

El centro de datos del futuro



Alberto Pascual, Director Ejecutivo de Ingram Micro España



El data center moderno en la transformación digital, a debate



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

**Director**

Pablo García Reales

pablo.garcia@itdmgroup.es**Redacción y colaboradores**Hilda Gómez, Arantxa Herranz,
Reyes Alonso, Ricardo Gómez
Eva Herrero**Diseño revistas digitales****Producción audiovisual**

Favorit Comunicación, Alberto Varet

Fotografía

Ania Lewandowska

Director General

Juan Ramón Melara

juanramon.melara@itdmgroup.es**Director de IT User**

Miguel Ángel Gómez

miguelangel.gomez@itdmgroup.es**Directora IT Televisión y Lead Gen**

Arancha Asenjo

arancha.asenjo@itdmgroup.es**Directora de medios on-line**

Bárbara Madariaga

barbara.madariaga@itdmgroup.es

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

Las lecturas de Canalys Forum EMEA 2018



Barcelona ha acogido recientemente una nueva edición de Canalys Channel Forum EMEA, que tuvo a IT Reseller como media partner español exclusivo. Este evento se ha convertido en el auténtico termómetro de la industria mundial tecnológica que sigue confiando en la labor indispensable del ecosistema de partners. De cara a 2019 son varias las tecnologías que los distintos analistas y proveedores de la industria destacaron como protagonistas: almacenamiento flash, redes inalámbricas, infraestructura hiperconvergente, software como servicio, IoT, seguridad administrada o servidores de entrada de gama. Si bien, uno de los hechos más llamativos del Canalys Channel Forum es la controvertida personalidad de Steve Brazier, su presidente y CEO, que le gusta aglutinar todas las miradas, amasar muchos minutos en el centro del escenario, alimentar su aureola de gurú de la industria y, sobre todo, hablar claro, muy claro, incluso de aquellas empresas que, con su dinero, hacen posible la celebración de este evento y, por ende, justifican la viabilidad de la empresa homónima.

Una de sus perlas más incisivas vino a colación de la sempiterna alusión al cloud como motor revolucionario de la industria. Brazier subrayaba: "Si la nube pública es tan buena, ¿por qué Microsoft, Amazon y Google no la usan para alojar sus propios negocios? Ellos tomaron la decisión de implantar en sus propias compañías soluciones on-premise". Pero el directivo también vaticinó que durante el próximo año veremos más adquisiciones de partners especializados por parte de las grandes consultoras (Accenture, Atos o Deloitte) para compensar la propia falta de capacitación de éstas en algunas áreas emergentes, como seguridad, IoT, analítica o cloud.

Brazier tampoco dudó a la hora de mencionar y dar su opinión sobre los innombrables. Es decir, los grandes desafíos de la industria tecnológica, en general, y del canal, en particular: el Brexit, la guerra comercial entre Estados Unidos y China, y el protagonista de todas nuestras pesadillas: Amazon. "Que nadie dude que Amazon es una gran amenaza para el ecosistema de canal", concluyó sin reparos. ■

Pablo García Reales

EN PORTADA



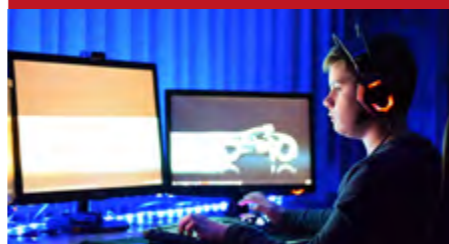
El centro de datos del futuro

ENTREVISTA



Alberto Pascual,
de Ingram Micro

REPORTAJE



Gaming, un juego
al que ganan fabricantes
y distribuidores

DEBATE



La importancia del data center moderno
en la transformación digital, a debate

NO SOLO



ACTUALIDAD



Clusterización,
migración de clientes
o racionalización del
porfolio, objetivos de
Sage con el canal en 2019



Wolters Kluwer anima a
los despachos y asesorías
a aprovechar las ventajas
de la digitalización



Epson concluye en
Barcelona su Roadshow
Iberia 2018 con cerca
de 500 distribuidores
asistentes



Ingram Micro expone
en su Symposium 2018
que éste ha sido el año
de su consolidación y
realineamiento



Tech Data incorporará a su
porfolio nuevas soluciones
de seguridad, smart home
y gaming en 2019



Eaton relanza su
estrategia de canal TI
en España



Ciberseguridad y cloud,
pilares centrales de
Exclusive Group para
2019




ÍNDICE DE ANUNCIANTES

- LENOVO
- MICROSOFT
- ESPRINET
- DMI
- MCR
- HUAWEI
- INGRAM MICRO
- VERTIV
- EINZELNET
- IT TRENDS
- IT USER
- NUEVO CDR
- ITDS
- DISCOVER THE NEW

ESTA ES TU OPORTUNIDAD. ES UNA OCASIÓN FANTÁSTICA.

