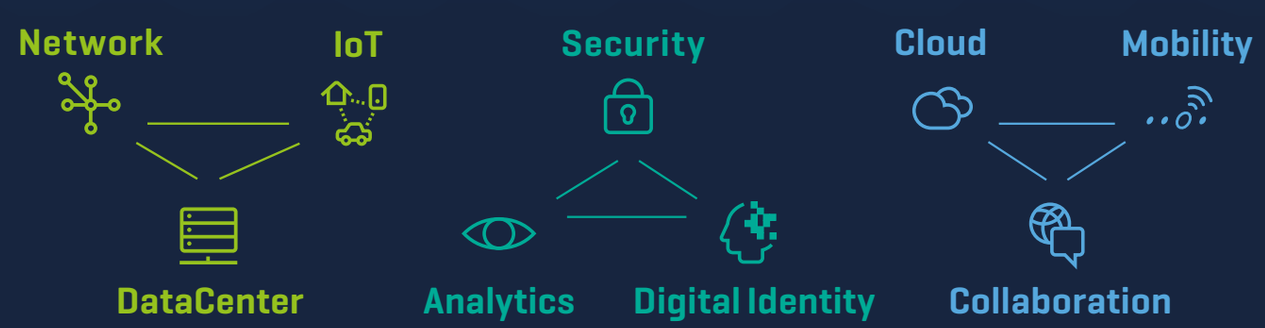
ASLAN 2017 CONGRESS & EXPO

Tecnologías en red para impulsar la Transformación Digital

El papel de la tecnología y de los expertos IT cambiará más en 2017 que en los últimos diez años. Estamos en el punto de inflexión impuesto por el fenómeno de la Digitalización. Responsables IT, partners tecnológicos, service providers y startups tienen la oportunidad de liderar la Transformación Digital aportando su talento, experiencia y conocimiento tecnológico.

Conocer las últimas innovaciones tecnológicas, y cómo alinearlas con el negocio, es el gran reto en la nueva era digital y el foco principal de ASLAN2017.

"Leading innovation...



...network is everything"

PATROCINADORES GLOBALES

DELL EMC · itconic · econocom · WALHALLA WHEN DATA IS CRITICAL · Hewlett Packard Enterprise

Inscripción gratuita en **www.congreso.aslan.es**
Síguenos y participa **#ASLAN2017**

CELEBRACION SIMULTÁNEA

Smart energy Congress & Expo "Energy Efficiency in the Digital Age"

NOVEDAD: Corporate DataCenter EXPO

ORGANIZA

@asLAN

El PC, ese dispositivo que nunca muere

En medio de tanto dispositivo innovador, de nuevas formas, sigue existiendo un formato que se renueva pero no desaparece de las manos del consumidor: el ordenador. En CES, los fabricantes de PC tienen uno de sus grandes escaparates. Toshiba, por ejemplo, anunció su nuevo Portégé X20D-W, un equipo híbrido de tan solo 1,1 kilo de peso y 15,4 mm de grosor, que se convierte en Tablet girando su pantalla de 12,5" Full HD. Acer, entre otras novedades, se dirigió a los jugadores con

Dell, por su parte, enseñó un espacio de trabajo inteligente, denominado Dell Canvas, de 27 pulgadas, que se puede utilizar en ángulo o horizontal, y sobre el que se trabaja con un lápid digital. La solución es compatible con dispositivos Windows 10 y se integra con software de Adobe, Autodesk, AVID, Dassault Systems, SolidWorks o Microsoft.

Y pensando en los más jugadores, Acer introdujo su nuevo portátil gaming Predator 21 X, el primero con pantalla curva. Se trata de un equipo con pantalla IPS de 21 pulgadas (con resolución de 2560 x 1080), que ofrece una experiencia de juego inmersiva, y utiliza la tecnología de seguimiento ocular de Tobii. Cuenta, además, con dos tarjetas gráficas NVIDIA GeForce GTX 1080 en SLI y un procesador Intel Core i7-7820HK de séptima generación.

de CES. La compañía presentó su herramienta Ocean Medallion, un dispositivo corporal que facilita la estancia del pasaje durante el crucero y le permite disfrutar de un servicio mejorado. Combina una red de sensores y dispositivos de computación instalados en el buque, puertos y destinos. Se estrenará en el buque Regal Princess en noviembre de este año y paulatinamente, se irá incorporando a toda la flota de Carnival.

DISCURSO INAUGURAL DE GAY SAPHIRO, PRESIDENTE Y CEO DE LA CONSUMER TECHNOLOGY ASSOCIATION (CTA), ORGANIZADORA DE CES

CLICAR PARA VER EL VÍDEO

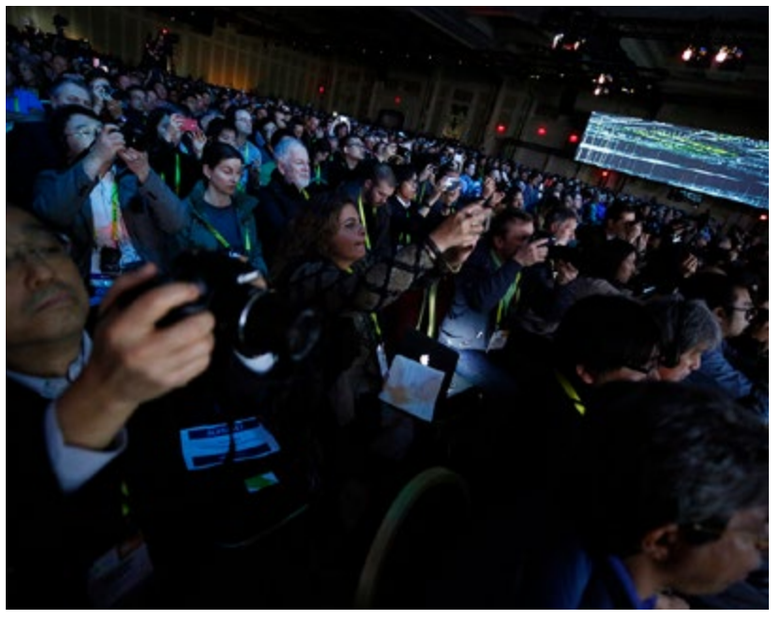
Con la vista en el futuro

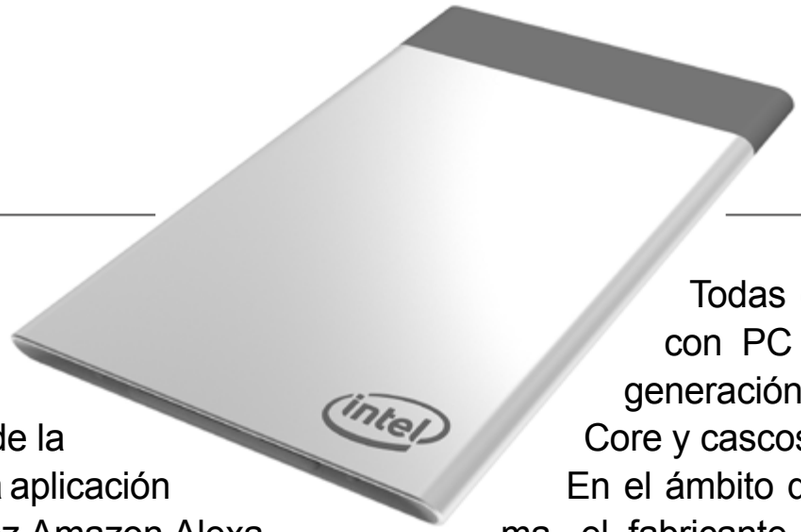
La jornada inaugural de CES es el momento estelar para los directivos de las grandes empresas tecnológicas que participan en el encuentro. Unas 3.000 personas asistieron al discurso de Richard Yu, CEO de Huawei Consumer Business Group, en el que el directivo esbozó la visión de la compañía sobre la tecnología móvil: lo que denomina “Teléfono Inteligente”, algo más que un smartphone, un “intelligent phone”, al que la firma describe como un dispositivo potenciado por Inteligencia Artificial que mejorará en todos los sentidos nuestras vidas. En palabras de Yu, “actualmente las personas se conectan con el mundo digital usando sus smartphones. En el futuro, el Teléfono Inteligente será una extensión de lo que somos, una parte indispensable de nuestras vidas usará la Inteligencia Artificial para adaptarse a nuestras necesidades, permitiéndonos interactuar de manera más inteligente con el mundo real y el digital”.

Para hacer realidad este Teléfono Inteligente, Yu habló de las necesidades de diseño de este nuevo y dinámico dispositivo, que emulará la capacidad humana de interactuar y entender el mundo que le rodea. Para acelerar su desarrollo, Huawei está trabajando en su tecnología de sensores, de aprendizaje automático, gestión de datos y chipset. Y lo está haciendo, según el directivo, en colaboración con algunas de las compañías más innovadoras del mundo como

CES ha ido dando cabida en sus pabellones a todas aquellas empresas que entienden la tecnología como innovación

Brian Krzanich, CEO de Intel, es también un habitual en el escenario de CES. Su discurso se centró en la fusión de la empresa para el futuro de la VR y la realidad fusionada





Amazon o Google; de hecho, su Huawei Mate 9 Pro es el primer modelo de la compañía en incluir la aplicación de interacción por voz Amazon Alexa, mientras que el nuevo Porsche Design Mate 9 utiliza Google Daydream, lo que permite a los usuarios explorar contenidos y experiencias en realidad virtual inmersiva.

Brian Krzanich, CEO de Intel, es también un habitual en el escenario de CES. Su discurso se centró en la fusión de la empresa para el futuro de la VR y la realidad fusionada, y cómo estas tecnologías reinventarán las experiencias de viajar, la seguridad y la productividad en el trabajo, así como de los deportes y los juegos. “El ritmo de avance de la tecnología se está acelerando más que nunca. La ley de Moore es el centro de esta aceleración. La tecnología se está extendiendo más allá de la electrónica de consumo, definiendo casi todos los aspectos de nuestras vidas y transformando las industrias”, explicó.

Krzanich condujo al público asistente a su ponencia a través de una serie de experiencias de VR en vivo y pregrabadas, empezando por un vuelo con traje con alas sobre Moab (Utah); siguiendo por una visita a la cascada Ban Gioc, uno de los parajes naturales más impresionantes de Vietnam; y terminando con un apocalipsis zombi en el juego de VR Arizona Sunshine. Todas ellas estaban realizadas con PC basados en la séptima generación de procesadores Intel Core y cascos VR de Oculus Rift.

En el ámbito de la conducción autónoma, el fabricante presentó Intel GO, una nueva marca para soluciones de automoción que incluye la primera plataforma de desarrollo preparada para 5G de la industria. Según la compañía, permite a los fabricantes de automóviles adelantarse en el desarrollo de la red 5G prevista, que llevará la conducción autónoma y automatizada a nuevos niveles. El sistema también incluye diversos kits de desarrollo que incrementan el rendimiento desde el procesador de nueva generación Intel Atom hasta los Intel Xeon. Y entre otros anuncios, la compañía de procesadores mostró el módem Intel 5G, el primero compatible con las bandas sub 6 GHz y el espectro de ondas milimétricas.

Enlaces relacionados

- Página oficial de Consumer Electronic Show
- Timeline de los 50 años de CES
- Panasonic Automotive e IBM impulsan los sistemas cognitivos en automoción
- AGL presenta su nueva plataforma infotaintment para vehículos conectados

keep reinventing

esprinet®

HP Elite x3

El único dispositivo con las ventajas de todos los demás

HP Elite x3 es el primer dispositivo móvil para empresas de HP que ofrece productividad profesional sin complicaciones en formato phablet, portátil y ordenador de sobremesa: todo en un solo dispositivo[1].

Haga más en menos tiempo.

Ligero y fácil de acoplar

Cambie sin esfuerzo de formato teléfono a ordenador de sobremesa o portátil[2].

Seguridad total

Las funciones de seguridad profesionales le ayudan a proteger su información confidencial.

Creado para la empresa

Utilice sus aplicaciones profesionales desde cualquier lugar mediante HP Workspace[3].

Windows

Las aplicaciones se venden por separado y la disponibilidad puede variar.No todas las funciones están disponibles en todas las ediciones o versiones de Windows. Los sistemas pueden requerir hardware, controladores o software actualizados y/o adquiridos por separado o una actualización de la BIOS para aprovechar al máximo la funcionalidad de Windows. Windows 10 se actualiza automáticamente, una función que siempre está activada. Se pueden aplicar tarifas de acceso a Internet y, con el tiempo, puede haber requisitos adicionales para las actualizaciones. Consulte microsoft.com.1 Basado en el análisis interno realizado por HP el 14 de enero de 2016 de los dispositivos móviles con Windows 10 Mobile preinstalado, diseñados para superar las pruebas MIL-STD 810G e IP67, que tienen la capacidad de ejecutar aplicaciones empresariales virtualizadas en una pantalla grande mediante una base de expansión opcional y que cuentan con una solución de seguridad biométrica.2 Requiere una base de expansión opcional que se vende por separado. Los periféricos se venden por separado.3 Se requiere una actualización del software HP Workspace para Windows 10, cuyo lanzamiento está previsto próximamente. Requiere una suscripción. La aplicación empresarial debe tener una licencia de virtualización en una red empresarial.Pantallas simuladas, sujetas a cambios; Las aplicaciones se venden por separado y la disponibilidad puede variar.Microsoft y Windows son marcas registradas o marcas comerciales de Microsoft Corporation en los Estados Unidos y/o en otros países.

La Comisión Europea presenta sus propuestas en materia de protección de datos

La UE quiere incrementar la privacidad de las comunicaciones electrónicas

La Comisión Europea acaba de presentar sus propuestas para actualizar las normas vigentes de privacidad y ampliar su ámbito de aplicación a todos los proveedores de servicios de comunicaciones electrónicas y que también buscan crear nuevas posibilidades para tratar datos de comunicación y reforzar la confianza y seguridad en el mercado único digital.

La Comisión Europea acaba de proponer una nueva legislación para lograr una mayor protección en las comunicaciones electrónicas. El objetivo, además de incrementar los niveles de protección, es impulsar las oportunidades comerciales.

Opiniones de los líderes de la Comisión

Tal y como explica Frans Timmermans, vicepresidente primero de la Comisión Europea, estas propuestas “completarán el marco para la protección de datos de la UE”. ¿De qué manera? “Garantizando que la privacidad de las comunicaciones electrónicas esté protegida por normas actualizadas y eficaces y que las instituciones europeas apliquen las mismas normas rigurosas que esperamos de nuestros Estados miembros”.

En este sentido, Andrus Ansip, vicepresidente encargado del Mercado Único Digital, destaca

La UE quiere obligar a los servicios de mensajería como WhatsApp, Facebook, Messenger, Skype, Gmail, iMessage o Viber a cumplir las mismas normas que las operadoras

que estas propuestas “proporcionarán la confianza en el mercado único digital que nuestros ciudadanos esperan”. Es más, en su opinión, “garantizará la confidencialidad de las comunicaciones electrónicas y la privacidad. Nuestro proyecto de Reglamento sobre privacidad y comunicaciones electrónicas establece un justo equilibrio: proporciona un alto nivel de protección de los consumidores y la posibilidad de que las empresas innoven”.

Vera Jourová, comisaria de justicia, consumidores e igualdad de género, añade que “la legislación europea sobre protección de datos adoptada el año pasado establece normas estrictas que redundan en beneficio de los ciudadanos y las empresas de la UE”.

Asimismo, finaliza señalando que “también estamos elaborando nuestra estrategia para facilitar el intercambio internacional de datos en la economía digital mundial y promover unas normas estrictas de protección de datos en todo el mundo”.

Las OTT tendrán que cumplir la misma normativa que las operadoras

Entre las medidas que acaba de presentar la Unión Europea destaca la incorporación de nuevos participantes a la mismas. A la hora de obligar a los servicios de mensajería como WhatsApp, Facebook, Messenger, Skype, Gmail, iMessage o Viber a cumplir las mismas normas que las operadoras, el organismo se basa en una encuesta que asegura que el 92% de los europeos cree que es muy importante que sus mensajes de correo electrónico y mensajes online mantengan la confidencialidad.

Ésta ha sido una de las principales reclamaciones de las operadoras desde hace años quienes han considerado que la legislación perjudicaba la libre competencia. Así lo consideraba, por ejemplo, Vodafone, quien aseguró, cuando se dio a conocer la intención de la UE de obligar a estos servicios de mensajería a cumplir la misma normativa, que “las obligaciones de seguridad, la confidencialidad de las comunicaciones y las obligaciones del tráfico y de la localización de los datos tiene que ser aplicada de la misma forma tanto para los proveedores de servicio, como para las operadoras tradicionales como para las Over the Top”.

Facebook, por su parte, consideró que sería “un error fundamental” aplicar la misma norma-

Se racionalizará la denominada "disposición sobre cookies", que ha dado lugar a un exceso de solicitudes de autorización a los usuarios de internet

tiva a las empresas de Internet que a las operadoras.

Facebook y Vodafone no han sido las únicas compañías que se han manifestado sobre la nueva normativa que quiere aprobar la Comisión Europea. BT, Deutsche Telekom, Orange, Telenor, Telia, Telecom Italia, Google y Microsoft también han manifestado sus puntos de vista. Mientras que las operadoras aplauden la ampliación de la normativa, las compañías de Internet consideran que sería un error.

Normas más estrictas

Además de ampliar la Directiva sobre la Privacidad y las comunicaciones electrónicas a las compañías conocidas como Over The Top, la Comisión Europea también ha propuesto normas más estrictas. "Al actualizar la vigente Directiva con un Reglamento directamente aplicable, todos los ciudadanos y las empresas de la UE disfrutarán del mismo nivel de protección de sus comunicaciones electrónicas. Las empresas también disfrutarán de un único conjunto de normas en toda la UE".

La privacidad, además, estará garantizada para el "contenido y los metadatos derivados de las comunicaciones electrónicas", como puede ser el caso del lugar y la hora en la que se realiza una llamada. "Ambos tienen un alto componente de privacidad y, en virtud de las normas propuestas, deberán anonimizarse o suprimirse si los usuarios no han dado su consentimiento, salvo que se necesiten los datos, por ejemplo, para la facturación".