Únete a Lenovo hoy mismo para conseguir grandes recompensas vendiendo increíbles productos, como el Lenovo ThinkPad X1 Yoga con procesadores Intel® Core™ de 8.ª generación

Trabaja con la marca n.º 1 en portátiles y la n.º 1 en fiabilidad de servidores*

-  La gama de productos y soluciones más innovadora y amplia del mercado habiendo recibido un gran número de reconocimientos
-  Dirigido a ti: el 94% de nuestro negocio se realiza a través de del canal
-  Sencillo programa para partners, con gran apoyo y estupendas recompensas



Lenovo

PAQUETE DE INICIO DE 10 000 € Y GRANDES RECOMPENSAS*

Regístrate hoy mismo como nuevo partner y podrás ganar un paquete de 10 000 € para llevar a cabo una campaña de ventas o de marketing.

Aquí no acaba todo, en nuestro concurso de ventas podrás ganar uno de nuestros portátiles ThinkPad X1 Yoga con potentes procesadores Intel® Core™ cada semana o un viaje VIP automovilístico a Maranello con una experiencia en circuito y entre otros muchos.



Lenovo ThinkPad X1 Yoga con procesadores Intel® Core™ de 8.ª generación

¡Regístrate en www.lenovopartner.com/es/thisisnow !



Procesadores Intel® Core™

*Primer puesto en las listas de 2018 de Laptop Magazine y n.º 1 en fiabilidad de servidores (según el informe global sobre fiabilidad de hardware y sistemas operativos de servidores de ITIC, 2017-2018). **Sujeto a términos y condiciones. © Lenovo™ 2018. Todos los derechos reservados.

Lenovo™ se reserva el derecho a modificar las ofertas, los precios, las especificaciones o la disponibilidad de sus productos en cualquier momento sin previo aviso. Los modelos fotografiados se muestran solamente a título ilustrativo. Lenovo™ no se hace responsable de los posibles errores tipográficos o fotográficos. La información publicada no tiene ningún efecto contractual. Las promociones van destinadas únicamente a empresas y están sujetas a su disponibilidad. Las promociones se pueden retirar o modificar sin previo aviso. Consulta a tu representante o distribuidor local de Lenovo™ para obtener información sobre las ofertas disponibles en tu zona.

Lenovo™, el logotipo de Lenovo™, ThinkCentre, ThinkPad, ThinkVision, ThinkStation, ThinkSystem y ThinkAgile son marcas registradas o marcas comerciales de Lenovo™. Ultrabook, Celeron, Celeron Inside, Core Inside, Intel, el logotipo de Intel, Intel Atom, Intel Atom Inside, Intel Core, Intel Inside, el logotipo de Intel Inside, Intel vPro, Itanium, Itanium Inside, Pentium, Pentium Inside, vPro Inside, Xeon, Xeon Phi, Xeon Inside y Intel Optane son marcas comerciales de Intel Corporation o de sus filiales en Estados Unidos y/o en otros países.



Clusterización, migración de clientes o racionalización del portfolio, objetivos de Sage con el canal en 2019

Barcelona ha acogido una nueva edición de las Sage Partner Sessions, en las que se han dado cita 390 compañías, entre socios grandes, medianos y pequeños del fabricante, ISVs, academias de formación y cerca de 60 partners potenciales. Bajo el lema "Ahora es el momento", las jornadas han incidido en la necesidad vital de que las empresas apuesten ya por su transformación digital, invirtiendo en los modelos de suscripción y de pago por uso. Un estudio reciente desarrollado por Sage en colaboración con la CEOE refleja que a la pyme española –conjunto que ya aglutina más de 3,3 millones de empresas– le preocupa principalmente captar clientes y garantizar su rentabilidad, y solo al 3% su proceso de digitalización. "La parte positiva de esta realidad es que las oportunidades de negocio para



Luis Pardo, CEO y consejero delegado de Sage Iberia

Cerca de 400 socios se han dado cita en una nueva edición de las Sage Partner Sessions, evento que reforzó la obsesión estratégica del fabricante: que todo su negocio provenga del modelo cloud en 2022.