Nuevas oportunidades comerciales

Con estas propuestas, la UE quiere, además, ofrecer nuevas oportunidades comerciales. "Una vez que se haya dado el consentimiento para que se procesen los datos de las comunicaciones, los operadores tradicionales de telecomunicaciones tendrán más oportunidades para utilizar los datos y prestar servicios adicionales. Por ejemplo, podrían elaborar mapas térmicos que indiquen la presencia de personas para ayudar a las autoridades públicas y a las empresas de transporte a la hora de desarrollar nuevos proyectos de infraestructura";

Serán las autoridades nacionales de Protección de Datos las que se encarguen de la vigilancia del cumplimiento

y se simplificarán las normas sobre las “famosas” cookies. En este sentido, se racionalizará la denominada “disposición sobre cookies”, que ha dado lugar a un exceso de solicitudes de autorización a los usuarios de internet. Las nuevas normas permitirán a los usuarios un mayor control de sus entornos y proporcionarán una vía fácil para aceptar o rechazar el seguimiento de cookies y otros identificadores en caso de riesgos para la privacidad. La propuesta aclara que no es necesario obtener el consentimiento para las cookies invasivas ajenas a la privacidad que mejoran la experiencia de internet (por ejemplo, recordar el historial del carrito de la compra). Dejará de ser necesario el consentimiento del usuario en el caso de las cookies instaladas en un sitio web visitado que efectúen el recuento del número de visitantes a dicho sitio.

Una mayor protección contra el correo basura (la propuesta presentada hoy prohíbe las comunicaciones electrónicas no solicitadas por cualquier medio, por ejemplo, mediante correos electrónicos, mensajes de texto y, en principio, también mediante llamadas telefónicas, si los usuarios no han dado su consentimiento) y un cumplimiento más eficaz (serán las autoridades nacionales de Protección de Datos las que se encarguen de la vigilancia del cumplimiento), completan las propuestas de la Comisión Europea.

Enlaces relacionados

- Propuestas de la UE sobre la privacidad de las comunicaciones electrónicas
- Preguntas y respuestas sobre la nueva normativa
- La directiva e-Privacy enfrenta a operadoras y OTT
- La UE estudia que las OTT cumplan la misma normativa que las operadoras

DMI Computer

- 17.000 m² de superficie con capacidad para 12.000 palets
- Amplia cartera de fabricantes y productos
- Solución comercial, logística y técnica global
- 27 años de trayectoria y experiencia en el sector
- Ubicación estratégica en el corredor de Henares
- 4 Delegaciones comerciales: Málaga, Alicante, A Coruña y Portugal
- Servicio de entrega en 24 horas
- Cuidada política de calidad y medio ambiente

3GO, acer, alcatel, AMD, Antec, AOC, ARCHOS, ASRock, ASUS, BLUESTORK, brother, CoolBox, CREATIVE, DELL, DENVER ELECTRONICS, EPSON, e-star, GAMBIAS, geeks!me, hp, HUAWEI, intel, Microsoft, MR Micro

cellularline, differo, doro, DURACELL, GEMBIRD, Genius, GIGABYTE, Gigaset, gioteck, GOLLA, Hanns-G, Hewlett Packard Enterprise, Hisense, HITACHI, (Intenso), AVU, KASPERSKY, Kingston, Lenovo, LG, L-Link, logitech, MEDION, msi, PHILIPS, PNY, PORT, RICOH, salicru, SAMSUNG, SEAGATE, TEN GO!, THE G LAB, TOSHIBA, tp-link, TRITON, vernee, ViewSonic, WD, weimei, waxter, ZTE

MADRID • Avda.Sistema Solar, 34 (esq. c/Marte) - Pol. Ind, San Fernando • Teléfono: 91 670 28 48 • 28830 • San Fernando de Henares

Tu mayorista de confianza

2017: ¿año de transformación del negocio mayorista?

La revolución digital está llevando a los mayoristas a transformar sus modelos de negocio, ya sea expandiéndose hacia nuevas regiones geográficas o desarrollando plataformas para proporcionar software en la nube y servicios de valor añadido, algo que continuará en 2017.

Las tecnologías digitales han cambiado la forma en que los mayoristas desarrollan sus negocios. Estos nuevos modelos de negocio, particularmente en torno a la nube, la movilidad, los mercados verticales, las empresas emergentes, y las tecnologías de seguridad y empresariales, seguirán creciendo en 2017, como señalan las opiniones de los ejecutivos de canal recogidas en el informe Insights Into 2017 del Global Technology Distribution Council (GTDC).

"Menos de la mitad de las empresas del Fortune 500 en el año 2000 todavía están en el negocio, e Internet y la revolución digital son las razones de ello", afirma Ilona Weiss, presidenta de ABC Data. "Los mayoristas están transformando los modelos de negocio en múltiples direcciones: mediante la expansión en mercados extranjeros, el desarrollo de plataformas para proporcionar software en la nube y servicios de valor añadido.

"Prevemos que los mayoristas venderán dispositivos en un modelo basado en el consumo como un medio para conectar servicios de nube públicos, como Office 365, Enterprise Mobility Suite for Security o Windows Enterprise, en modo de suscripción como servicio. Esto representa una oportunidad inmediata para los mayoristas de todo el mundo, que están absorbiendo el concepto rápidamente. La oportunidad de mercado es enorme", señala

Jon Strausburg, director de ventas cloud de SMB&D en Microsoft.

Por su parte, Frank Rauch, vicepresidente de la Organización de Partners de las Américas de VMware, apunta que "VMware valora a los mayoristas para la implementación, generación de demanda y reclutamiento en torno a la hiperconvergencia. Una gran ventaja para nosotros es que tenemos centros de datos definidos por software como servicio. Esperamos trabajar en estrecha colaboración con nuestros mayoristas en 2017".

Finalmente, Conxi Palmero, de Computer Gross Italia, comenta que "Los fabricantes deben invertir y creer en la distribución. Eso es algo fácil de decir, pero más difícil de lograr. Si los proveedores no ponen en el esfuerzo, hay un montón de nuevos proveedores que creen que la distribución es la herramienta adecuada para llegar al mercado, y nuevas oportunidades para los mayoristas capaces de apoyar la transición del canal".

IoT, una vía de negocio para el canal

El fenómeno de Internet de las Cosas (IoT) continuará siendo un gran foco para mayoristas y directivos de canal de los fabricantes en 2017. Una encuesta del mencionado Global Technology Distribution Council (GTDC) realizada a principios de 2016 reveló que más del 85% de los ejecutivos de las empresas de tecnología califican la oportunidad de IoT como "significativa", y que un 72% ofrecen o planean introducir soluciones de IoT a través de distribuidores. Pues bien, el informe Insights Into 2017 de GTDC indica que los fabricantes y los VAR continuarán haciendo más inversiones este año en soluciones de IoT para mercados verticales.

El fenómeno de Internet de las Cosas (IoT) continuará siendo un gran foco para mayoristas y directivos de canal de los fabricantes en 2017

"IoT continuará presentando desafíos y oportunidades a mayoristas y socios de canal. La rápida tasa de transformación de la industria está poniendo más énfasis y criticidad en el compromiso y la ejecución. Trabajando juntos con proveedores y socios de canal para identificar nuestros objetivos comunes, seremos más fuertes, estratégicos y capaces de ayudar a los partners a ofrecer la experiencia de servicio que las empresas desean y necesitan para alcanzar su potencial y superar sus metas", señala Kirk Robinson, Vicepresidente de Go-to-Market en Ingram Micro.

Por su parte Rich Hume, COO de Tech Data, explica que "uno de mis ejemplos favoritos es la influencia de la tecnología IoT en los viñedos. Los propietarios de viñedos ponen sensores en el suelo para medir la humedad y los niveles de nutrientes. Luego, con ese conocimiento, son capaces a través de datos históricos de predecir la cantidad y la calidad de la uva. A medida que más proveedores y partners comiencen a plantearse la venta de IoT, deben recordar que tienen que hacerlo en el lenguaje del viñedo, mostrando el valor co-

Nuevos modelos de negocio, particularmente en torno a la nube, la movilidad, los mercados verticales, las empresas emergentes, y las tecnologías de seguridad y empresariales, seguirán creciendo en 2017

mercial de su solución en el contexto de una industria vertical".

Mercados verticales: más madera para el negocio

Volviendo a los datos del informe Insights Into 2017 del Global Technology Distribution Council (GTDC), los mercados verticales siguen siendo un foco importante para los mayoristas, que han invertido en la construcción de soluciones verticales específicas para proveedores de soluciones que incorporan tecnologías de múltiples fabricantes. Esto se intensificará más en 2017, ya que los mayoristas buscan integrar la nube, la movilidad y las nuevas tecnologías en sus programas y soluciones verticales, así como servicios de valor añadido. De hecho, el 78% de los ejecutivos de canal encuestados por el GTDC esperan que los mayoristas desarrollen nuevos negocios en torno a las soluciones para mercados verticales.

"A medida que nos centramos en dar valor al negocio, nos estamos orientando verticalmente. Esto representa un desafío para los fabricantes, mayoristas y proveedores de soluciones, porque ahora los clientes finales piden que el valor del negocio se describa en el contexto de su industria", señala Rich Hume, COO de Tech Data.

Por su parte, Peter DiMarco, vicepresidente de VAR Sales en D&H Distributing, señala que "los VAR se centran no sólo en satisfacer las necesidades estructurales de las empresas en verticales clave, sino que también están construyendo arquitecturas de referencia y soluciones validadas que se aplican en una serie de verticales. Por ejemplo, los revendedores están construyendo soluciones estandarizadas para los mercados de servicios financieros, hostelería e inmobiliario, con aspectos específicos que resuelven desafíos que son exclusivos de cada industria".

Reclutamiento y capacitación de partners

Los servicios son un componente cada vez más importante de las ofertas de los mayoristas y aumentarán en el futuro. Así lo aseguran los ejecutivos de canal encuestados por el Global Technology Distribution Council para su informe Insights Into 2017, que esperan que los servicios de reclutamiento y capacitación de partners, y los relacionados con el cloud, crecerán aún más en 2017. A medida que aumenta la demanda de todo como servicio (XaaS), también lo harán las inversiones de los mayoristas para satisfacer esas necesidades.

"Los partners nos están buscando para proporcionar servicios de seguridad incrementales. Hay una expectativa y debemos profundizar en nuestras ofertas de servicios en ese sentido. Es una demanda procedente de partners que no pueden realizar las inversiones para hacerlo ellos

A medida que aumenta la demanda de todo como servicio (XaaS), también lo harán las inversiones de los mayoristas para satisfacer esas necesidades

mismos", afirma Miriam Murphy, vicepresidente senior de la Región Norte de EMEA de Avnet TS.

Por su parte, Peter DiMarco, vicepresidente de ventas VAR de D&H Distributing, señala que "gran parte nuestra base de revendedores se está moviendo hacia algún tipo de oferta de servicios gestionados, añadiendo una cierta cantidad de servicios alojados como migración de datos o soluciones basadas en Microsoft Office 365. Hemos estado trabajando para proporcionar un modelo transaccional anual a nuestra base de clientes pyme. Otros servicios en crecimiento incluyen soporte post-venta y servicios financieros".

Amenazas para el canal TI

Pero no todo es positivo para el futuro del canal TI. De hecho, los expertos han estado prediciendo su desaparición durante más de una década, si bien, éste ha seguido fortaleciéndose y transformándose para superar todos los desafíos. Aun así, hay algunas preocupaciones que podrían amenazar el modelo de negocio de canal como hoy lo conocemos.

En un post publicado en el blog de CompTIA, Brian Sherman, CCO de GetChanneled, señala que, pese a que se ha hablado durante años de la desaparición del canal de TI, lo cierto es que muchas compañías no podrían competir sin las soluciones y servicios que proporcionan las firmas de canal, pero hay tres factores que podrían poner en peligro su modelo de negocio.

Estancamiento

La satisfacción con el statu quo inhibe el crecimiento de un negocio. De hecho, el estancamiento ha supuesto la muerte de muchas compañías de TI a lo largo de los años, incluyendo proveedores de soluciones, VAR, fabricantes y mayoristas. Las empresas de canal deberán apostar aún más por la innovación y la especialización en el futuro, dos diferenciadores que les permitirán atraer nuevos clientes y asegurar contratos a largo plazo con los clientes existen-

Hay algunas preocupaciones que podrían amenazar el modelo de negocio de canal como hoy lo conocemos

tes. Aquellos que estén satisfechos con su situación actual o simplemente no quieran seguir avanzando, se quedarán atrás rápidamente.

Falta de visión de negocio

Por cada persona con formación en contabilidad, marketing u otro tipo de capacitación al frente de una empresa de TI, probablemente hay 10 emprendedores de tecnología sin capacitación formal en esas áreas. Eso no impide que los de este último grupo tengan éxito. De hecho, miles de pequeñas empresas fundadas por ingenieros y técnicos de TI se han convertido en empresas multimillonarias en las últimas dos décadas, pero competir con grandes organizaciones requiere una mayor visión de negocio. Muchas compañías de canal desaparecerán en los próximos años si no tienen a alguien con esa visión del negocio al timón.

Inteligencia artificial

La automatización reemplazará a millones de empleos. De hecho, varios artículos recientes han sugerido que más de la mitad de la fuerza de trabajo desaparecerá en los próximos años. En el caso de las empresas del canal de TI, los procesos de integración y entrega podrían ser automatizados, en su mayoría con implementación “plug and play”, por lo que se necesitaría poco soporte técnico. La inteligencia artificial y otros avances tecnológicos nunca pueden reemplazar a los técnicos de campo y otros roles técnicos críticos, pero éstos pueden terminar trabajando para grandes empresas en lugar de empresas de canal más pequeñas. Lo que suena como de ciencia ficción, puede llegar a ser la mayor amenaza para el modo de vida del canal de TI.

Enlaces relacionados

- Insights Into 2017 del Global Technology Distribution Council
- Global Technology Distribution Council

FORMACION TECNOLOGICA AVANZADA

ELIUM
ADVANCED TECHNOLOGY EDUCATION

Y la colaboración de:

it Reseller
TECH&CONSULTING

LABORATORIOS INDIVIDUALES

Docker

28 de Noviembre
Duración: 3 días
PVP: 1.400 €

OFERTA LANZAMIENTO
950€

Ansible

21 de Noviembre
Duración: 3 días
PVP: 1.200 €

OFERTA LANZAMIENTO
825€

CoreOS

12 de Diciembre
Duración: 3 días
PVP: 1.400 €

OFERTA LANZAMIENTO
950€

Automatización de redes SDN

14 de Noviembre
Duración: 3 días
PVP: 900 €

OFERTA LANZAMIENTO
650€

training@eliumtech.com - www.eliumtech.com - 688 905 254 – 696 926 285

Theresa May da a conocer los doce puntos en los que basará la negociación con Bruselas

Reino Unido y la UE toman posturas frente al Brexit

Las negociaciones entre Reino Unido y la Unión Europea prometen ser intensas. Ésta es una de las conclusiones que se puede sacar del discurso de Theresa May, quien, aunque sin llegar a confirmarlo, pronosticó una salida total. De optar por el conocido como Brexit duro, éste tendrá serias implicaciones para el sector tecnológico, tanto británico como europeo.

Enero ha sido un mes clave en el proceso de salida del Reino Unido de la Unión Europea. Y es que, a mitad de mes, Theresa May, primera ministra británica, explicó cuáles van a ser las líneas a seguir por su Gobierno en las negociaciones con Bruselas. Aunque el Brexit todavía tiene que ser ratificado por el parlamento británico, todo parece indicar que antes de que finalice el mes de marzo, May invocará el Artículo 50 del Tratado de Lisboa.

Decisión del pueblo británico

Theresa May comenzó su discurso recordando que "hace poco más de seis meses, los británicos votaron por el cambio y votaron por abandonar la Unión Europea y abrazar el mundo" y es tarea del ejecutivo llevar a cabo la negociación con la UE para ofrecer un futuro mejor "a sus hijos y a sus nietos también".

En este sentido, May quiere un Reino Unido "que surja de este periodo de cambio más fuerte, más justo, más unido y más exterior que nunca". Un país "más seguro, próspero y tolerante" que sea "un imán para el talento internacional y un hogar para los pioneros e innovadores del mundo".

¿Socios de confianza?

Aunque dejó claro que Reino Unido abandonará el mercado único, buscará ser "el mejor

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

amigo y vecino de nuestros socios europeos" aunque su intención es "ir más allá de las fronteras de Europa". No obstante, ha puntualizado que su intención es que Reino Unido y el resto de la UE sigan siendo "socios de confianza, aliados y amigos cercanos. Queremos comprar vuestros productos y servicios, venderos los nuestros, negociar con vosotros lo más libremente posible y trabajar juntos para garantizar que estamos más seguros y somos más prósperos a través de una amistad continua".

Libre circulación de trabajadores

May explicó que la hoja de ruta para la salida de la UE se basará en doce puntos, entre los que se encuentran la innovación, tecnología y, cómo no, la libre circulación de trabajadores, un derecho que perderán los ciudadanos tanto británicos como del resto de los países miembros de la UE si, finalmente, se produce un Brexit duro. "Seguiréis siendo bienvenidos a este país y espero que nuestros ciudadanos continúen siendo bienvenidos en los vuestros", aunque ha remarcado que la intención del Reino Unido es no ser un "miembro parcial" de la UE, sino abandonarla. El objetivo es resolver este problema lo antes posible. "Queremos garantizar los derechos de los ciudadanos de la UE que ya viven en Gran Bretaña y los derechos de los ciudadanos británicos que residen en otros estados miembros" y así se lo "he trasladado a otros líderes de la UE".

A pesar de esto, el fin de la libre circulación de personas es uno de los principales retos a

> May explicó que la hoja de ruta para la salida de la UE se basará en doce puntos, entre los que se encuentran la innovación, tecnología y, cómo no, la libre circulación de trabajadores

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

Previsiones para el sector TI tras el Brexit

En junio, cuando se conoció la decisión de los británicos de abandonar la UE por un ajustado resultado en un referéndum que, aunque no era vinculante, marcó el inicio de la salida, las principales consultoras publicaron sus previsiones.

Una de ellas fue IDC quien consideraba que el Brexit tendrá un impacto negativo en el sector tecnológico del Reino Unido (el gasto en TI del país caerá entre un 2% y un 15%), pero apenas se notará en el resto de la Unión Europea, por lo menos a corto plazo. La transición a la tercera plataforma o el hecho de que muchas empresas dispongan de acuerdos plurianuales son factores que hacen que, en un primer momento, no se espere una caída dramática en el sector. Por sectores, serán los verticales, como la banca, la industria y el retail, los que más sufran.

En cambio, y según las previsiones de Forrester, el gasto europeo en tecnología se mantendrá plano este año y crecerá tímidamente el siguiente, reduciendo así sus anteriores estimaciones en las que preveía un crecimiento del 2%.

Adiós, guzbai, ¿adiós?

Bien podría parecer que el Brexit lo está diseñando el gallego del tópico, porque no se sabe si suben o bajan, si salen del todo, o a medias, o si salen por una puerta, pero entran por la otra.

Éste es un extracto de la Tribuna de Opinión de José Luís Montes, Managing Partner, SmartChannel Technologies, en la sección de IT Blogs. Puedes leer la tribuna completa en este enlace.

los que se tendrá que enfrentar el sector tecnológico británico. Conscientes de la importancia de continuar atrayendo talento, los principales líderes del sector tecnológico británico enviaron una carta a la primera ministra el pasado mes de diciembre solicitando que se asegure de que el Reino Unido continuará atrayendo talento cualificado de otros países una vez que el país salga de la Unión Europea. En la misma, también se pide que aborde el acceso al mercado de la UE. Y es que, según el Corporate IT Forum, el fin de la libre circulación de trabajadores hará que el sector TI británico no pueda cubrir la demanda de profesionales cualificados en el sector tecnológico.

No obstante, Theresa May también se ha propuesto "proteger y mejorar los derechos de las personas que tienen trabajo" en el Reino Unido.

Adiós al mercado único

Aunque Reino Unido dirá adiós al mercado único, otra de las prioridades de Theresa May, y que también afecta al sector tecnológico, es "conseguir un ambicioso y audaz acuerdo de libre comercio con la Unión Europea" que permita "a las empresas británicas" gozar "de la máxima libertad para comerciar y operar en los estados miembros de la UE y permitir que las empresas europeas hagan lo mismo en Gran Bretaña".

"No pretendemos ser miembros del mercado único", ha explicado Theresa May. "Buscamos el mayor acceso posible a él a través de un nuevo, amplio y ambicioso Tratado de Libre Comercio".

> El décimo punto de la hoja de ruta busca que Reino Unido se convierta en "el mejor lugar para la ciencia y la innovación"

Acuerdos en ciencia y tecnología

El décimo punto de la hoja de ruta busca que Reino Unido se convierta en "el mejor lugar para la ciencia y la innovación". Tras explicar las bondades de las comunidades científicas y académicas del Reino Unido, Theresa May ha

El sector TIC británico sale perdiendo con el Brexit

Theresa May, primera ministra de Reino Unido -o "de las cuatro naciones que componen Reino Unido", - como ella misma dijo el 17 de enero de 2017, explicó cómo se producirá el famoso "Brexit" o abandono de la Unión Europea por parte de su país, con la vehemencia del converso. Ella, como David Cameron, se opuso al Brexit pero, en habiendo aceptado el mandato de las urnas, en este caso vinculante, por decisión de su predecesor, se dispone a desgajarse fuertemente de Europa.

Éste es un extracto de la Tribuna de Opinión de Jorge Díaz Cardie. Socio Director de ADVICE Strategic Consultants, en la sección de IT Blogs. Puedes leer la tribuna completa en este enlace.

Ángela Merkel: "No puede haber ninguna concesión para Reino Unido en las negociaciones del Brexit"

dejado la puerta abierta a "continuar colaborando con nuestros socios europeos en iniciativas de ciencia, investigación y tecnología".

"Desde las misiones espaciales a la energía limpia pasando por las tecnologías aplicadas a la medicina. Gran Bretaña permanecerá a la vanguardia de los esfuerzos colectivos para comprender y hacer del mundo en el que vivimos un lugar mejor".

Las empresas valoran su futuro

Más allá de la ciencia y la tecnología, el Brexit también obligará a algunas compañías, como Telefónica, Vodafone y Orange, a replantearse su estrategia para que la salida del Reino Unido no afecte en exceso a sus operaciones. A pesar del miedo que genera un Brexit duro, éste no llega a las empresas tecnológicas estadounidenses como Facebook, Google, IBM o Amazon, quienes anunciaron el año pasado que van a incrementar su apuesta por el Reino Unido.

Y mientras, ciudades del resto de la Unión Europea, como París, Frankfurt o Ámsterdam, han entrado en la carrera por convertirse en la próxima City. Entre ellas también se encuentra Madrid, que cuenta con el apoyo del Gobierno de la Comunidad y del central, y que cuenta con opciones para atraer a aquellas empresas que quieran trasladar su sede de Londres a la UE.

Respuesta de Ángela Merkel

Ángela Merkel, canciller alemana, aseguró, casi inmediatamente, que, tras escuchar las palabras de Theresa May, los 27 países miembros de la UE tienen más claro cómo afrontar las negociaciones, aunque ha recordado que éstas no comenzarán hasta que Gran Bretaña no haya invocado el Artículo 50 del Tratado de Lisboa, algo que, previsiblemente hará en el mes de marzo.

La confirmación de Theresa May de que su país abandonará el mercado único y buscará alcanzar un acuerdo para poner en marcha un Tratado de Libre Comercio llevó a Ángela Merkel a asegurar que Reino Unido entiende la relación existente entre el acceso al mercado único y la libertad de movimiento.

Estos dos puntos son dos de las cuestiones que más preocupan al sector TI, que ve cómo un Brexit duro podría conllevar la pérdida de acceso al bloque económico de libre comercio más grande, en volumen, del mundo, además de que también tendría que hacer frente a la es-

casez de talento y a su incapacidad para atraer el mismo a las Islas Británicas.

"No puede haber ninguna concesión para Reino Unido en las negociaciones del Brexit", destacó Ángela Mekel durante una conferencia de prensa en Berlín. La canciller alemana recordó que el acceso al mercado único está "íntimamente ligado" a aceptar los cuatro principios básicos de la Unión Europea: movimiento de bienes, capital, personas y servicios.

Asimismo, Merkel también hizo un llamamiento a los 27 países que permanecerán en la Unión Europea para permanecer unidos y no dar la razón a aquellos que vaticinan que el Brexit es el principio del fin de la Unión, recordando que los esfuerzos no se tienen que concentrar únicamente en las negociaciones del Brexit, sino que también hay que tener las miras puestas en el futuro de los demás países.

Brexit: ¿Una oportunidad para el sector TI español?

A nadie se le escapa que vivimos tiempos convulsos en el sector de las tecnologías de la información. Por un lado, tenemos que está llamado a ser el motor de la transformación digital. Esto por sí sólo ya daría tema para no sólo un artículo sino para múltiples entradas en las que discutir aspectos como: ¿en qué consiste? ¿por dónde empezar? ¿qué hacer? ¿están todas las empresas del sector TI capacitadas para ayudar al resto? Éste es un extracto de la Tribuna de Opinión de Josep Curto, CEO de Delfos Research, en la sección de IT Blogs. Puedes leer la tribuna completa en este enlace.

Enlaces relacionados

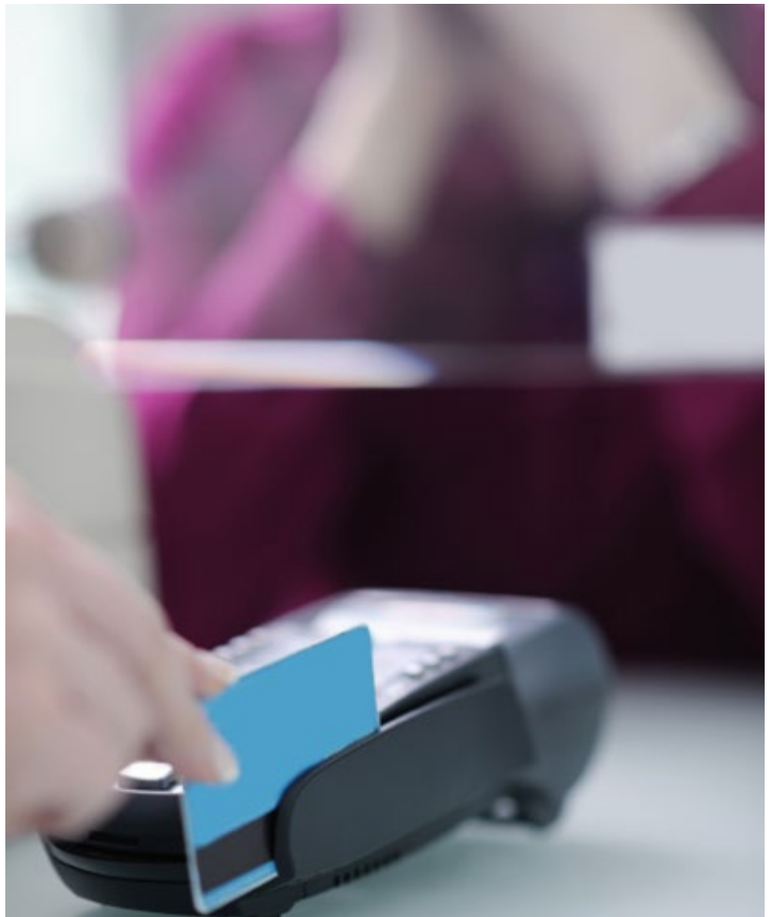
- Discurso de Theresa May, primera ministra de Reino Unido
- Un Brexit duro, ¿qué supondría para el sector TI?
- Think Madrid, el proyecto de Cifuentes para atraer a las empresas tras el Brexit
- El sector TI británico insta a Theresa May a garantizar el acceso al talento y a la UE tras el Brexit
- Las tecnológicas no temen al Brexit

NILOX - ESPRINET GROUP
Campus 3·84 - Nave 1, Calle Osca, 2 , Pol. PLAZA (Plataforma Logística de Zaragoza), 50197, Zaragoza, España
www.nilox.com

TPV: un mercado dinámico y atractivo para el canal

Las tiendas físicas han adoptado muchos avances tecnológicos para mejorar la experiencia del cliente. Como resultado, los terminales punto de venta (TPV) han experimentado una profunda evolución desde puntos de venta a "puntos de servicio", que no sólo soportan funciones tradicionales como operaciones transaccionales, control de stock y contabilidad, sino que también ofrecen nuevas prestaciones, como la realización de promociones en tiempo real y la posibilidad de obtener valiosa información sobre los hábitos de consumo y preferencias de los clientes. La demanda de estos dispositivos es elevada, así como el negocio para el canal.

Aunque las cajas registradoras son objetos del pasado, todavía hay muchos comercios que las utilizan. No en vano, un estudio de PHC Software de finales de 2015 elevaba a un 35% el porcentaje de tiendas españolas que seguía usando la caja registradora. Frente a estas máquinas, los modernos TPV son equipos robustos, versátiles y fácilmente integrables en la infraestructura TI del negocio. La fidelización del cliente y la productividad son algunas de las ventajas que aportan estos sistemas, lo que está llevando a los retailers a contar con ellos en sus procesos de transformación digital. A este respecto, la consultora Transparency Market Research espera que el mercado crezca a medida que los retailers actualicen sus sistemas de pago, a fin de garantizar una



mayor eficiencia operativa y mejorar el servicio al cliente.

La consultora calcula que el mercado de terminales TPV experimentará un crecimiento anual del 11,6% hasta 2020, año en el que el mercado alcanzará un volumen de ingresos cercano a los 80.000 millones de dólares. El segmento retail lidera el mercado con una cuota del 34%, pero no es el único que tira de las ventas, ya que su demanda también está creciendo en otras industrias de ventas y servicios, como la hostelería, la logística y el almacenaje, o la Administración Pública.

"Este crecimiento viene claramente impulsado por la dinamización de la economía, que ha dado lugar a la renovación de equipamiento en cadenas de supermercados y tiendas, así como

El 48,3% de los TPV de los pequeños negocios aceptan pagos mediante tecnología contactless

la apertura de nuevos comercios y restaurantes que requieren de este tipo de tecnología", comenta Sergio Patiño, regional manager Iberia de Ingram Micro DC/POS.

Por su parte, Pilar Martín, directora de la división de Broadline de Tech Data España, corrobora que "es un mercado que goza, en efecto, de muy buena salud porque, si bien es uno de los más veteranos, siempre ha estado en continua evolución y así seguirá, ya que da soporte a un elemento clave del comercio como es la gestión de las ventas".

QUÉ ES UN TPV Y QUÉ VENTAJAS TIENE PARA LA PYME

CLICAR PARA VER EL VÍDEO

El malware para TPV también avanza

En los últimos años hemos asistido a diversos incidentes de brechas de seguridad provocados por ataques de malware dirigidos a terminales punto de venta. Dado que los cibercriminales van a donde está el dinero, es fácil ver por qué su actividad apunta a los TPV, con el fin de sustraer información de las tarjetas de pago de los consumidores y realizar compras fraudulentas.

El malware para TPV ha evolucionado rápidamente en los últimos años, dirigiéndose principalmente a las grandes retailers, de los cuales podrían obtener grandes cantidades de datos. Marcas notables, como Target, Neiman Marcus, Staples y Home Depot, se han convertido en víctimas de estos ataques provocados por un aumento considerable de las familias de malware, incluyendo POSCardStealer, Dexter, Alina, vSkimmer y BlackPOS, muchos de los cuales se pueden comprar fácilmente online.

Los ataques más sofisticados son dirigidos, desplegando malware personalizado difícil de detectar, el cual requiere de herramientas de detección exhaustivas para una detección eficaz, lo que ha impulsado la demanda de soluciones específicas destinadas a proteger los puntos de venta. Empresas como Intel Security, Trend Micro, Bit9 + Carbon Black, Cisco, Symantec, Check Point, Juniper Networks, Fortinet, HPE, Palo Alto Networks y Dell SecureWorks ofrecen soluciones de seguridad dirigidas al mercado TPV, lo que también abre la puerta a un negocio interesante para los partners de canal.

Evolución tecnológica

La tecnología de TPV avanza hacia plataformas que permiten una gestión inalámbrica, sin cables y con datos alojados en servidores. Se trata de tecnología que permite controlar todos los procesos en las operaciones de venta de una forma cada vez más sencilla y segura, y, en el futuro, veremos sistemas tan avanzados que incluso permitirán establecer previsiones de ventas en base a los datos recogidos. “Al mismo tiempo, no hemos de olvidar otros sub-segmentos que avanzan en este mercado dando servicio en áreas específicas, como monitores, impresoras o lectores de códigos, donde también estamos viendo interesantes innovaciones”, apunta Pilar Martín, de Tech Data.

Asimismo, los fabricantes están aprovechando la oportunidad que supone implementar métodos de pago en sus terminales de venta, y ya son cada vez más los negocios que adoptan modernas soluciones adaptadas al pago electrónico. En este sentido, el Barómetro de microempresas 2016 de Mastercard revela que el 42,8% de los pequeños negocios en España ya acepta pagos con tarjeta, y, de estos, el 42% dispone de un TPV físico.

Se espera que para 2018, el 78% de los minoristas habrán adoptado un TPV móvil

Según los resultados del estudio, el 48,3% de los TPV de los pequeños negocios ya están adaptados para aceptar pagos mediante la tecnología contactless, frente al 14,9% de 2013. Por otro lado, el pago móvil mediante la tecnología NFC sigue estando reducido a una pequeña proporción de establecimientos. Concretamente, un 3,3% de los establecimientos que aceptan el pago con tarjeta está adaptado a este tipo de pagos contactless, en comparación con el 1,3% de 2013.

"Muchos establecimientos están realizando grandes esfuerzos para hacer que la experiencia de los consumidores sea cada vez más fácil, rápida y segura, pero todavía queda un largo camino por recorrer", comenta Ovidio Egido, director general de Mastercard España. "El hecho de que todavía el 57,2% de estos establecimientos en España no disponga de la posibilidad de pagar con tarjeta muestra que el potencial de crecimiento y de crear una verdadera diferencia en este importante segmento del ecosistema empresarial es enorme".

Tech Data e Ingram Micro apuestan por este negocio

Efectivamente, el mercado de TPV resulta atractivo para el canal, de ahí que algunos de los principales mayoristas dispongan de una oferta potente en esta área. Es el caso de Tech Data, que, en línea con su filosofía de mayorista global, comercializa una oferta muy completa: desde terminales de última generación de especialistas como Posiflex, hasta monitores, impresoras y lectores de códigos de firmas como Posiflex, Epson, Zebra, Honeywell o Datalogic.

El canal de Tech Data en este mercado se compone de distribuidores o VARs "tradicionales", e integradores que ofrecen soluciones específicas para entornos de logística, restauración, almacenaje, etc. "Como mayorista de referencia, Tech Data ofrece a este colectivo no sólo la mejor tecnología, sino también servicios complementarios de todo tipo de la mano de los fabricantes, a los que ofrecemos una gran capilaridad a través de nuestra extensa red de resellers", comenta Pilar Martín, directora de la división de Broadline de Tech Data España.

Ingram Micro también se vuelca en este negocio con marcas de primer orden, como NCR, ELO, Epson, Star Micronics, Partner Tech y Bixolon. "Las ventas de tecnología POS todavía representan la parte más pequeña de nuestro negocio en Ingram Micro DC/POS, pero a su vez es la categoría que crece a mayor ritmo", señala Sergio Patiño, regional manager Iberia de Ingram Micro DC/POS, añadiendo que su previsión de crecimiento en el mercado TPV para este año es de un 25-30%.

"Cualquier distribuidor de Ingram Micro que lo requiera recibe el soporte y asesoramiento de nuestra unidad de negocio especializada en este tipo de tecnología, y con amplia experiencia para ayudar a cerrar cualquier oportunidad que se presente", concluye Patiño.

Opciones donde elegir

Están claras las ventajas de los modernos terminales punto de venta, pero son muchas las opciones existentes. Los clientes pueden optar por una oferta integrada de un único proveedor, o por soluciones hardware y software independientes. La selección de un TPV es

uno de los factores de decisión más importantes, por lo que antes de decidirse suelen considerar ciertas capacidades de las soluciones, incluyendo su capacidad para soportar diferentes tipos de transacciones, para proporcionar información en tiempo real y para garantizar la compatibilidad con aplicaciones futuras. También es necesario considerar el

7 consejos básicos para alcanzar el máximo rendimiento en tus canales digitales

Asegurarse de tus canales digitales están listos para gestionar picos de mucho tráfico es crítico para el éxito de tu negocio. Los usuarios actuales, hiperconectados, tienen muy poca paciencia con una web que va lenta o, peor aún, con una app móvil que no funciona. Sus opciones son muchas, y un pobre rendimiento en horas de máximo tráfico puede derivar en un serio impacto en la reputación, los ingresos y la lealtad del cliente. Lee estos siete consejos que te ayudarán a ofrecer la experiencia online de calidad que tus clientes esperan.

coste total de propiedad, ya que se trata de soluciones que tienen una vida mayor que la de un PC y pasarán varios años antes de renovarla. Además, hay que tener en cuenta que el TPV suele llevar aparejado una serie de accesorios, como impresoras, monitores, validadores de billetes, lectores de códigos, teclados, etc., lo que eleva su coste.