Pablo García Reales
Barcelona

nuestra industria son todas, y nuestra misión se ha de concentrar en convencer al tejido empresarial de la importancia de la tecnología como inversión y no como gasto”, subraya Luis Pardo, CEO y consejero delegado de Sage Iberia. “Y en este propósito el canal juega un papel determinante”, apostilla.

Aunque la venta indirecta todavía solo representa un 30% del negocio de Sage en España, es cierto que su peso aumenta progresivamente y su cifra de negocio ha crecido de media un 22% durante su

último año fiscal (finalizado el pasado mes de septiembre). El anterior ejercicio la división de canal de Sage desarrolló 2.000 migraciones, obtuvo 3.000 nuevos clientes, lanzó la línea de negocio Sage Academies (formada por centros oficiales de formación), reforzó su

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



línea de colaboración con ISVs a través de 24 soluciones conectadas y suscribió acuerdos con 50 nuevos business partners. Además, la nómina de partners de valor de Sage en España ha pasado de 250 en 2017 a 450 en 2018, de un total de 1.300 compañías que revenden sus productos de manera recurrente y más de 2.000 que lo hacen en algún momento del año. Las zonas norte y sur de la geografía española son las áreas en las que Sage pretende seguir recabando más canal el próximo año.

2022 continúa siendo la fecha objetivo que Sage se ha marcado para que todo su negocio se canalice en formato cloud. “El cliente ya nos reclama el modelo de suscripción, y ahora solo falta que el partner entienda y asimile los sistemas de facturación y compensación relacionados”, señala José Luis Martín Zabala, vicepresidente de Canal y Alianzas de Sage España. “Para motivar el salto del canal al cloud, les proporcionamos un 10% de margen adicional con respecto al margen tradicional on-premise”. La hibridación es la alternativa temporal. El 28% de sus clientes ya han abrazado el modelo híbrido, apostando por soluciones como 50Cloud, 200Cloud y 200 Despachos Connected.



José Luis Martín Zabala,
vicepresidente de Canal
y Alianzas de Sage España

OBJETIVOS PARA 2019

De cara al ejercicio 2019, que vio la luz el pasado mes de octubre, Sage se ha marcado las siguientes prioridades con respecto a su estrategia de canal: fomentar la clusterización, es decir, la colaboración entre partners; intensificar la migración de sus clientes de manera más transparente y rentable; llegar a nuevos clientes a través de renovadas dosis de inversión; y racionalizar su porfolio de productos, concentrándose en los modelos SaaS y de suscripción, y discontinuando la renovación tecnológica de familias como Eurowin (5.000 clientes en España) y Plus (decenas de miles de clientes en nuestro país) durante los próximos trimestres.

Frente a las cifras anteriormente señaladas con respecto al año fiscal 2018, para el presente ejercicio Sage se ha marcado llegar vía canal a 4.000 nuevos clientes, desarrollar 3.000 migraciones, contar con 50 academias de formación y disponer de 50 soluciones conectadas con ISVs. ¿Y cómo? En primer lugar, reestructurando y ampliando su equipo de canal, que contará con una nueva división, Channel Customer Care, creada para ayudar al cliente cuando el canal no tiene posibilidad de hacerlo.



Además, arranca ahora la segunda fase del programa de canal que vio la luz hace unos meses, y que pondrá el foco en diversas iniciativas. En primer lugar, en un nuevo programa de formación, certificación y acreditación, a través de una plataforma de e-learning dirigida a comerciales; nuevos ciclos de formación sobre transformación digital y comercial; más centros oficiales de formación; y generación de bolsas de trabajo compartidas con el canal, como siguiente paso a la formación con academias. Por otro lado, el programa tratará de fomentar el clustering entre el canal, es decir, los espacios de colaboración entre partners. De hecho, a petición de ellos, Sage ha creado el grupo G12, formado por sus principales socios, que, entre otras iniciativas, colaborarán con partners más pequeños para ayudarles a migrar al cloud, ofreciéndoles servicios donde ellos no