Por lo general, la mayor demanda está teniendo lugar en el segmento de TPV móviles, unos dispositivos que reducen la brecha entre los mundos digital y físico, de ahí que muchos retailers aprovechen sus capacidades digitales para introducirlas en sus tiendas físicas, permitiendo aumentar las ventas o mejorar la experiencia de compra. Se espera que para 2018, el 78% de los minoristas habrán adoptado un TPV móvil.

También está creciendo el uso de tablets dentro de las soluciones móviles en el punto de venta. Éstas facilitan que el período de aprendizaje del empleado sea más reducido, ya que las aplicaciones en entorno Android o iOS tienen una interfaz ya conocida para las personas que disponen de un smartphone en su vida cotidiana. Esto hace que cualquier negocio de cara al público que requiera de tecnología de punto de venta, pueda disponer de una solución completa a un coste inferior al TPV tradicional. “Cada vez hay más apps dirigidas a diversos tipos de negocios, y combinadas con una tablet, impresora de tickets,

El canal informático está mejor preparado para comercializar soluciones TPV más complejas

cajón-monedero y lector de códigos de barras, conforman una opción muy potente con un coste muy competitivo", asegura Sergio Patiño, de Ingram Micro.

El canal como prescriptor

Como en otros mercados, para la elección de un equipamiento correcto es necesaria una labor de consultoría y asesoría que recae en el canal, que debe ser especialista, aunque el perfil del partner ha ido cambiando en los últimos años.

Efectivamente, del mismo modo que el mercado de soluciones de TPV ha evolucionado, también lo ha hecho el canal, que ha tenido que adaptarse para satisfacer las necesidades de los usuarios y resistir a la entrada de nuevas figuras, como las entidades bancarias, que ponen a disposición de todo tipo de comercio los TPV, siendo las pymes y pequeños comercios los principales clientes, mientras que los grandes establecimientos suelen ser autónomos tanto en la compra como en el soporte. El canal tradicional procedente del mercado de las cajas registradoras se ha tenido que adaptar a las nuevas tecnologías por necesidad, mientras que el canal informático está mejor preparado para comercializar soluciones TPV más complejas.

En cualquier caso, para el canal, España es un país muy atractivo y con gran potencial en esta área, debido no sólo al proceso de sustitución de las cajas registradoras por TPV, sino al reemplazo de los TPV tradicionales por soluciones móviles adaptadas al pago electrónico. En este sentido, además de la preventa y venta del producto, el partner puede proporcionar su propio servicio de mantenimiento al cliente, así como también formación, por lo que el negocio puede ser más que interesante.

Enlaces relacionados

- El mercado de terminales punto de venta crecerá un 11,6% anual hasta 2020
- El mercado de impresoras POS vuelve a crecer en Europa Occidental
- El sector retail avanza con paso firme en su transformación digital
- Los españoles prefieren pagar con tarjeta que en efectivo

Hewlett Packard Enterprise | intel | it User TECH & BUSINESS

HPE Flash, líder en rendimiento, TCO y alta disponibilidad

#ITWebinars

28 de febrero de 2017
11:00 AM (CET)

Únete

Mucho hablamos de lo que supone la tecnología para las empresas, para el negocio, pero, qué hacemos con ella una vez que se ha quedado obsoleta, una vez que la cambiamos. Hay veces que, para las empresas, habitualmente faltas de espacio se convierte en un reto, en un problema. Sin embargo, como existen personas que no tienen un acceso tan sencillo a esta tecnología y que pueden aprovecharse de ella en una "segunda vida".

Samira Brigüech, presidenta de la Fundación Adelias, nos habla de esta posibilidad

Una segunda vida "más solidaria" para la tecnología

Es desproporcionada la cantidad de equipamiento técnico diverso que en el sector se "jubila", porque no se sabe qué hacer con ello. En el otro lado de la balanza tenemos escuelas sin medios técnicos. Niños con necesidades especiales que no disponen de un dispositivo para hacer sus deberes o simplemente para jugar con todo lo que la tecnología les puede ofrecer

Ordenadores de sobremesa, portátiles, tablets, impresoras, proyectores, cascos, discos USB, teléfonos de sobremesa, smarphones, pantallas de proyección, ratones… muchísimas de estas herramientas de trabajo o dispositivos se encuentran almacenados en muchos rincones de muchas empresas, cogiendo polvo. Ni siquiera recordamos que jubilamos esos 4 ordenadores y un proyector porque eran lentos y

La Fundación Adelias nace de la mano de empresarios, ejecutivos y jueces que piensan, profundamente, que un mundo mejor es posible. Dedicamos tiempo, fondos, talento e ilusión para trabajar por niños y adolescentes en dos ámbitos fundamentales: educación y salud.

Movidos por un compromiso con la sociedad, con la población más vulnerable, los niños, trabajamos construyendo hospitales, Casas Cuna, Escuelas, impulsando el progreso y el desarrollo. Movemos especialistas de un lado a otro del continente y formamos a los hombres del futuro para cambiar la realidad de las comunidades para las que trabajamos. El foco es España en materia educativa y Marruecos en el ámbito de la salud.

La Fundación Adelias pone a disposición del sector un punto de recogida de material para reutilizar

Foto: CITA

los cambiamos por otros más modernos y más potentes.

¿Por qué no tenemos la sana costumbre de donar, de compartir con otros lo que ya no necesitamos? ¿Por qué guardamos y almacenamos material que no nos atrevemos a tirar porque aún sirven? ¿Por qué no los donamos para que otras personas puedan utilizarlos?

Muchos de mis amigos me comentan que no se les ocurre llamar a una ONG para donarle material en desuso. Otros me dicen que se les olvida que tienen ese material. Otros me dicen que no pensaban que podía haber personas que pudieran aprovecharlos.

Sea cual sea el motivo, la Fundación Adelias pone a disposición del sector un punto de recogida de material para reutilizar. Recepcionaremos material en buen estado que pueda ser útil en colegios, hospitales, hogares; aprovecharemos el material sobrante para que muchos niños puedan disponer de medios tecnológicos para aprender, desarrollar habilidades, y entretenerse.

¿Te interesa? Participa mandando un email a info@fundacionadelias.org y dinos qué te sobra. Seguro que a alguien le falta.

¿Quieres colaborar?

Puedes hacer tus aportaciones en la cuenta ES27 2100 6274 3202 0003 5801 o, si lo prefieres, tienes otras opciones en este enlace

Enlaces relacionados

Fundación Adelias

#ContentMarketingIT

¿Quieres descubrir **las claves** que definen el nuevo **puesto de trabajo**?

Gracias a Intel,
descubrimos
las tecnologías
que potencian el nuevo
puesto de trabajo.

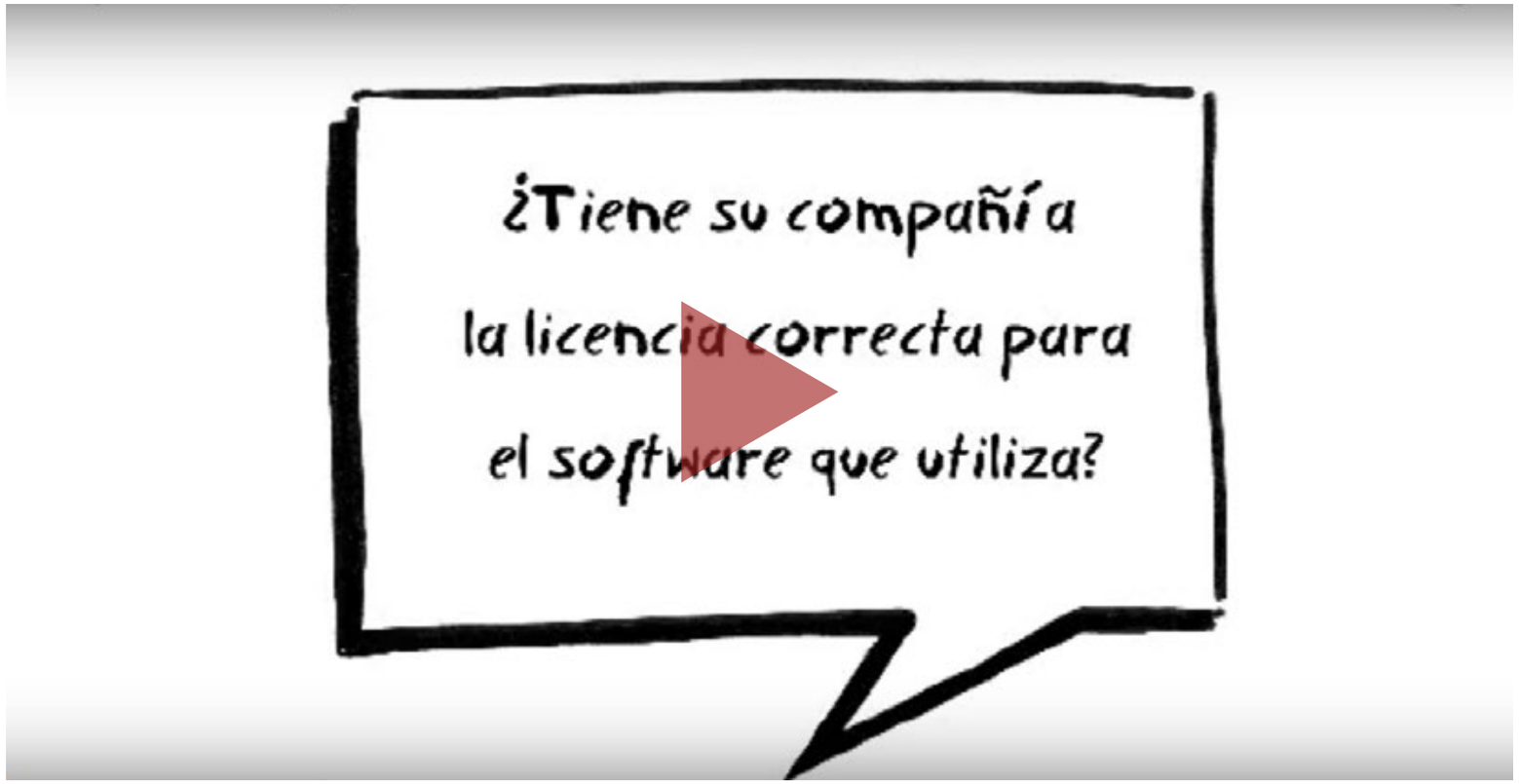
Accede a este documento digital
y descubre cómo puedes
transformar tu negocio.

El canal de distribución es clave a la hora de concienciar a las empresas sobre los beneficios del uso de software con licencia

Riesgos del uso y distribución de software ilegal

La tasa de piratería en España descendió en 2016 por primera vez desde que comenzara la crisis, allá por 2010. Esta reducción podría considerarse como una muy buena noticia si no llega a ser porque el porcentaje se sitúa en el 44%, 15 puntos por encima de la media de la Unión Europea. El uso y la distribución de software ilegal conlleva una serie de riesgos, tanto de pérdida de reputación, como económicos. ¿Cómo está afrontando el canal de distribución TI la "competencia desleal"?

CONSECUENCIAS DE LA VENTA DE SOFTWARE ILEGAL



CLICAR PARA VER EL VÍDEO

Aunque el software sin licencia instalado en PC muestra un cambio de tendencia y comienza a descender, todavía sigue siendo un problema. Así lo indica un nuevo informe de BSA The Software Alliance, según el cual, el índice de software sin licencia en equipos informáticos de todo el mundo se redujo entre 2013 y 2015 en cuatro puntos, hasta el 39%.

El descenso se debe, según palabras de Carlos Pérez, Socio de ECIJA, firma legal de BSA en España, "a una mejora en las políticas de protección de la propiedad intelectual junto a las acciones legales contra los infractores".

A pesar de esto, Pérez cree que todavía nos movemos "en valores muy elevados". No en vano, cuatro de cada diez programas instalados en el mundo "no están correctamente regularizados".

Situación en España

España también ha notado un descenso, aunque de un solo punto, lo que sitúa el índice de software ilegal en el 44%, según el informe de la BSA. A pesar de la ligera mejoría, nuestro país se encuentra 15 puntos por encima de la media de la Unión Europea, lo que supone un coste comercial medio de más de 819 millones de euros para los fabricantes y desarrolladores de software.

"Los datos sobre el uso de software en nuestro país confirman un cambio de tendencia que veníamos detectando", afirma Andrés Pi, portavoz del comité español de BSA. "En cualquier

2º Estudio de Competencias Digitales en la Empresa Española

El objetivo principal del estudio es realizar un diagnóstico sobre la situación actual de las empresas españolas en su relación con las competencias digitales. La estrategia orientada a la Atención al Cliente es la competencia digital más relevante para los directivos entrevistados, seguida de una mejora en el pago online y el aprovechamiento de la industria 4.0.

caso, aún estamos lejos del nivel en el que deberíamos estar como país desarrollado".

En el caso de España, "hay que poner en contexto esta reducción de un punto. Nuestro país venía de una tendencia ascendente entre 2009 y 2013 que nos llevó del 42% en 2009 al 45% en 2013. Un dato preocupante y en el que la crisis pudo tener algo que ver", añade Carlos Pérez. "Ahora valoramos el cambio de tendencia y esperamos que se confirme".

Costes de la piratería en España

Estar 15 puntos por encima de la media europea acarrea una serie de costes para un sector, el de software, que, según el último informe del Hipersector TIC 2015-2016 de AMETIC, generó casi 3.000 millones de euros en 2015 (2.992 millones de euros), un 3,4% más que en 2014 y casi igualando los datos de 2011, último año en el que el sector superó los 3.000 millones de euros (3.036 millones).

Y es que, no hay que olvidar que, el software mejora la competitividad y la productividad de las empresas, impulsando así la economía de los países; y que una correcta gestión del mismo permite ahorros de inversión y una reducción en los costes laborales asociados a las TI.

Los 15 puntos "es un dato que hay que tener en cuenta si queremos que se desarrolle una industria española del software y si queremos empresas competitivas", explica Carlos Pérez. "Estamos aún lejos de los niveles de los países

El 44% del software instalado en PC de España no dispone de licencia, según datos de la BSA

más avanzados y de nuestro entorno, principalmente la Unión Europea. Estimamos que el software ilegal registrado en nuestro país supone un coste comercial medio de más de 819 millones de euros para los fabricantes y desarrolladores de software. Se trata del valor comercial del software sin licencia instalado en PC y servidores si hubiera sido adquirido en el mercado a fabricantes o distribuidores de forma legal".

Motivos de la reducción

Aunque de un único punto, lo cierto es que el descenso del uso de software ilegal en Espa-

#ContentMarketingIT

¿Quieres conocer **los mejores productos** del año 2016 según **el canal**?

Gracias a MCR,
el canal ha valorado
los mejores productos
de 2016 en la categoría
de hardware.

Accede a este documento digital
y descubre
qué productos fueron
los más reconocidos.

PÉRDIDAS A CAUSA DE LA PIRATERÍA DE SOFTWARE

CLICAR PARA VER EL VÍDEO

La entrada en vigor en 2015 del nuevo Código Penal y las acciones de concienciación, principales motivos del descenso de 1 punto del uso de software ilegal en España

ña es una buena noticia que se puede deber a dos factores: la entrada en vigor en 2015 del nuevo Código Penal, “que mejoró la protección penal de los derechos de propiedad intelectual, como los que protegen al software, y que ha podido tener un efecto disuasorio en las empresas”, y a las acciones de concienciación de organismos como la propia BSA, AMETIC o la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información.

En el caso de la BSA, el organismo ha estado muy activo desde la entrada en vigor de la reforma del Código Penal “mediante actividades de concienciación dirigidas a los responsables y los administradores de las empresas para que sean conscientes de los riesgos que corren, no solo desde el punto de vista legal y económico, sino también desde el punto de vista de la seguridad de sus sistemas y su competitividad”.

Impacto de la Reforma del Código Penal

Si nos centramos en la Reforma del Código Penal, Carlos Pérez considera que “aunque es pronto para poner en perspectiva cómo ha afectado, empieza a verse un creciente interés por las consecuencias que tiene para empresas y empresarios, especialmente entre las pymes que han empezado más tarde que el resto a preocuparse por todo lo que tiene que ver con el compliance, la seguridad, etc”.

Desde el 1 de julio de 2015, fecha en la que entró en vigor la Reforma del Código Penal, “cualquier beneficio directo o indirecto derivado de una infracción de derechos de autor es considerado delito, por lo que el mero impago de las licencias de software permite perseguir, por vía penal, a la empresa”. Además, las empresas que no hayan adoptado medidas para evitar que sus equipos tengan software ilegal “son penalmente responsables de su uso pu-

La piratería de software supone un coste comercial medio de más de 819 millones de euros para los fabricantes y desarrolladores de software

diendo aplicarse las penas previstas, además de las correspondientes indemnizaciones: multas de hasta 288.000 euros, suspensión de actividades, clausura de locales, inhabilitación para obtener contratos, subvenciones y ayudas de las administraciones públicas e intervención judicial o disolución de la persona jurídica en último extremo". La tercera gran medida afecta a los administradores de las empresas que tengan software ilegal en sus sistemas informáticos, "y que no hayan adoptado las medidas de prevención y control necesarias para evitarlo", ya que ahora son también penal y civilmente responsables, llegando a enfrentarse a penas de hasta cuatro años de prisión.

"No consideramos necesario endurecer las penas, simplemente que se aplique la ley en toda su extensión y que los juzgados mercantiles sean conscientes del grave perjuicio que genera la piratería de software", asegura Carlos Pérez, quien añade que "la entrada en vigor del Código Penal y la gran difusión que tuvo en su momento ha podido tener un efecto

Acciones contra la piratería

En los últimos tiempos los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado han llevado a cabo numerosas acciones contra empresas que utilizaban o distribuían software sin licencia.

Una de las últimas operaciones tiene a Microsoft como protagonista. El pasado mes de diciembre su colaboración con la Policía Judicial de la Guardia Civil de Salamanca concluyó con la detención del responsable de Tus Licencias Web, una sociedad de venta de productos informáticos por internet, como presunto autor de delitos de estafa, contra la propiedad industrial y la propiedad intelectual. En el registro de su domicilio se incautaron diversos equipos informáticos, discos duros externos, documentación y otro material relacionado con los delitos cometidos, entre los que se encuentran 221 de programas presuntamente falsificados, que en el mercado alcanzarían un valor aproximado de 25.000 euros. Se considera que el perjuicio económico producido ha ascendido a más de 200.000 euros y se calcula que más de 2.000 clientes se han visto perjudicados, al comprar productos a esta empresa.

Microsoft tiene en marcha varias iniciativas para asegurar una distribución de software de manera segura y legal, entre ellas la página web Tolerancia Cero, que permite informar sobre distribuidores que estén llevando a cabo instalaciones de software no legítimo, ya sean versiones de Windows, de Microsoft Office, o de cualquier otro programa; y la iniciativa Online Mistery Shopper, surgida como consecuencia de las peticiones del canal legal que se han visto afectados por estas prácticas de competencia desleal relacionadas con el software ilegal. Gracias a estas iniciativas se han descubierto las prácticas que han dado lugar a acciones legales, como la que finalmente se ha desarrollado contra los responsables de la sociedad Tus Licencias Web.

Cuanto mayor es el índice de software sin licencia instalado en los equipos, mayor es la probabilidad de que exista malware en dichos equipos

disuasorio en las empresas y entre empresarios que empezaron a preguntarse entonces por lo que tenían instalado en sus sistemas informáticos". Aun así, "seguimos detectando el desconocimiento que hay en muchas pequeñas empresas de las desventajas y riesgos que supone utilizar software de fuentes no autorizadas y no aprovechar las grandes ventajas que supone contar con software licenciado".

Riesgo para las empresas

El uso de software ilegal conlleva una serie de riesgos para las empresas, las cuales cree que si se decantan por este tipo de programas ahorran costes. No obstante, no son conscientes de los riesgos a los que se enfrentan; en el peor de los escenarios, al cierre de su negocio.

Aunque cada vez son más los directores de TI preocupados por los riesgos que conlleva el

RIESGOS DEL SOFTWARE PIRATA

CLICAR PARA VER EL VÍDEO

#ContentMarketingIT

¿Quieres conocer todas las posibilidades que ofrece la **Videovigilancia IP Unificada**?

Gracias a D-Link, puedes descubrir las ventajas de apostar por una solución de Videovigilancia IP Unificada

Accede a este documento digital y descubre las claves de la Videovigilancia IP Unificada.

Videovigilancia IP Unificada:
la solución inteligente en seguridad

D-Link Building Networks for People 30 YEARS of Innovation

it User TECH & BUSINESS

uso de software no autorizado, el año pasado, sólo un 34% de las empresas en España tenía políticas formales establecidas con los requerimientos pertinentes para el uso de software con la licencia correcta, con lo que esto implica.

"Los posibles riesgos del uso de software sin licencia son la pérdida de datos, fallos críticos del sistema informático o una mayor exposición a los ataques de virus informáticos y malware, así como el daño a la reputación de la empresa. Por estos motivos, la correcta gestión de activos de software es crucial para una organización", destaca Carlos López. Además, "las empresas que disponen de software sin licencia en sus sistemas informáticos se exponen a una serie de riesgos muy graves. Si se detecta que una organización dispone de software sin licencia, se arriesga a tener que pagar daños y perjuicios por las licencias de software que debería haber adquirido en primera instancia. Además, las compañías también están obligadas a asegurarse de que todo el software está licenciado de forma adecuada de cara al futuro, lo que también puede derivar en significativos gastos adicionales - no planificados".

Malware y software ilegal, una pareja con intereses comunes

La utilización de software ilegal, además de ser un delito recogido por el Código Penal en España, conlleva una serie de consecuencias que perjudican tanto a los distribuidores como a los usuarios, incluida una mayor exposición al malware. Así lo corrobora el último estudio de la BSA (Business Software Alliance), según el cual, casi el 50% de los CIO reconocen amenazas y riesgos para la seguridad por malware presente en software no licenciado.

Estado del negocio digital 2015-2020

En 2020, la mayor parte de los ingresos se generarán de tus medios digitales? ¿estás listo? Este informe examina la preparación de las empresas para tener éxito en la era del cliente. Los CIO deberían leer este informe para entender cómo los altos directivos creen que la disrupción digital afectará a sus negocios y cómo de preparadas están sus compañías para transformarse en negocios digitales.

Problemas de seguridad

A esto también hay que añadir los graves problemas de seguridad que conlleva el uso de software ilegal.

"Un país con empresas que no utilizan todo el potencial del software es un país que renuncia a parte de su competitividad y que está más expuestos a riesgos de seguridad", afirma Carlos Pérez. "Nuestros estudios muestran efectivamente que cuanto mayor es el índice de software sin licencia instalado en los equipos mayor es la probabilidad de que exista malware (software malicioso) en dichos equipos, con los graves riesgos que ello conlleva. Esto supone también un coste económico, solo en 2015 los ciberataques a empresas representaron un coste de más de 400.000 millones de dólares".

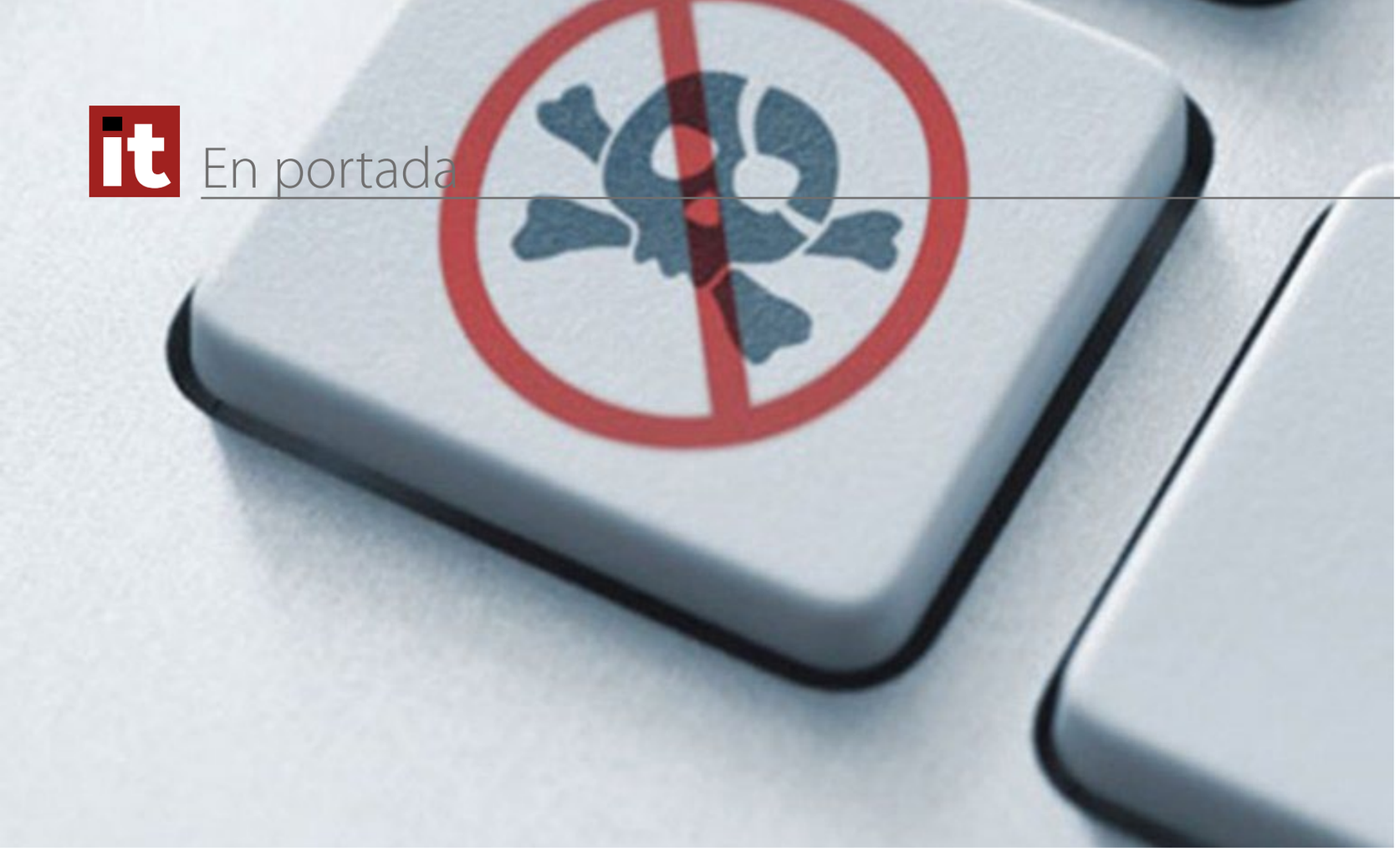
Es más, y tal y como explica Daniel Firvida, coordinador de servicios de seguridad del Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), nos encontramos ante un momento en el que el uso de software ilegal supone no saber hacer frente al reto que supone "la creciente hiperconexión de dispositivos y sistemas de todo tipo". Fírvida, además, advierte del "momento romántico" de los ataques por parte de individuos con el fin de ganar notoriedad ha pasado y que hoy los ataques cibernéticos son obra de organizaciones criminales muy preparadas cuya única finalidad es el robo de datos y las estafas, algo que es más fácil si se utiliza software pirata. "Es necesario contar siempre con software con soporte del fabricante como primera línea de defensa ante posibles ataques".

> El canal juega un papel muy importante a la hora de "concienciar" a las distintas empresas sobre las ventajas del uso del software con licencia

Problema para el canal

La elevada tasa de uso de software ilegal en nuestro país representa, también, un importante riesgo no sólo para las empresas sino también para el canal de distribución que tiene que luchar en un mercado donde la competencia desleal está a la orden del día.

"Aunque no tenemos datos recientes, podemos recordar que la comercialización de software ilegal en el canal empezó a descender de manera significativa en 2010, gracias en parte a las iniciativas llevadas a cabo de nuevo en colaboración con organizaciones como AMETIC y ADDETI, y con el entonces Ministerio de Industria, Turismo y Comercio en otra campaña de la que formamos parte, Software 100% legal", explica Carlos Pérez. "Estimamos que el índice en el canal puede ser de en torno al 20% y cada vez más el profesional reseller es consciente de que gana más asesorando y ofreciendo sobre las mejores opciones de software para un cliente que instalando copias sin licencia, incurriendo en un delito ambos".



Las empresas deben entender mejor cómo gestionar sus activos de software y sus licencias para que respondan a sus necesidades de negocio".

Los resellers "son claves para explicar los beneficios que conlleva la utilización de software correctamente licenciado e informar de los riesgos legales, operativos y de seguridad a los que se enfrenta su cliente si opta por instalar más licencias de las que ha adquirido, etc".

En definitiva, apostar por el uso de software legal no sólo conlleva beneficios de negocio, sino que puede evitar más de un quebradero de cabeza a las empresas.

En este sentido, es importante destacar que el canal juega un papel importantísimo a la hora de "concienciar" a las distintas empresas sobre las ventajas del uso del software con licencia y del potencial de la correcta gestión de activos de software (SAM), que supone también una importante vía de negocio.

Qué hacer para reducir los niveles de piratería

Como en casi todos los sectores, el canal de distribución TI juega un importante rol a la hora de ayudar a reducir el índice de piratería. Eso sí, y tal y como explica Carlos Pérez, para que España se sitúe en los niveles de uso de software ilegal se requiere "una combinación de educación, políticas públicas, acciones legales y sistemas de control eficientes".

> El 50% de los CIO reconocen amenazas y riesgos para la seguridad por malware presente en software no licenciado

De esta forma, "los distribuidores deben ser los principales "embajadores" del software con licencia, por responsabilidad y por negocio.

Enlaces relacionados

- Campaña Software Legal, Valor Seguro
- Estudio sobre el uso de software ilegal 2016 de la BSA
- Responsabilidad Penal Corporativa del uso de software ilegal de ECIJA Abogados
- Datos del Hipersector TIC 2015-2016 de AMETIC
- Informe Anual del sector TIC y de los contenidos en España del ONTSI

Sumario No Solo IT

Management y Canal

Toma el pedido y corre

Por José Luis Montes Usategui,

director de Smart Channel Technologies y director de Channel Academy

Psicobusiness

La Transformación Digital no es la cuestión; la cuestión es la transformación cultural de las personas

Por Asier de Artaza,

director de www.yesmanagement.es

Tecnología y Negocio

España crecerá si evoluciona a la economía del conocimiento (I)

Por Jorge Díaz-Cardiel,

socio director general de Advice Strategic Consultants

Legal IT

Novedades normativas en el horizonte europeo digital: “A.I., data economy & privacy”

Por Lorena P. Campillo,

abogada especialista en Derecho de las Nuevas Tecnologías

En la nube

¿Cuál es nuestra estrategia de negocio para 2017?

Por Kevin L. Jackson,

experto en Cloud y fundador de Cloud Musings

Desde mi análisis

Privacidad diferencial, reforzando la confianza para impulsar la economía del dato

Por Fernando Maldonado,

experto en Cloud y fundador de Cloud Musings

Internet de las Cosas

IOT y Horizonte 2020

Por Dario Ferraté,

consultor TIC

Toma el pedido y corre

José Luis Montes Usategui
Director de Smart Channel Technologies
Director de Channel Academy

En el 69 (no haré chistes sobre este punto) el genial Woody Allen filmó la que sería su verdadera ópera prima, "Toma el dinero y corre", la primera película en la que ejerció de director, guionista y protagonista. En ella, Virgil es el personaje central, un atracador de escaso talento cuya única salida es salir corriendo y confiar en que no le pillen. Y le pillan continuamente, claro. A menudo se me aparece delante Virgil/Woody cuando veo a algunos de nuestros vendedores del sector TI.

Y no porque sean ladrones, no, de hecho, considero que en éste sector los comerciales son notablemente más honestos que en otros sectores, y no voy a poner ejemplos porque luego los del automóvil o inmobiliario se me enfadan (uy, se me escapó).

Entonces, "¿por su escaso talento?", me dirás. Pues no exactamente. A ver, en nuestro sector no es que abunden los excelentes vendedores, es mi opinión y podemos discutirla todo lo que quieras. Tenemos profesionales bastante buenos de la gestión de las relaciones personales, cosa que enlaza con lo de la honestidad de la que hace unas líneas hablaba. Tenemos también gente que le echa las horas que haga falta, y que tratan de estar al día de todo lo nuevo que saca este sector de innovación a ritmo histérico. Son profesionales, en general, muy buenos exprimiendo hasta la última décima de margen. Personas que normalmente llevan tatuado el nombre de la empresa en la frente, leales que se parten la cara por ella. Mercenarios habrá, como en todas partes, pero la gran mayoría de tías y tíos que yo he conocido en el sector TI son notables, y algunos hasta sobresalientes, en todo lo anterior.

Pero excelentes vendedores, no. Porque para serlo hace falta, tal cual está la cosa, 3 características (o llámalo habilidades) absolutamente vitales:

- 1) Han de entender, y procurar que se note que lo entienden, las necesidades del cliente, dejar de ser "product centric" para ser verdaderamente "customer centric", no levantarse de la silla hasta no saber al 120% en qué forma la tecnología está llamada a transformar la competitividad de su cliente, preguntar, preguntar, y volver a preguntar hasta saber y entender, y hacer que se sepa que sabe y entiende cómo lo que está vendiendo va a cambiar la forma de ganar dinero de su cliente.
- 2) Ha de dominar la venta consultiva, cuyo primer paso es el anterior (bueno, hay algunos previos relacionados con la transforma-

"Experto de referencia en el Sector, con 25 años de experiencia real como directivo y consultor en más de 100 de las empresas más relevantes del mercado en sus diversos segmentos, habiéndose convertido en uno de los mejores conocedores de la distribución TIC actual y de las tendencias del futuro en el desarrollo de sus modelos de negocio".

ción de las necesidades implícitas en explícitas y con el posicionamiento experto, pero que competen más a la empresa Partner que al propio vendedor individual) … ¿por dónde iba? Ah, sí, por la venta consultiva, por algo básico, lo primero que aprendí en el famoso (y el mejor) curso de ventas de Rank Xerox que me dieron durante más de un mes hace unos 30 años, el puñetero mantra del vendedor de verdad, la esencia de la profesión, la prueba del algodón del vendedor de raza: no vender NUNCA características, sino transformarlas en ventajas y, una vez entendidas las necesidades concretas del cliente, convertirlas en argumentaciones de venta basadas en beneficios. Y en nuestro sector abundan los vendedores de características que, como mucho, ocasionalmente hablan de algunas de sus ventajas. Bueno, de vendedores, y por no hablar de la gente de marketing, pero esos los dejamos para otro mes.

- 3) Por último, ha de salir a cazar. Tiene que coger su zona de confort, hacer una pelota con ella y darle una patada, debe dejar de hablar siempre con los mismos interlocutores de los mismos clientes y salir de ese círculo limitado. Como decía Mulder en ExpedienteX, la verdad está ahí fuera, y nuestros vendedores no visitan (mira el CRM, toma los 25 principales clientes, y a ver cada cuanto se les hace una visita … debería de ser semanal, y es un éxito si llega a ser mensual) ni buscan nuevos contactos en otros departamentos, ni mucho menos buscan nuevos clientes

Un profesional debe entender al cliente, dominar la venta consultiva y salir de su zona de confort a buscar nuevas oportunidades

Y como muchos son honestos hasta para ejercer la autocrítica, te lo reconocen. Eso, claro está, les honra … pero no soluciona el problema. Bueno, maticemos: el primer paso, fundamental, para solucionar un problema es reconocer que se tiene ese problema. Mirarse al espejo y decir “hola, me llamo Fulanito y soy alcohólico”. Hola, me llamo Zutanito y ni me esfuerzo en entender las necesidades de mis clientes, ni sé argumentar beneficios en lugar de características, ni dedico verdadero tiempo a cazar nuevo negocio fuera de mis habituales terrenos de caza.

A veces nuestros vendedores reciban una llamada o un correo de uno de sus interlocutores habituales en uno de sus escasos grandes clientes, que le pide una propuesta, y el ciclo de venta transcurre a partir de ahí, presentando la oferta y ganándola o no. Otras veces un vendedor le habla a dichos interlocutores de algún nuevo producto o tecnología, le menciona alguna ventaja del mismo y trata de arrancar una petición de propuesta. Todo ello muy reactivo, muy centrado en el producto, o ambas cosas, y casi siempre cerrado en el círculo de contactos habituales.

Es una experiencia extrasensorial descubrir el mapa de contactos de una cuenta a través

Nuestros comerciales no tienen como única alternativa tomar el pedido y salir corriendo, porque hay capacidad para aprender esos tres ejes de profesionalización necesarios para explotar con éxito

del navegador de ventas de LinkedIn, puro "social selling", y compararlo con los contactos que tienes en el CRM de ese mismo cliente … incluso de los que son tus principales fuentes de negocio. Incluso dentro de los departamentos de tecnología, y ya ni te cuento en otros en los que también hay ventas potenciales esperando (marketing, ventas, producción, recursos humanos, finanzas, un tercio de los presupuestos de TI están manejados por dichos departamentos y los de TI ni siquiera lo saben).