llegan. Será una suerte de sub-mayoreo, aunque José Luis Martín Zabala ha querido destacar la labor de sus mayoristas, especialmente en el long tail, destacando el rendimiento el año pasado de GTI y Esprinet. Sage también ha creado una nueva categoría en su estructura de partners, el Master Partner, reflejo de las compañías que forman parte del G12. Pero, además, desarrollará una nueva estructura de márgenes comerciales premiando sobre todo el negocio incremental con nuevos clientes, así como nuevos indicadores y más recursos en marketing de canal, con nuevas herramientas colaborativas y mayor inversión. ■

**MÁS INFORMACIÓN**

[Sage aborda vías de crecimiento con el canal en Partner Sessions](#)



[Tres partners españoles entre los ganadores del programa Sage CEO Circle](#)



[Sage publica un código ético para desarrollar una IA responsable en las compañías](#)

**ÍNDICE DE LA SOCIEDAD DIGITAL 2018**

Este estudio de Dentsu Aegis Network y Oxford Economics identifica la naturaleza cambiante del compromiso social frente a la economía digital y las áreas de acción prioritarias para garantizar su éxito en el futuro en España. Pese a que debe tener en cuenta ciertas áreas de mejora para convertirse en un país líder dentro de la economía digital, España destaca en su compromiso digital, y la creencia de los encuestados españoles en el impacto positivo de la tecnología en el futuro.



Nuevo Office 365 Empresa Premium

Disponible en formato FPP y ESD

COMPRAR



Wolters Kluwer anima a los despachos y asesorías a aprovechar las ventajas de la digitalización

En este sentido, Josep Aragonés, director general de Wolters Kluwer Tax & Accounting en España, explicó, durante su ponencia, la realidad a la que se enfrentan los despachos y asesorías, un tipo de empresa que “está en continua evolución y transformación”, en su camino para aprovechar una realidad, la de la Transformación Digital, que les permitirá “explorar posibilidades de mejora y oportunidades de negocio que tienen al alcance de la mano”. En este sentido, Aragonés animó a las empresas a valorar “los nuevos avances que se están produciendo” en áreas como la Inteligencia Artificial o la nube.

Y es que, en su opinión, “estos avances contribuyen a mejorar en la relación del despacho con sus clientes por medio de soluciones colaborativas” como las

desarrolladas por Wolters Kluwer, “que conectan el entorno de trabajo del asesor con el de la pyme para que ambos aumenten su productividad, competitividad y eficiencia”.

Durante la Jornada, Enrique Dans, profesor de Innovación en IE Business School, enumeró las ventajas que ofrece la cloud para la gestión de un despacho o una asesoría, mientras que Alberto Her-



Ha sido durante la celebración del 25º Foro Asesores celebrado en Madrid cuando el fabricante ha explicado la necesidad de que los despachos y asesorías se adapten a los nuevos entornos digitales. La compañía mostró el pasado 7 de noviembre, ante más de 1.200 personas, cuál es su propuesta para ayudar a este tipo de empresas en su adaptación.

nández, máximo responsable del Instituto Nacional de Ciberseguridad de España (INCIBE) explicó cómo GDPR está transformando la manera en que trabajan los despachos y las asesorías. Asimismo, durante su intervención, presentó las buenas prácticas que todo despacho profesional debe seguir en esta materia.

Durante el 25º Foro Asesores de Madrid, también se llevó a cabo una mesa redonda en la que se trató sobre cómo esta nueva realidad ha puesto en valor la igualdad de las organizaciones en la que participaron Alfonso Jiménez, director general en PeopleMatters; Eva Serrano, vicepresidenta de la Cámara Comercio de Madrid, y Núria Martín, directora de Recursos Humanos de Cuatrecasas.

NOVEDADES LEGISLATIVAS

Como no podía ser de otra forma, durante la celebración del Foro, Wolters Kluwer explicó en qué consisten las principales novedades legislativas, y se profundizó en las líneas a trazar para seguir incidiendo en la transformación y el crecimiento del despacho.