Pero hay esperanza. Al contrario que en el caso de Virgil, nuestros comerciales no tienen como única alternativa tomar el pedido y salir corriendo, porque hay capacidad para aprender esos tres ejes de profesionalización necesarios para explotar con éxito. ¿Hay voluntad? Ésa es la cuestión.

Enlaces relacionados

- Customer Centric Culture
- Rank Xerox: Learning and development
- Navegador de ventas de LinkedIn
- Social Selling

Spain Ecommerce Outlook

España es el cuarto país de la Unión Europea y el primer país en Europa del sur en lo que a comercio electrónico se refiere, un país que crece a un ritmo de dos cifras. El e-commerce está revolucionando todos los sectores de actividad así como los hábitos de consumo. Conozca las particularidades de un mercado con fuerte potencial en el siguiente estudio de Lengow.

2o Estudio de Competencias Digitales en la Empresa Española

El objetivo principal del estudio es realizar un diagnóstico sobre la situación actual de las empresas españolas en su relación con las competencias digitales. La estrategia orientada a la Atención al Cliente es la competencia digital más relevante para los directivos entrevistados, seguida de una mejora en el pago online y el aprovechamiento de la industria 4.0.

El canal y la nube: oportunidades y retos

Con el advenimiento de la nube, las empresas de canal están cambiando no sólo sus carteras, sino sus modelos de negocio, enfoques de ventas y cultura de empresa. Un estudio de Pulsant y Censuswide revela lo que estas empresas de canal están haciendo para manejar este cambio y cómo la nube está afectando a su organización.

7 consejos básicos para alcanzar el máximo rendimiento en tus canales digitales

Asegurarse de que tus canales digitales están listos para gestionar picos de mucho tráfico es crítico para el éxito de tu negocio. Los usuarios actuales, hiperconectados, tienen muy poca paciencia con una web que va lenta o una app móvil que no funciona. Sus opciones son muchas, y un pobre rendimiento en horas de máximo tráfico puede derivar en un serio impacto en la reputación, los ingresos y la lealtad del cliente.

La Documentación TIC a un solo clic

it Digital MEDIA GROUP

it whitepapers

La Transformación Digital no es "la cuestión" (I)

La cuestión es la transformación cultural de las personas

Asier de Artaza
Director de yes

Considerando la importancia crucial de alcanzar el alto rendimiento en los equipos directivos, para que estos sean tractores de toda la organización y proyecten en los siguientes niveles, nos adentramos en la Transformación Digital, una cuestión de moda, tan de moda que le llamaremos "la cuestión". Continuaremos en próximos artículos con cuestiones más complejas de los equipos directivos de alto rendimiento, pero me parece importante hacer un alto en el camino para matizar sobre este tema tan en boga y relacionado con aquellos.

Espero que el juego del título no dé lugar a equívocos, indudablemente la Transformación Digital es fundamental en cuanto a sus aportaciones a la eficacia de las empresas, y, por su puesto, a la eficiencia. Eficacia y eficiencia, el típico binomio que a más de uno le vuelve loco. Sin duda, la Transformación Digital requiere de una aproximación profesional y rigurosa que permita beneficiarse de todas las ventajas de las nuevas tecnologías. Ventajas desde un punto de vista más macro del funcionamiento global de la organización, y más micro, del usuario, de la persona.

Hasta aquí todo bien, pero dando por obvio que la parte técnica debe ser profesional, nos acercamos al quid del asunto, la transformación. Y entramos en el psicobusiness de pleno, la fusión de la psicología con la actividad empresarial en pro de la mejora del negocio existente. La transformación, más que digital, que

Asier de Artaza, nacido en Bilbao hace 43 años, presta servicio habitual en grandes empresas, siendo Top Ten Management Spain, sobre Psicobusiness, para el desarrollo y capacitación de directivos; en liderazgo y gestión de personas; resolución de conflictos y negociación con grandes clientes o grandes operaciones. Ha formado parte de varios Consejos de Administración y trabajado en 8 compañías, sectores y localizaciones. Es Licenciado en Empresariales y Marketing, en la actualidad termina su segunda carrera, Psicología; es Máster en Consultoría de Empresas, Máster en Digital Business, Posgrado en Dirección Financiera y Control Económico; Mediador Mercantil y Certificado en Coaching Skills for Managers.

en todo caso le llamaría directamente “proyecto digital”, está en las personas (psico); y tanto lo digital como las personas tienen que estar guiadas hacia el negocio (business). Ésta es realmente la cuestión: la transformación de las personas a través de un objeto concreto, que, en este caso, es un “proyecto digital”; podía haber sido cualquier otro proyecto, como la decidida orientación al cliente de la organización, sobre la que me vienen unos cuantos proyectos realizados a la cabeza.

Asentemos que donde está “la cuestión” realmente importante y compleja es en la gestión del cambio en las personas, es decir, en la transformación cultural de la empresa. Y no estamos hablando de otra cosa que alcanzar la predisposición de las personas a aceptar el cambio (digital), integrarlo con agilidad y sacarle el máximo partido. Dependiendo del tipo de organización, madurez, edad, mentalidad, sector... puede llegar a ser todo un desafío.

Y la siguiente analogía nos permite poner en valor la aproximación del psicobusiness: personas somos y funcionamos como tal, ya seamos clientes, proveedores, informáticos, de recursos humanos, CDO, o hasta el “Chief Transformation Officer” (¡Toma ya! El que se ha inventado el término se ha quedado como un rey el tío).

Y vamos con la analogía. En ocasiones, en la Transformación Digital, estamos en la misma casuística que con la gestión imperfecta del

La cuestión realmente importante y compleja es la gestión del cambio en las personas, es decir, la transformación cultural de la empresa

mercado. Si nos centramos decididamente en el producto, como decimos en marketing, estaríamos en la 3ª miopía de Kotler, en la óptica de producto, en este caso el producto sería “el proyecto digital”. Esta miopía plantea la creencia Asier de Artaza

que, si el producto es perfecto, todo fluirá… ¡error! Realmente el foco inspirador no es el producto, sino las personas; con sus necesidades (implícitas o explícitas) y sus formas de pensar (racionales o emocionales) y de actuar (planificadas o espontáneas); y todo ello en un entorno… y en un generar negocio, que, no te olvides, es para lo que nació la empresa. Casi nada.

Demos entonces una pincelada, a uno de los términos clave de “la cuestión”, la cultura empresarial, y que se define como las asunciones básicas compartidas que el grupo aprende para resolver los problemas de adaptación externa e integración interna; han funcionado lo suficientemente bien para ser consideradas válidas y ser enseñadas como la forma correcta de percibir pensar y sentir en relación con los problemas.

Y sobre la que hay quien se atreve a resumir: la cultura organizacional es la programación colectiva de la mente que distingue a los miem-

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN 2 MINUTOS

CLICAR PARA VER EL VÍDEO

El foco inspirador no es el producto, sino las personas, con sus necesidades (implícitas o explícitas) y sus formas de pensar (racionales o emocionales) y de actuar (planificadas o espontáneas)

bros de una organización de otra; es holística, históricamente determinada, socialmente construida y difícil de cambiar.

Ya está, ya podemos trasladar al Chief Transformation Officer: "mira CTO, es sencillo, la misión de tu proyecto de transformación digital, es que tienes que transformar la programación colectiva de la mente, que es socialmente construida, compartida, difícil de cambiar, y está considerada que debe ser enseñada como la forma correcta de pensar y sentir… y entonces tienes que transformar lo que hemos hecho así históricamente, con éxito; y los principales inculcadores durante todo este tiempo han sido los líderes influyentes de la empresa, que, por cierto, son también tus jefes..."

El tema tiene lo suyo, por lo que, en próximos artículos, iremos viendo cómo desgranamos y gestionamos con criterio todo esto, porque la innovación siempre ha sido gestión del cambio, y la gestión del cambio, siempre ha tenido a las personas como referente; y, por lo tanto, a la cultura empresarial.

Cada organización requiere de un estudio profesional, y me atrevería a decir astuto; una comprensión de los mecanismos que actúan en esa cultura, y, de ahí, generar unas actuaciones imprescindibles para poder desarrollar transformaciones de éxito. Además, éstas tendrán como principal bastión la absoluta sensibilización e involucración de los líderes formales… e informales.

Enlaces relacionados

- El gobierno de la Transformación Digital
- WEF: la Transformación Digital va de personas
- Transformación Digital en clave de personas

España crecerá si evoluciona a la economía del conocimiento (I)

La economía mundial, la europea y la española se encuentran en un punto crucial, cuando "casi" acabamos de estrenar el nuevo siglo.

Jorge Díaz-Cardiel
Socio director general de Advice Strategic Consultants

El año 2000, con la explosión de las Tecnologías de la Información (TIC) en Estados Unidos y gran parte del mundo desarrollado, prometía una era ininterrumpida de crecimiento económico con aumentos constantes de productividad y competitividad. El premio Nobel de Economía Robert Solow contribuyó -junto a otro premio nobel, Paul Samuelson, considerado el mejor economista norteamericano del siglo XX- a explicarlo con sus teorías del crecimiento económico entre 1956 y el año 2000.

Solow realizó estudios econométricos sobre las inversiones en capital fijo y sobre el impacto de la tecnología en el aumento de la productividad. Según Solow, el factor clave para lograr el crecimiento económico es el progreso tecnológico, que determina los salarios reales. Su modelo de crecimiento neoclásico es un modelo claramente dinámico donde el ahorro desempeña un importante papel. Con él, Solow calculó que cuatro quintas partes del crecimiento estadounidense eran atribuibles al progreso técnico. El análisis de Solow muestra que, en los países avanzados, la innovación tecnológica contrarresta los rendimientos decrecientes, obteniendo más producción, aún con la misma cantidad de capital y trabajo.

Entre los años 2013 y 2016, la OCDE, con su Estudio ICTNET, ha demostrado que Estados Unidos salió antes de la recesión (2007-2009) y empezó a crecer en Producto Interior Bruto (PIB) y a generar empleo dos veces más y con doble fuerza que Europa, gracias a la inversión en TIC que hizo Estados Unidos en febrero de 2009, dedicando el 10% del paquete de estímulo económico del presidente Obama orientado a salvar la economía, a la implantación de las TIC en la Administración Pública y en las pymes, que son el 99% del tejido empresarial norteamericano.

Entre 2009 y 2016 la productividad norteamericana ha crecido tres veces más que la europea. Sus empresas tecnológicas -lo que llevo denominando hace años el nuevo meta sector

Economista, sociólogo, abogado, historiador, filósofo y periodista. Ha sido director general de Ipsos Public Affairs, socio director general de Brodeur Worldwide y de Porter Novelli Int.; director de ventas y marketing de Intel y director de relaciones con Inversores de Shandwick Consultants. Autor de más de 5.000 artículos de economía y relaciones internacionales, ha publicado más de media docena de libros, como Innovación y éxito empresarial Hillary Clinton versus Trump: el duelo del siglo; La victoria de América; o Éxito con o sin crisis, entre otros. Es Premio Economía 1991 por las Cámaras de Comercio de España.

Según Solow, el factor clave para lograr el crecimiento económico es el progreso tecnológico, que determina los salarios reales

tecnológico que abarca todo- se encuentran entre las más valoradas, grandes y rentables del mundo y con mayor capitalización bursátil, empezando por las cinco primeras: Apple, Google, Microsoft, Facebook, Amazon. Estas empresas abarcan software, hardware, conectividad, Internet, servicios, movilidad… y nuevos conceptos como “Big Data”, “Cloud Computing”, “Inteligencia Artificial”, “Digitalización”, “Robótica”, “Internet de las Cosas”... Y, repito, son gigantes: la cantidad de dinero que tiene Apple “en caja”, es mayor que la capitalización bursátil de las cuatro primeras operadoras europeas de Telecomunicaciones (Telefónica, Vodafone, Deutsche Telekom, Vodafone).

Estados Unidos, según el Fondo Monetario Internacional (FMI) podría crecer en este 2016 el 2,6%. Europa, renqueante, con el problema del Brexit, las divisiones entre los países ricos del norte y los pobres del sur y con una fuerte crisis de identidad, bastante tiene con crecer por encima del 0% en PIB.

España es un caso especial. Creció el 3,2% en 2015, creando medio millón de puestos de trabajo. Y sigue creciendo a ritmos del 3%, muy por encima de la media europea. La combinación de reformas estructurales iniciadas en 2012 y la moderación salarial, junto al aumento de las exportaciones y la demanda interna, han hecho de España un país más productivo y más competitivo. En 2016, la demanda interna seguirá siendo el principal motor del crecimiento y, además, España volverá a batir un récord de exportaciones, posiblemente en el entorno de los 260.000 millones de euros (33% del PIB).

Siendo éstas buenas noticias, hay riesgos endógenos y exógenos que hay que tener en cuenta para que la recuperación económica se consolide. La primera y más obvia es reducir la tasa de paro, que sigue siendo de las más altas del mundo (20% en 2016, de la población activa). La segunda es el “cómo conseguirlo”. El Banco de España anima a los agentes sociales a la moderación salarial, para que se

siga creando empleo. Algo similar dice el Banco Central Europeo (BCE) para toda Europa, cuya tasa de paro es algo mayor al 10%. Algunos países disfrutan del pleno empleo, como Reino Unido y concluyen que no tiene sentido para ellos seguir siendo parte de la Unión Europea.

España ha dependido durante demasiadas décadas de la construcción y del turismo, como motores de la economía. El primero estuvo en el origen de la crisis económica y, en España, no ha vuelto a levantar cabeza: el 87% del negocio de las constructoras se hace fuera de España. El turismo, que supone un 11% del PIB español, se ha beneficiado desde 2011 de que la inseguridad en muchos destinos turísticos ha derivado millones de turistas a España: ha aumentado el número de visitantes y también la cantidad que gastan en nuestro país. Sin embargo, esta es una circunstancia temporal que podría cambiar, si la estabilidad vuelve a esos otros destinos turísticos. Mientras -y ya es curioso-, la patronal del sector, Exceltur, se queja de que, en un sector tan atomizado como el turismo, no se están llevando a cabo las reformas necesarias para que España sea un destino turístico atractivo siempre y para que aumente la calidad de los visitantes, como aquellos que visitan los lugares más caros del mundo.

Desde hace muchos años vengo sosteniendo la necesidad de cambiar nuestro modelo productivo, evolucionando hacia la sociedad del conocimiento. Lo publiqué, como un factor más a tener en cuenta, en tres libros previos que no estaban dedicados a esta materia (Éxito con o sin crisis, LID 2013; Recuperación económica y grandes empresas, Eiunsa 2015 y La victoria de América, Eiunsa 2015) y lo he dejado por escrito en cientos de artículos y en apariciones en medios de comunicación. Ahora pongo el dedo en la llaga con "Innovación y éxito empresarial: el ejemplo de la gran empresa española y la necesidad de un nuevo modelo productivo basado en las TIC" (Eiunsa, 2016).

No es un sueño, sino una realidad. En Estados Unidos ya está sucediendo y enteros sectores de actividad se están transformando exitosamente gracias a las tecnologías de la información: desde la gestión de infraestructuras a la gran distribución, las telecomunicaciones, la banca, la energía, los medios de comunicación... Por tanto y, por suerte, no hay que reinventar la rueda, sino, al menos, estudiar el modelo norteamericano -de crecimiento económico y pleno empleo- y adaptar a las circunstancias españolas aquello que nos conviene.

Nos jugamos mucho, como país y como comunidad, como sociedad. Hay cuestiones muy obvias: necesidad de invertir más en Innovación, en I+D+i; facilitar el acceso de la pyme y los autónomos a las tecnologías de la información con financiación y con formación.

El Estudio ICTNET ha demostrado que Estados Unidos salió antes de la recesión (2007-2009) y empezó a crecer en PIB y a generar empleo dos veces más y con doble fuerza que Europa, gracias a la inversión en TIC que hizo Estados Unidos en febrero de 2009

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

Entre 2009 y 2016 la productividad norteamericana ha crecido tres veces más que la europea

La Agenda Digital del Gobierno establece una hoja de ruta que es necesario seguir. De otra manera, nuestra economía podría quedar de nuevo al albur de los ciclos económicos. Y a sus altibajos. Hay consenso casi unánime entre economistas de todos los colores en Estados Unidos, sobre que la política monetaria y de austeridad que ha regido la economía de Europa no es suficiente. Ellos y organismos internacionales como el Banco Mundial, la OCDE, el FMI avisan que podríamos entrar -en todo el mundo- en un período de estancamiento económico, con crecimiento anémico en PIB y empleo. En España, además, en 2016 las circunstancias políticas no han ayudado, ante la falta de gobierno estable.

En el presente libro, pretendemos mostrar el camino que vale la pena recorrer para, en el plazo de dos legislaturas (8-10 años) transformar nuestro modelo productivo actual a otro mejor y más resistente a las crisis gracias a la innovación como factor de éxito económico y empresarial.

La obra, breve, se estructura en tres partes. En la primera, trato la cuestión macroeconómica y lo que los economistas norteamericanos llaman la nueva normalidad y Larry Summers (ex secretario del Tesoro norteamericano, ex presidente del Consejo Económico del presidente de Estados Unidos, presidente de Harvard University) denomina el “estancamiento secular”. Según esta línea tan extendida de pensamiento, el futuro será, económicamente “sosito” y consideraremos que cualquier tiempo pasado fue mejor. Bajos precios, bajos salarios, poco crecimiento, escasez de empleo…, en los países ricos. En los países emergentes (Rusia, China, Brasil…), la sombra de la recesión, que algunos ya están viviendo, es alargada. Del resto del mundo, mejor no hablar, para no llorar.

Enlaces relacionados

- Robert Solow
- Agenda Digital del Gobierno de España
- Fondo Monetario Internacional
- FMI: Perspectivas de la Economía Mundial

TU CANAL DE VÍDEOS IT

INFORMATIVO IT

DIÁLOGOS IT

IT WEBINARS

CASO DE ÉXITO IT

MESA REDONDA IT

TU PRODUCTORA DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES

WEBINARS

ENTREVISTAS

EVENTOS

VÍDEOS

INFORMATIVOS

www.ittelevision.es

Novedades normativas en el horizonte europeo digital:

"A.I., data economy & privacy"

Para este mes, me gustaría que abordáramos, en primer lugar, el ámbito legal de la Inteligencia Artificial, aprovechando la celebración del debate que tendrá lugar en sede comunitaria; en segundo lugar, el campo de la economía de los datos; y, en tercer lugar, las propuestas de la Comisión respecto a la comunicaciones electrónicas y la Directiva europea. Bien, empecemos.