En estas sesiones, Caridad Gómez Mourelo, inspectora de Hacienda del Estado y de Entidades de Seguros y Planes y Fondos de Pensiones, analizó los distintos



supuestos de responsabilidad tributaria y penal en que pueden incurrir los asesores fiscales; Bartolomé Borrego, vocal de Nuevas Tecnologías de la AEAT en Andalucía, abordó cómo deben afrontar los despachos las nuevas notificaciones obligatorias (NEOS) y la facturación elec-

trónica promovidas desde las Administraciones públicas, y Ana Plaza, directora general de la Confederación Española de Autónomos, ha repasado las novedades de la Ley 6/2017 de Medidas Urgentes del Trabajo Autónomo.

Como colofón, el Foro Asesores ha debatido acerca de las posibilidades de la Inteligencia Artificial con la intervención de Chema Alonso, Chief Data Officer en Telefónica. ■

Move On Euskadi

La División Tax & Accounting de Wolters Kluwer ha congregado en Bilbao a más de 300 pymes, autónomos y profesionales de despachos en la segunda edición del evento Move On Euskadi, una jornada de referencia en Europa sobre transformación empresarial. Bajo el lema "Tomorrow's world, today", el evento ha ofrecido diferentes perspectivas, ideas y experiencias para el crecimiento y la transformación empresarial a través de la participación de reputados expertos y especialistas en diversas disciplinas.

Inaugurado por José Ángel Corres, Presidente de la Cámara de Comercio de Bilbao, el evento ha acogido las intervenciones de Henri Van Engelen, director general Regional de Wolters Kluwer Tax & Accounting en Europa y Josep Aragonés, director general de Wolters Kluwer Tax & Accounting en España, respectivamente, quienes han hablado de la transformación de la relación entre el despacho y la pyme, una relación que está cambiando de forma significativa a través de soluciones colaborativas que automatizan

procesos de intercambio de información entre el asesor y sus clientes para mejorar la eficiencia y la autonomía del negocio de ambos.

Como señaló Henri Van Engelen, "son fundamentales los modelos colaborativos basados en una relación bidireccional eficiente y fluida. Los despachos profesionales pueden crear valor añadido para sus clientes pymes y hacer sus negocios más competitivos apostando por un modelo colaborativo que mejore la relación, interacción y gestión entre el despacho y sus clientes".



MÁS INFORMACIÓN

- [Wolters Kluwer pretende cerrar este año la compra de dos fabricantes de software en España](#)
- [El Foro Asesores Wolters Kluwer reúne en su última edición a 1.300 asistentes](#)
- [Wolters Kluwer comparte su estrategia de negocio con su canal en España](#)
- [Wolters Kluwer estrecha lazos con el canal de su División Tax & Accounting](#)



ESPRINET BUSINESS CLUB

TU NEGOCIO, NUESTRO COMPROMISO

¿Quieres unirte a nosotros?

Llámanos o mándanos un mail y te informaremos de todas las ventajas · e-businessclub@esprinet.com · +34 608 509 717



Epson concluye en Barcelona su Roadshow Iberia 2018 con cerca de 600 distribuidores asistentes

En torno a 500 distribuidores han acudido a las citas del Epson Business Partner Roadshow 2018, que este año ha visitado Madrid, Sevilla, Valencia, Bilbao, Lisboa y Barcelona. En esta última jornada, el fabricante asiático ha centrado el mensaje en el fomento de la sostenibilidad del tejido empresarial español a través de la innovación tecnológica, objetivo perseguido por la compañía para promover una sociedad con hábitos de consumo y de compra responsable.

Esta última parada del roadshow ha contado con la presencia de la asociación catalana Barcelona Tech City, organización que busca posicionar a la Ciudad Condal como uno de los principales hubs tecnológicos internacionales y que, de la mano de Epson, ha conseguido hacer su día a día más sostenible y fácil de compartir mediante sus proyectores e impresoras WorkForce Pro. Durante el evento, además, también se ha podido conocer el caso de éxito de Pressing Imprenta Digital, empresa que, junto a la multinacional

asiática, ha logrado posicionarse como uno de los comercios de referencia en la capital catalana en términos de impresión ecológica, rápida y fiable sobre varios soportes.

PROPUESTA ESTRATÉGICA

Óscar Visuña, director de la división Business en Epson Ibérica, ha sido el encargado de dar la bienvenida a los asistentes

recordándoles que “hay muchas oportunidades de negocio para el mercado de impresión” empresarial. No en vano, y según datos ofrecidos por Visuña, “a Epson se le conoce por el mercado de consumo, un segmento que sólo representa el 35% de la facturación en España”, mientras que “el 65% restante corresponde a entornos B2B”.

El directivo ha aprovechado para realizar

Tras visitar Madrid, Sevilla, Valencia, Bilbao y Lisboa, el Epson Business Partner Roadshow 2018 termina su camino en Barcelona, haciendo hincapié en el fomento de la sostenibilidad del tejido empresarial español a través de la innovación tecnológica.



un repaso de la corporación. A nivel global, la firma alcanzó, en su último ejercicio fiscal, unos ingresos de 8.300 millones de euros. "Contamos con 77.000 empleados, de los cuales más de 50.000 están en entornos de desarrollo e innovación", algo que corrobora que "en Epson somos inventores. La innovación está en nuestro ADN". Estos datos son la causa de los resultados de Epson. "Somos el primer fabricante de proyectores a nivel mundial, el primer fabricante de impresoras punto de venta en Europa y el primer fabricante de robots SCARA".

En el caso de EMEA, "estamos invirtien-

do para potenciar nuestra presencia en el mercado de impresión de la región". En la actualidad, "tenemos más de 45 oficinas en EMEA y más de 1.830 empleados". Todo esto ha hecho que Epson haya alcanzado una facturación de 1.700 millones de euros y la previsión es continuar creciendo. "Epson Europa ingresará unos

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



340 millones de euros más gracias a la labor que realiza el canal". En este punto, Visuña ha aprovechado para recordar que "somos una compañía 100% canal".

La estrategia de crecimiento de Epson se fundamenta en la innovación en cuatro pilares: inkjet (el 30% de la facturación de Epson proviene de esta área), visual, wearables y robótica. "Epson sólo lanza soluciones al mercado que aporten valor" y estas cuatro áreas "son las tendencias de futuro" junto a la tecnología "inteligente", el medioambiente (la sostenibilidad y el ahorro energético es clave en la estrategia de la firma) y el rendimiento. "Ofrecemos soluciones que ayudan a las empresas a incrementar su productividad, que son precisas y que permiten la libertad creativa".

Visuña, además, remarcó el buen momento que está viviendo el mercado tras unos años en los que la crisis económica castigó en demasía al sector de la impresión. "En 2017, el mercado creció un 8% y este año la subida va a continuar". El motivo no es otro que durante los años de la crisis las empresas frenaron sus inversiones y es ahora cuando están volviendo a invertir. "Queremos aprovechar esta oportunidad junto a nuestros partners".

Sistema ecológico de reciclaje

PaperLab es el nombre del esperado nuevo producto que Epson traerá a España durante 2019. Se trata de su primer sistema ecológico de reciclaje para oficina: PaperLab, que se caracteriza por no utilizar agua, transformar el papel residual en nuevo papel y disponer de tecnologías de fibras secas.



EPSON REAFIRMA SU APUESTA TOTAL POR EL CANAL EN SU ROADSHOW 2018

NOVEDADES PARA EL CANAL

A continuación Yolanda Ortega, directora de canal de Epson Iberia, corroboró las palabras de Visuña al destacar la buena situación que está atravesando tanto el mercado en general como Epson en particular y aseverar que "es un gran momento para unirse a la familia Epson". Y es que, en opinión de Ortega, los buenos resultados, "sin el canal, no valen nada". "Epson continúa trabajando en ayudar al canal a hacer negocio", a través del crecimiento que está experimentando "nuestro equipo de ventas comercial". Yolanda Ortega aprovechó para explicar que "nuestros comerciales trabajan para crear oportunidades para el canal".

El objetivo es "conseguir una cuota del 10%

en el segmento de 12.000 copias" y, para ello, "os necesitamos". Ortega también explicó las numerosas ventajas que ofrecen los diferentes programas de canal como son el acceso al portal, precios especiales, reportes de desempeños, localizador online de stock, acceso a promociones, unidades demo, formación, acreditación de socios, acompañamiento al cliente o desarrollo de planes de negocio, entre muchos otros.

Los programas de canal de Epson "representan una gran oportunidad de crecimiento" para el canal. Y para muestra un

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



botón: "el incremento total de las ventas en nuestro ejercicio 2017 en comparación con 2016 en resellers con programas de canal fue del 34,5%".