Lorena P. Campillo
Abogada especialista las Nuevas Tecnologías en Derecho de las Nuevas Tecnologías

En el campo de la Inteligencia Artificial (I.A.) Parece que la UE (y sus instituciones) se ha tomado en serio eso de legislar la interacción de robots -McDonald's o Tesla- con los ciudadanos y las empresas europeas.

¿Qué aspectos son los que preocupan? En primer lugar, preocupa que un robot pueda crear el peligro, y, por ello, una de las propuestas de ley será que el robot contenga un interruptor de energía y la obligación de un contrato de un seguro de accidentes similar al de los vehículos. Ya podemos intuir quienes pueden ser los beneficiarios "directos" de esta propuesta.

En segundo lugar y lo más polémico: los robots o "personas electrónicas" tendrán derechos y obligaciones. Esto implica que situaciones jurídicas como las de cotizar a la Seguridad Social o el pago de impuestos, puedan realizarse por robots. El motivo está en que también generarán plusvalía de trabajo y beneficios. Así, los Estados Miembros dificultarán, en el futuro, o ya, incluso, en el presente, el uso masivo de I.A. La previsión es que el uso de I.A. en los puestos de trabajo se "normalice" en un plazo estimado de 10 o 15 años, pero principalmente por software.

Lorena P. Campillo es licenciada en Derecho por la Universidad Carlos III y abogada ejerciente especialista en Derecho de las Nuevas Tecnologías. Máster en Abogacía Digital y de las NNTT por la Universidad de Salamanca. Miembro de Enatic (Asociación abogados expertos en NNTT). Miembro de Club de emprendedores UC3M y jurado de los premios sello de excelencia. Socióloga especialista en cambios sociales de la era Digital. Colaboradora en despachos internacionales.

Preocupa que un robot pueda crear el peligro, y, por ello, una de las propuestas de ley será que el robot contenga un interruptor de energía y la obligación de un contrato de un seguro de accidentes similar al de los vehículos

El Proyecto normativo de la Comisión de Asuntos Jurídicos del Parlamento Europeo dice expresamente que "… cuanto más autónomos sean los robots, menos se los podrá considerar simples instrumentos en manos de otros agentes… (y)… como consecuencia de ello, resulta cada vez más urgente abordar la cuestión fundamental de si los robots deben tener personalidad jurídica…"

El concepto de "persona electrónica", tal y como lo denomina la UE, no es nuevo; ya apareció con Jeremy Bentham, y, además, tampoco es del todo acertado, puesto que la "electrónica", "entendida como aquella rama que emplea conducción y control de flujo de electrones", no abarca lo suficiente la rama de la I.A. que querría abordar la Unión Europea.

Pero, ¿podemos pensar en una nueva categoría entre la cosa y la persona? La respuesta es negativa. A priori, no se puede ser sujeto y a la vez objeto de una relación jurídica. El robot o es cosa o es persona, una cosa intermedia no parece concebible.

Javier González Granado hace una clasificación evolutiva bastante acertada en 4 tipos:

EL PARLAMENTO EUROPEO PLANTEA CUESTIONES ÉTICAS SOBRE LOS ROBOTS Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

CLICAR PARA VER EL VÍDEO

robots de primera, segunda, tercera -responsables de daños sin personalidad jurídica- y cuarta generación, donde, en cambio, sí requerirán de una "singularidad jurídica". Esto último implicará que puedan ser parte demandada y parte demandante.

Además de todo ello, y, por último, también se incluyen acciones prioritarias como la creación de una agencia europea para la robótica e inteligencia artificial ("otra más"), código de conductas para el diseño ético (me suena a "RSE"), producción y uso, un apartado único para los vehículos autónomos, registro de los robots "más avanzados" (es aquí donde pienso que se nos puede ir de las manos).

ISAAC ASIMOV PREVIENDO EL IMPACTO DE INTERNET

CLICAR PARA VER EL VÍDEO

Los datos son el combustible de la Nueva Economía, por lo que para que Europa tenga éxito en la nueva era industrial se necesitará contextualizar la circulación de datos en el mercado único.

En el campo de la economía de datos (#dataeconomy)

La Comisión Europea propuso el mes pasado soluciones jurídicas, y para ello lanzó dos consultas públicas y un debate con los Estados miembros y las partes interesadas para definir de alguna manera los próximos pasos. Partimos de la base de que los datos son el combustible de la Nueva Economía, por lo que para que Europa tenga éxito en la nueva era industrial se necesitará contextualizar la circulación de datos en el mercado único.

Desde la U.E. se cree que se podría sacar más provecho a la economía de los datos –272 millones de euros en 2015- abogando por eliminar las fronteras digitales existentes –sobre todo, en forma de requisitos de localización de los datos nacionales-.

Hay que tener en cuenta que, como estableció la Comisión Europea el pasado mes, el nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos Personales regula los datos personales, pero NO aquellos datos que NO SON PERSONALES o industriales generados por máquinas, por ejemplo.

(Nota: Empresarios, CIOS, CEOS…de la economía de los datos, no os echéis a temblar aún.)

La U.E. ha detectado algunos aspectos pendientes de observación y estudios como son como el hecho de que:

- la amplia utilización de datos no personales generados por máquinas puede propiciar grandes innovaciones, empresas de nueva creación y nuevos modelos de negocio nacidos en la UE.
- queda por adaptar la normativa de la responsabilidad en el ámbito de productos y servicios digitales basados en los datos.
- actualmente, la portabilidad de los datos no personales resulta complicada (por ejemplo, cuando una empresa quiere trasladar grandes cantidades de datos propios de un proveedor de servicios en la nube a otro.)

PARLAMENTO EUROPEO: NORMAS DE PROTECCIÓN DE DATOS DE LA UE: LA MEZCLA CORRECTA

CLICAR PARA VER EL VÍDEO

El concepto de "persona electrónica", tal y como lo denomina la UE, no es nuevo; ya apareció con Jeremy Bentham, y, además, tampoco es del todo acertado

En el campo de la privacidad y las comunicaciones electrónicas (#privacy)

Por otro lado, la Comisión Europea propuso (al Parlamento y al Consejo Europeo) también el mes pasado, nuevas iniciativas con el objeto de lograr mayor privacidad en las comunicaciones electrónicas, reforzando la confianza y seguridad del mercado único digital. Esto posibilitará mayor privacidad en la esfera privada de los ciudadanos y mayores oportunidades a las empresas.

La actual Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas se aplica únicamente a los operadores tradiciones, pero ¿y a los nuevos como Gmail, Viber, WhatsApp…? La próxima normativa lo contemplará. No nos inquietemos.

Además, con la futura directiva, la privacidad estará garantizada para el contenido y los metadatos derivados de las comunicaciones electrónicas (por ejemplo, hora y lugar en que se efectúa una llamada). No sólo eso, sino que se deberán –dado el caso-anonimizarse.

También ha sorprendido la noticia de que no será necesario el consentimiento en el futuro de las famosas cookies, para aquellas que "mejoren" la experiencia del cliente (por ejemplo, el historial carrito de la compra).

Veremos en qué se queda todo ello, porque, como decía Unamuno, "el progreso consiste en el cambio".

Enlaces relacionados

- Propuesta de normativa sobre Inteligencia Artificial
- Pasos hacia una economía europea de los datos
- Propuesta normativa de privacidad de comunicaciones electrónicas

PROTECCIÓN DE DATOS: EL PARLAMENTO EUROPEO RESPALDA LAS NORMAS APTAS PARA LA ERA DIGITAL

CLICAR PARA VER EL VÍDEO

¿Cuál es nuestra estrategia de negocio para 2017?

Kevin L. Jackson
Experto en Cloud y fundador de Cloud Musings

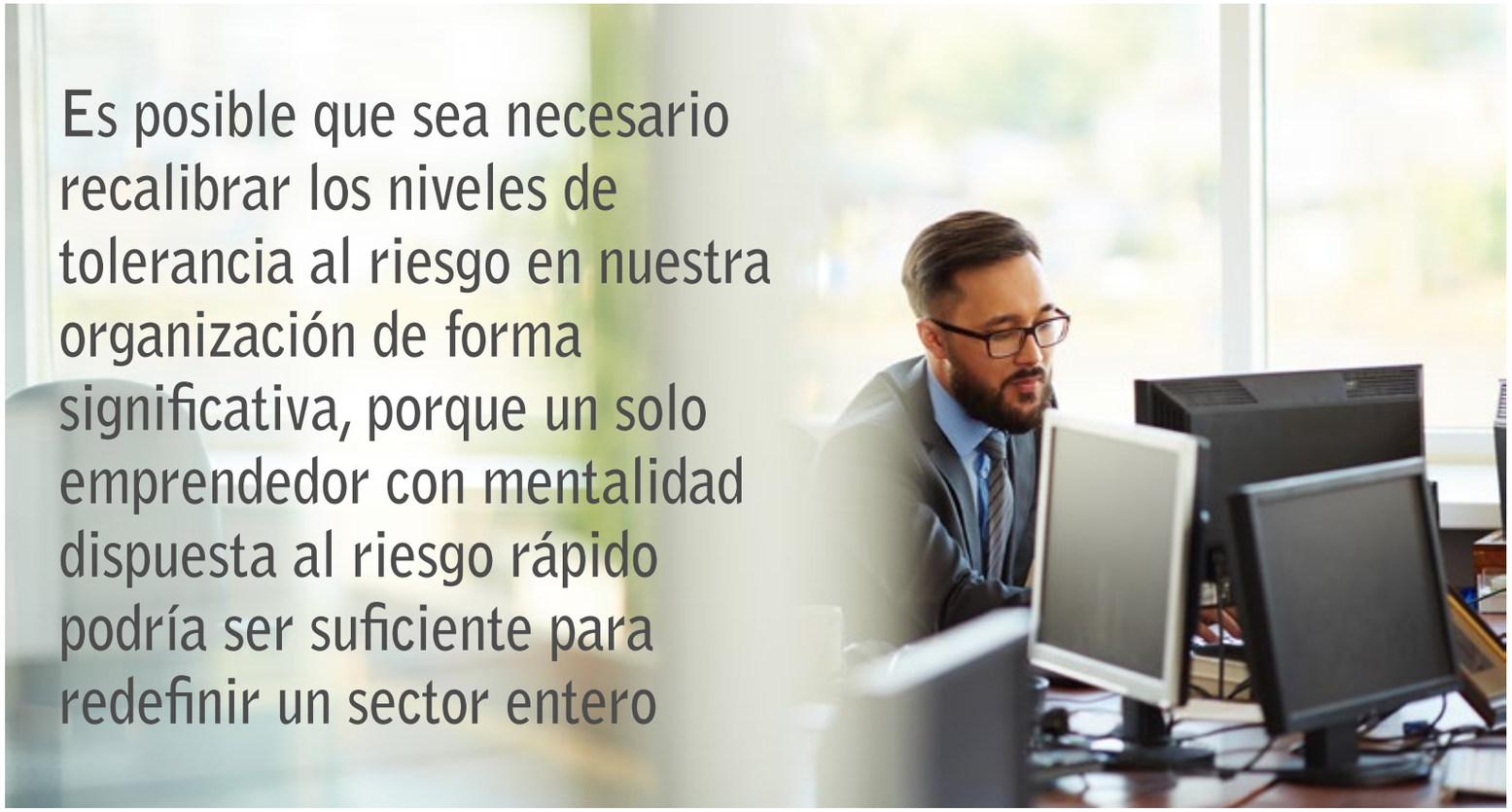
Las predicciones de fin de año hechas en diciembre son tan predecibles como la salida del sol de mañana, pero un vídeo publicado recientemente sobre Tendencias en Tecnología para 2017 me ha ayudado realmente a comprender hasta qué punto es importante una estrategia de transformación digital para cualquier directivo. La conversación en el CSC Town Hall permite de hecho identificar algunas de las tareas concretas a los que los ejecutivos de hoy deben dar respuesta en el año que comienza. Para reforzar nuestras oportunidades de éxito en 2017, nuestra lista de acciones debería incluir:

- Reconfigurar las operaciones corporativas de front y back office para una ejecución digital que pueda dar una nueva forma a las estructuras de nuestra organización, a los modelos de compensación para nuestros empleados y a la comunidad de partners de cualquier empresa;
- Prepararnos para la llegada de servicios automatizados inteligentes, para un drástico incremento en la productividad y la competitividad;
- Aprovechar el internet industrial, también conocido como el Internet de las Cosas, que utilizará la conectividad cruzada mediante sensores para mejorar la seguridad humana y la productividad de las máquinas;
- Enfrentarnos a enfoques de negocio radicalmente nuevos, e impulsados por cuestiones culturales, en la “Chinosfera” del sudeste asiático;

Kevin L. Jackson es experto en cloud, Líder de Opinión “PowerMore” en Dell, y fundador y columnista de Cloud Musings. Ha sido reconocido por Onalytica (una de las 100 personas y marcas más influyentes en ciberseguridad), por el Huffington Post (uno de los 100 mayores expertos en Cloud Computing en Twitter), por CRN (uno de los mejores autores de blogs para integradores de sistemas), y por BMC Software (autor de uno de los cinco blogs sobre cloud de obligada lectura). Forma parte del equipo responsable de nuevas aplicaciones de misión para el entorno de cloud de la Comunidad de Servicios de Inteligencia de los EEUU (IC ITE), y del Instituto Nacional de Ciberseguridad.

- Utilizar plataformas de cloud computing simplificadas para llevar el 80% de toda la informática de sistemas corporativa a nubes públicas de aquí al año 2020; y
- Capturar la propuesta de valor de una experiencia virtual y una interfaz digital verdaderamente interactivas para una mejor experiencia de usuario y una mayor productividad de los empleados

Para sobrevivir a estos cambios inminentes, las empresas deben identificar nuevas oportunidades transformadoras de negocio en el contexto de su sector y de la competencia. Esto hace necesaria una mucho mejor colaboración entre líderes de negocio y líderes en tecnología para el desarrollo de un vínculo específico entre el modelo económico del cloud computing y el modelo económico de negocio correspondiente. Este vínculo deberá incluir inevitablemente un uso eficaz de modelos virtuales de operaciones de sistemas, con aprovisionamiento dinámico de infraestructuras, auto-escalado de infraestructuras, microservicios de aplicaciones y computación serverless. Prepararnos para estos cambios puede también implicar que nos replanteemos nuestro core business, ya que el diseño de la experiencia del cliente podría ser clave para nuestro éxito. Teniendo en cuenta que las experiencias de calidad se basan en la empatía con el cliente, en la analítica de negocio, y en la tecnología cognitiva, cualquier estrategia empresarial deberá combinar todas estas habilidades para conseguir buenos resultados, lo que implica, a su vez, tener la capacidad de relacionarnos con nuestros clientes y empleados de una manera lógica, independientemente de dónde puedan estar ubicados.



Nuestro equipo de sistemas corporativo deberá, además, enfrentarse a un cambio extremadamente rápido de una operativa basada en la tecnología a una gestión de servicios informáticos robusta y automatizada. Esta próxima transición hacia un sector en el que las nubes públicas ocuparán una posición dominante precisará de estrategias corporativas en torno a:

- El encaje de las opciones de despliegue cloud y de modelos de servicios en la tolerancia corporativa al riesgo;
- La mejora de las capacidades de nuestra organización para la computación en la nube mediante una estrategia de inversión en formación; y
- La forma de prevenir nuestro fracaso en la operativa digital por nuestra incapacidad para monitorizar y aplicar modelos de gobernanza de sistemas que deben ser necesariamente estrictos.

Una reflexión final: es posible que sea necesario recalibrar los niveles de tolerancia al riesgo

Nuestro equipo de sistemas corporativo deberá, además, enfrentarse a un cambio extremadamente rápido de una operativa basada en la tecnología a una gestión de servicios informáticos robusta y automatizada

en nuestra organización de forma significativa, porque un solo emprendedor con mentalidad dispuesta al riesgo rápido podría ser suficiente para redefinir un sector entero. Los directores financieros y de riesgos deberán adoptar un enfoque integral que incluya la gestión del rendimiento y de los riesgos corporativos -incluyendo el cumplimiento, como fuera necesario-como parte la estrategia y ejecución global de nuestra actividad de negocio. Los servicios externos de gestión del riesgo pueden ser claves, en nuestra respuesta a esta necesidad, para evolucionar desde un nivel de cumplimiento básico, y de respuestas “ad-hoc” hacia una gestión de riesgos de negocio optimizada, en la que el valor de la gestión del riesgo compensa con creces los costes. it

(El presente contenido se está sindicando a través de distintos canales. Las opiniones aquí manifestadas son las del autor, y no representan las opiniones de GovCloud Network, ni las de los partners de GovCloud Network, ni las de ninguna otra empresa ni organización)

Enlaces relacionados

- Estrategia de Transformación Digital
- Oportunidades transformadoras de negocio
- Aprovisionamiento dinámido de infraestructuras
- Diseño de la experiencia del cliente
- Gartner: MMS
- Entendiendo el modelo de servicio cloud
- Estrategia de inversion en innovación
- Servicios externos de gestión del riesgo

Privacidad diferencial,

reforzando la confianza para impulsar la economía del dato

Fernando Maldonado
Analista asociado a Delfos Research

La explotación de datos personales representa una gran oportunidad. Por ejemplo, ahora podemos recoger información precisa sobre nuestros estilos de vida para estudiar cómo se relaciona con distintas enfermedades, lo cual nos permitirá movernos hacia una medicina preventiva. También podemos analizar nuestros desplazamientos para mejorar el tráfico de las ciudades… Además, como consumidores, las marcas podrán cubrir nuestras demandas de inmediatez y personalización o recomendarnos que producto elegir en un mercado que se caracteriza por una oferta abrumadora.

En definitiva, podemos encontrar soluciones a retos complejos explotando un recurso que ahora es abundante: los datos personales.

El lado oscuro de la explotación de estos datos es que, aunque un dato aislado parezca inocuo, cuando se combina con otros datos y se pasa por el tamiz de los algoritmos el resultado puede ser intrusivo, discriminatorio o excluyente. Por ejemplo, hay un caso que ha alimentado la imaginación de los directores de marketing de los grandes supermercados sobre lo que pueden llegar a saber de nosotros. Se trata de un hombre que se entera por el cajero del supermercado de que su mujer está embarazada. Y el supermercado lo sabe no porque se lo haya dicho la mujer, sino porque han analizado sus hábitos de compra, sus búsquedas... Lo que este ejemplo nos dice, es que todos esos datos pueden revelar información que no queremos hacer pública como nuestra orientación sexual, creencias religiosas, ideología política...

El problema de fondo no es tanto que cedas tus datos, sino cuál es el uso que se va a hacer con ellos cuando los transformen en información unos algoritmos que para el común de los mortales son magia.