Yolanda Ortega también hizo un llamamiento al canal para que aprovechen la oportunidad de negocio de Print 365, una de las grandes apuestas de Epson. Éste es un servicio gestionado, que funciona a modo de contrato con la empresa proveedora, y ha sido diseñado "específicamente" para usuarios finales y el canal de distribución". ■

**MÁS INFORMACIÓN**

- [Epson lanza al mercado dos nuevos escáneres portátiles](#)
- [El Business Partner Conference Roadshow de Epson hace parada en Madrid](#)
- [Epson motiva a sus partners con la plataforma INpulse](#)
- [Yolanda Ortega, Epson: Nuestro negocio siempre va a pasar por el canal](#)

**BLOCKCHAIN CODEX**

Blockchain promete revolucionar la forma en que hacemos negocios con una abrumadora fuerza disruptiva. Al igual que con cualquier tecnología innovadora, los usuarios potenciales necesitan entender las capacidades y beneficios de blockchain, y cómo funciona para poder aplicarlo. Este informe proporciona al lector una amplia visión de lo que es blockchain, cómo funciona y cómo se puede aplicar en un contexto de negocios.



Rápido. Inteligente.
En todos los sitios.



Deco M9 Plus

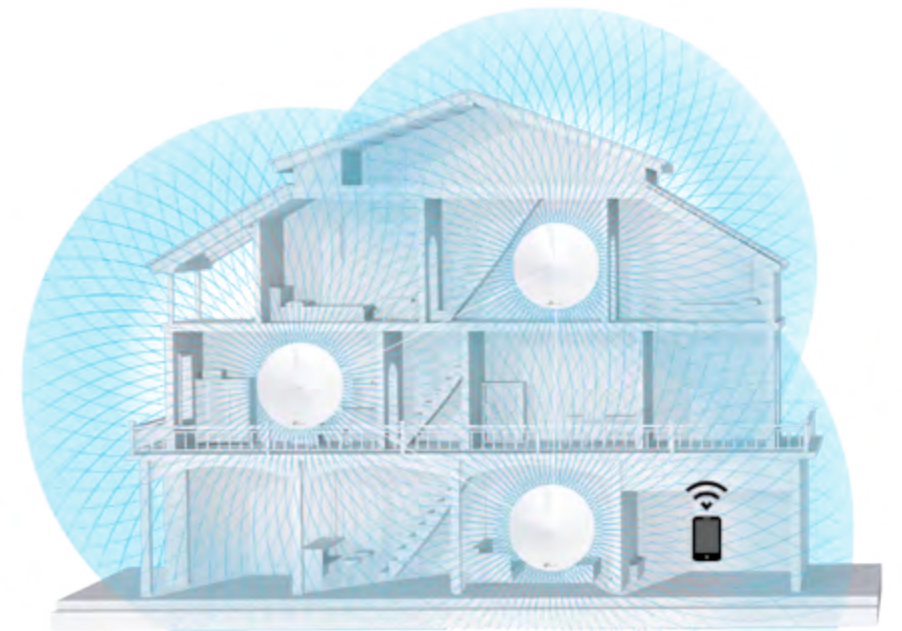


Deco M9 Plus. Mucho más que un Router.

Diseñado para hacer tu hogar más inteligente, es capaz de gestionar el tráfico de más de 100 dispositivos, ofreciendo velocidad Wi-Fi ultrarrápida en cualquier escenario.

Fácil de instalar, eficiente y seguro. Disfrutarás de Wi-Fi inteligente, control parental y antivirus, con la mejor estabilidad y velocidad.

Además Deco M9 Plus actúa como un hub inteligente, reuniendo la gestión todos tus dispositivos smart en una App fácil de usar. Compatible con Zigbee, Bluetooth y Wi-Fi.



Sistema Wi-Fi Mesh Tri-Banda para toda la casa AC2200.
Elimina las áreas de señal débil.