Partimos de que no hay marcha atrás, que toda esa tecnología que nos facilita la vida, y a la que no pensamos renunciar, también deja un rastro de datos personales susceptibles de

Ayuda a conectar la oferta y la demanda de tecnología asesorando a la oferta en su llegada al mercado y a la demanda a extraer valor de la tecnología. Anteriormente, Fernando trabajó durante más de 10 años como analista en IDC Research donde fue Director de análisis y consultoría en España.

ser explotados. La pregunta relevante por tanto es: ¿cómo conseguir los beneficios sin que se produzca una pérdida de privacidad?

Algunas empresas, en el mejor de los casos, buscan anonimizar los datos eliminando información que pueda identificarnos. Esto en general es suficiente. Pero, dependiendo de la naturaleza de los datos que se manejen, habrá que ir un paso más allá. Hay una anécdota de un gobernador de Estados Unidos que, tras impulsar una ley para anonimizar datos médicos, recibió a los pocos días una carta con su historial médico en el buzón. Alguien, combinando su código postal con otros datos, había sido capaz de identificarlo.

La buena noticia es que se trata de un problema conocido y durante los últimos años se ha trabajado sobre ello. Así, desde 2005, se han producido avances en una disciplina estadística que busca maximizar la información de un grupo de individuos minimizando el conocimiento particular de cada uno de ellos. Aplicado al caso que nos ocupa es lo que se denomina "privacidad diferencial". Y esta aproximación es la que permite, por ejemplo, que podamos ceder nuestra información genética para investigar el cáncer sin que ni tan siquiera los investigadores sepan que participas en el estudio.

CYNTHIA DWORK: CÓMO FORZAR EN NUESTRAS MÁQUINAS EL JUEGO LIMPIO

CLICAR PARA VER EL VÍDEO

Pero, ¿en qué cosiste? Nadie mejor que Cynthia Dwork, una de las mentes detrás de esta técnica estadística, para explicarlo. Supongamos que queremos saber si en la universidad los estudiantes copian en los exámenes. Para ello preguntamos a los alumnos, pero lo hacemos del siguiente modo: les pedimos que respondan a un cuestionario pero que antes de empezar ti-

Nosotros, como particulares, debemos adquirir una mayor comprensión sobre cómo puede afectarnos la explotación de nuestros datos

ren una moneda al aire sin que nadie les vea. Si sale cara dicen la verdad, si sale cruz vuelven a tirar la moneda… y si vuelve a salir cruz entonces mienten. Cuando todos los alumnos han llevado a cabo el cuestionario, aplicando ingeniería inversa se puede saber, con escaso margen de error, el grado en el que los alumnos copian, pero sin saber si un alumno concreto lo ha hecho.

¿Interesado en el nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos?

No te pierdas el número de febrero de IT User

Si trasladamos este ejemplo a la explotación de datos personales por parte de las empresas, lo que haríamos sería meter en origen aleatoriamente "ruido" – información falsa o incompleta - en los datos capturados y almacenados por las empresas. Luego, después de aplicar ingeniería inversa, podrán ser analizados llegando a unos resultados similares a los que hubiéramos obtenido sin haberlo hecho. ¿Y por qué es importante esto? Porque se alcanza privacidad de extremo a extremo. Generar datos aleatorios en origen evita que la propia empresa o un posible hacker sepa si la información almacenada sobre uno es veraz. Por otro lado, también evita

> Nos dirigimos inexorablemente a un mundo que pasa por la explotación de nuestros datos personales

que una vez anonimizada esta, podamos volver a ser identificados como en el caso del historial médico del gobernador antes referido.

La privacidad diferencial es algo que ideó Microsoft y que utilizan otros gigantes de la industria como Apple, pero no está al alcance de cualquier empresa. Se trata de un asunto candente en la industria porque afecta no sólo a aquellos que desarrollan algoritmos, que ahora deben replantearse cómo los diseñan, sino también para los que tienen la intención de monetizar el dato a través de plataformas de venta de datos, API o en forma de insights. Nos encontramos en definitiva con un enfoque diferente que re-

Pero más allá de soluciones ingeniosas como la privacidad diferencial, encontrar una respuesta a la difícil pregunta de cómo beneficiarnos de la información personal sin renunciar a parte de nuestra privacidad va a requerir un cambio de mentalidad por parte de todos los agentes

quiere un esfuerzo significativo para aquellas organizaciones que quieran adoptarlo.

Pero más allá de soluciones ingeniosas como la privacidad diferencial, encontrar una respuesta a la difícil pregunta de cómo beneficiarnos de la información personal sin renunciar a parte de nuestra privacidad va a requerir un cambio de mentalidad por parte de todos los agentes: empresas, particulares… y reguladores.

El regulador ya ha realizado ese cambio y lo ha plasmado en la nueva ley de protección de datos -GDPR, en sus siglas en inglés- que entrará en vigor en 2018. En ella busca el difícil equilibrio entre los beneficios y riesgos de los que venimos tratando. Y lo hace razonablemente bien, exigiendo que la privacidad entre por diseño en la prestación de los servicios de las empresas o clarificando (si es que alguien tenía dudas) que los datos personales son nuestros y podemos llevárnoslos a otra parte… En definitiva, estableciendo las reglas del juego de un nuevo marco competitivo, el de la economía del dato.

Ahora es el turno de particulares y empresas. Nosotros, como particulares, debemos adquirir una mayor comprensión sobre cómo puede afectarnos la explotación de nuestros datos. No, no tenemos que saber de seguridad informática, ni ser capaces de leer unas políticas de privacidad pensadas para un abogado con mucho tiempo libre. No, al final tendremos que saber en quién podemos confiar. ¿Y en quién confiarías tú, en alguien que arroja luz sobre lo que hace o en quien la apaga?

Por eso, las empresas deben sacar su política de privacidad del pie de página donde se encuentran actualmente y elevarlas a su responsabilidad social corporativa, ser más trasparentes, dejarnos el control sobre nuestros datos, establecer un código ético que abarque también a sus algoritmos … Y con ello ganarse nuestra confianza.

Nos dirigimos inexorablemente a un mundo que pasa por la explotación de nuestros datos personales. Hagamos que sea en nuestro beneficio. La privacidad diferencial no es la panacea que resuelve todo, pero ilustra como trabajando en la construcción de una mayor confianza seguro que lo conseguimos.

Enlaces relacionados

- Cynthia Dwork
- Entendiendo el nuevo GDPR
- Portal del GDPR
- Usar Big Data para el bien común

IOT y Horizonte 2020

Continuando con el artículo anterior, es necesario hablar del Programa "Horizonte 2020", el encaje de Internet de las Cosas (IOT) y las Smart Cities dentro de este programa. Todo está íntimamente relacionado y nos quedan un poco menos de 3 años escasos para cumplir con los objetivos fijados por la Unión Europea en según qué aspectos…

Darío Ferraté
Consultor TIC

Para los que estéis más perdidos sobre qué es el Programa Horizonte 2020 y cómo afecta a España, os lo comento brevemente.

Existe un programa marco que se denomina Horizonte 2020 (H2020) que abarca un período de 6 años (2014-2020) y con un presupuesto, para este período, que asciende a los casi 77.000 M€. Este programa marco contiene tres pilares básicos que son:

- Reforzar la excelencia de su base científica.
- Crear y promover el liderazgo industrial en Europa.
- Afrontar y abordar los principales retos sociales.

Dentro de este programa, la creación y modernización de las ciudades para convertirlas en lo denominado Smart Cities tiene un protagonismo especial y España ocupaba el primer puesto, en 2016, muy por delante del siguiente país que era Francia.

Tenemos que tener en cuenta que, dentro de este Marco, existen distintos campos a tratar y mejorar en las ciudades. Los principales son:

- **Competitividad (Smart Economy):** por un lado, se tratan aspectos de gran importancia como son la productividad, la innovación, la flexibilidad del mercado laboral... sin descuidar la conciliación de la vida familiar y por otro se trata de la economía inteligente al servicio del consumidor. La forma de comprar ha cambiado radicalmente y las empresas han de adaptarse rápidamente a los tiempos que corren. Ahora buscamos en redes sociales los comentarios y valoraciones del producto buscado y después compramos (en tiendas físicas u online). Cada vez más aumenta el consumo de compras online, pero necesitamos sentirnos protegidos por las marcas y disponer de comunicación con ellos en cualquier momento.

Ingeniero Superior de Telecomunicaciones por la UPN con más de 19 años de experiencia en Consultoría Estratégica de Negocio y Desarrollo de Negocio/Sales dentro del Grupo Atos; ha sido responsable, para Iberia, de ofertas estratégicas globales como Atos MyCity (Smart Cities). En 2015 colaboró con IDC como analista sénior en IoT y Smart Cities, entre otras actividades. Colabora activamente como consultor TIC en el Ministerio de Defensa y como consultor estratégico funcional en Renfe Fabricación y Mantenimiento. Su último reto es el de desarrollo y puesta en marcha de www.comparandovinos.com, un comparador de precios de vinos, destilados, espumosos con más de 5.500 productos.

A pesar que en España se estén llevando a cabo numerosos proyectos relacionados con Smart Cities, los países situados más al norte, están invirtiendo en temas innovadores

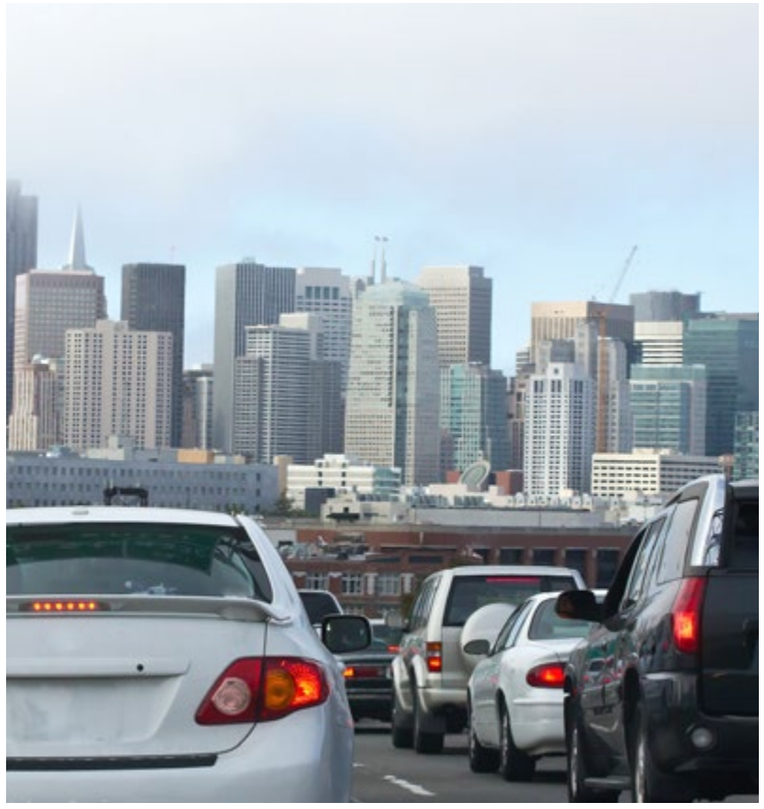
IoT tiene mucho para hacer en este sentido para garantizar un servicio post venta acorde a las expectativas de un usuario exigente. Por ejemplo ¿y si el articulo nos avisara cuando tiene una anomalía y se pusiera en contacto con el fabricante? ¡Un mantenimiento preventivo sería muy de agradecer!

- **Capital social y humano (Smart People):** Es de vital importancia en el desenvolvimiento de las actividades personales virtudes como: el grado de implicación en la vida comunitaria, la pluralidad social y ética, la integración, la flexibilidad, la igualdad, la apertura de mente... En este aspecto, considero que IoT tiene un campo abierto para investigar e innovar.
- **Transporte (Smart Mobility):** La gestión inteligente del movimiento de las personas y bienes, soportados por el uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC), garantizando las rutas optimizadas y un servicio de calidad para el ciudadano. Es uno de los puntos fuertes dentro IoT y donde existen bastantes soluciones probadas.
- **Calidad de Vida (Smart Living):** En este apartado se trata los aspectos de una gestión inteligente de los servicios que proporciona la ciudad. Dentro de los servicios incluimos la seguridad personal, la privacidad, los servicios sociales, la educación y los propios servicios de la ciudad que hagan nuestra vida cotidiana más fácil, cómoda y sencilla. IoT dispone de soluciones interesantes en este aspecto como por ejemplo la asistencia y monitorización médica a distancia (telemedicina).
- **Recursos Naturales (Smart Energy/Environment):** considera aspectos de utilización y conservación de los recursos naturales y energéticos. La gestión sostenible de los recursos naturales, el cuidado del medio ambiente y la gestión y monitorización continua, ayudan a tomar decisiones para, en definitiva, elevar la calidad de vida en las ciudades. En este sentido, IoT dispone de muchas soluciones que poco a poco se van integrando en “Plataformas que ayudan a gestionar las ciudades” de forma centralizada.
- **Participación (Smart Governance):** se caracteriza por una gestión eficiente de los servicios públicos mediante el uso de las

TIC. Incluye modelos de transparencia y un mayor acercamiento y participación ciudadana en las decisiones que se toman para mejorar los servicios e instalaciones de la ciudad.

Básicamente todo está relacionado con vivir mejor, disponer calidad de vida, tener los servicios que necesitamos y bien gestionados y ser cada vez más eficientes y sostenibles. Son muchos los proyectos que se están llevando a cabo y muchas las soluciones que tenemos a nuestra disposición.

En el vídeo insertado en el artículo del mes pasado hemos visto todas las cosas que están relacionadas con las ciudades y muchas de ellas relacionadas con IoT. Algunas de éstas son: luces inteligentes, conexiones wifi o posiblemente, en un futuro próximo, comunicaciones ópticas (Visible Light Communications (VLC) o Li-Fi. Las estaciones para medir condiciones ambientales y contaminación, estaciones de carga, mediciones inteligentes de contadores (luz, agua, gas), asistentes de aparcamientos, riego inteligente, contenedores de basura conectados, gestión del tráfico inteligente, información al ciudadano en tiempo real… y lo que suena más futurista…. Smart Roads, las carreteras que aumentarán la seguridad vial y mejorarán la eficiencia energética utilizando nuevos materiales de construcción y ayudados por el talento y esfuerzo de científicos e investigadores.



Noruega es el primer país en poner fin a la venta de coches convencionales de combustión (diésel y gasolina) para el 2025

Pero ¿qué es esto de Smart Roads o carreteras inteligentes? Es lógico pensar que, si los vehículos avanzan a un paso ligero en cuanto a avances tecnológicos, las infraestructuras también deben “ponerse al día” y adaptarse a los tiempos. El objetivo principal es aumentar la seguridad vial y mejorar la eficiencia energética.

Existen distintos proyectos puestos en funcionamiento en este sentido y la mayoría en los Países Bajos. Autopistas que brillan en la oscuridad, utilizando una pintura fluorescente que absorbe los rayos ultravioletas del sol y emite, durante 8 horas, una luz verde, aumentando la seguridad en la conducción. Cuántas veces nos hemos preguntado ¿con qué pintan las carreteras que, con los días de lluvia, no se ve por dónde transitamos y más aún si el asfalto con el agua se transforma en un espejo? Es cierto que 8 horas no son suficientes durante el invierno y más aún en las latitudes alejadas del ecuador, pero ayudan a ahorrar

HORIZONTE 2020

CLICAR PARA VER EL VÍDEO

Dentro del programa Horizonte 2020, la creación y modernización de las ciudades para convertirlas en lo denominado Smart Cities tiene un protagonismo especial y España ocupaba el primer puesto, en 2016, muy por delante del siguiente país que era Francia

en el consumo energético y sobre todo ganamos en seguridad vial.

Otro proyecto similar, creado por la compañía británica Pro-Teq, utiliza un sistema similar, con la ventaja que este recubrimiento pulverizante no solo absorbe la energía de los rayos solares durante el día para liberarlos durante la noche, sino que, además, es antideslizante y resistente al agua, mejorando la seguridad. Este aspecto es de especial importancia para peatones, ciclistas y motoristas ya que seguramente más de una vez nos hemos dado un susto al pisar la línea blanca de la carretera (en ciudad o carretera).

Por otra parte, pinturas dinámicas o mejor dicho termodinámica puede ayudarnos a alertar de zonas de hielo o peligros por baja temperatura. El Estudio Roosegaarde (bastante activo en este tema), ha planteado proyectos donde se utiliza una pintura especial (termodinámica) que detecta los grados de temperatura del asfalto. De esta forma, si pintamos señales como el de aviso de hielo en la carretera, mientras estemos a temperaturas normales, dichas señales serán invisibles, pero cuando la temperatura baje, se iluminarán en el asfalto estas señales, aumentando la seguridad de los conductores.

Carriles de recarga para coches eléctricos, con bobinas de inducción bajo el asfalto para que los coches eléctricos puedan recargar sus baterías mientras circulan, pavimentos solares

como la SolaRoad en la localidad de Krommenie (Holanda), son proyectos pioneros que aún, siendo muy costosos, pueden servir para soluciones de futuro más eficientes y extensas. Y muchos proyectos más…

Como vemos, a pesar que en España se estén llevando a cabo numerosos proyectos relacionados con Smart Cities, los países situados más al norte, están invirtiendo en temas innovadores y si nos vamos más al norte, en concreto Noruega nos encontramos con propuestas muy curiosas. ¿habéis visto lo conscientes y respetuosos con el medioambiente, la contaminación, el uso de energías limpias, reciclado, etc. que son los noruegos? Es increíble que siendo uno de los países con mayor exportación de petróleo del mundo (además de la tercera región que más gas natural exporta), tiene un 17% de penetración del coche eléctrico frente a España que se sitúa en el 0,22% (según distintas fuentes). Tenemos que recordar que Noruega es el primer país en poner fin a la venta de coches convencionales de combustión (diésel y gasolina) para el 2025. Si bien es cierto que el poder adquisitivo de los países nórdicos es muy superior al que tenemos en España, creo que no solo es cuestión de dinero... ¡Este planeta es una maravilla y tenemos que cuidarlo y respetarlo! ¡Apostando por ello ganaremos todos y garantizaremos un futuro mejor para las nuevas generaciones! it

HORIZONTE 2020: NUEVO PROGRAMA MARCO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN

CLICAR PARA VER EL VÍDEO

Enlaces relacionados

- Horizonte 2020
- Qué es Horizonte 2020
- Noruega prohibirá la venta de vehículos diésel en 2025
- Tecnologías inteligentes para la carretera

it Digital MEDIA GROUP

it User
TECH & BUSINESS

Cada mes en la revista, cada día en la Web.

www