Elimina zonas Wi-Fi muertas



Velocidad Tri-Banda



Hub inteligente incorporado



Conecta más de 100 dispositivos



TU MAYORISTA
DE CONFIANZA

JAIME SOLER, VICEPRESIDENTE Y COUNTRY MANAGER EJECUTIVO DE INGRAM MICRO IBERIA

“2018 ha sido el año de la consolidación y el realineamiento de Ingram Micro”

En el marco de la 17ª edición de su Symposium, celebrado el pasado 8 de noviembre en Barcelona, la cúpula directiva de Ingram Micro se reunió con los medios de comunicación para hacer balance de un 2018 que ya cuenta sus últimas páginas. “Tras un 2017 en el que

la filial española experimentaba un crecimiento por encima del 28%, cuando el mercado mejoraba apenas un 7%, lo que nos permitía ganar mucha cuota de mercado, este año nos tocaba consolidar lo establecido y revisar nuestro modelo de negocio”, reconoce Jaime Soler, vicepresidente

y country manager ejecutivo de Ingram Micro Iberia. “En 2018 creceremos entre el 6% y el 7%, en línea con el mercado, que lo hará en torno al 8%”, augura.

Según Context, el canal de informática en España crece trimestre a trimestre en torno a un 6%, acumulando un incremen-

Tras crecer un 27% el pasado año, la filial española del mayorista mejorará su cifra de negocio en torno a un 7% en 2018, apoyándose en cuatro palancas: valor, movilidad, SMB y e-commerce.

Pablo García Reales
Barcelona



to hasta septiembre de este año del 8,3%. El pequeño/mediano distribuidor crece por encima de 6%; el retail, en torno al 12%; el distribuidor corporativo decrece; mientras que es el e-tailer el que experimenta un rendimiento más espectacular, mejorando su cifra de negocio en torno al 28% con respecto al año anterior. Según la firma analista las tecnologías que mejor comportamiento han experimentado en el mercado español han sido las de movilidad (+31%), AV (+46%) y smart home (300%). "Y en estas áreas nosotros hemos crecido por encima del mercado", subraya Jaime Soler.

GfK ha encuestado recientemente al canal español, que le ha recordado las áreas en las que desea que el mayorista haga más foco: disponibilidad de producto, precio, costes de entrega y atención ante incidencias. "Estos axiomas vertebrarán nuestra estrategia de trabajo para 2019", indica el directivo. "En la actualidad contamos con una cobertura de canal del 64%, lo que nos permite ser líderes del mercado, pero queremos llegar a corto plazo al 80%. Es cierto que hemos percibido una disminución del número de distribuidores en España, sobre todo los dedicados al consumidor final, debido a los estragos de la crisis y a la apuesta

de algunos nuevos por el fenómeno del e-commerce. Sin embargo, el número de partners de valor, que se dirigen a la mediana y gran cuenta, ha crecido significativamente", apostilla.

PALANCAS DE CRECIMIENTO

Para afrontar los próximos retos del mercado y sus propias expectativas de crecimiento, Ingram Micro se apoyará sobre cuatro bastiones:

❖ **Valor:** El mayorista ha puesto en marcha este año el Programa de Aceleración Digital para responder a las demandas del usuario final, que se ve amenazado por nuevos modelos de negocio. El canal, en el marco de esta nueva economía digital, ha de jugar un rol distinto, como asesor y consultor de negocio, más allá de la esfera tecnológica, con el primer objetivo de sobrevivir. Esta iniciativa, sin fecha de caducidad, hace hincapié en distintos factores, como la formación de profesionales mediante acuerdos con ESADE o The Valley; el fomento del acceso empresarial a nuevos perfiles digitales; un programa de financiación plurianual adaptada a los distintos modelos de consumo; el acceso a sesiones de consultoría en marketplaces, sobre todo en lo que concierne a la conversión a modelos de servicios ges-

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

17ª EDICIÓN

IN GRAM MICRO

IMPULSA TU NEGOCIO

08.11.18 | LAS ARENAS

PLAZA ESPAÑA. BARCELONA

Jornada ininterrumpida
Zona de exposición de productos y soluciones
Talleres prácticos
Ponencias y demos
Zona de almuerzo
Mesas redondas

#Simp018ingram

in

Twitter

f

YouTube

tionados; el empleo de una herramienta inteligente de diagnóstico sobre la transformación digital de las pymes; o la asistencia al Spain Digital Summit, de vocación trimestral.

❖ **Movilidad:** En 2016 el mayorista se marcó el reto de liderar este mercado, donde carecía de una presencia significativa. En estos momentos, y según cifras que maneja Ingram Micro, se erige como la firma líder en España en distribución de telefonía móvil, con un 21,8% de cuota (16,9% del mercado libre y 27,8% de mercado operador) tras comercializar 2,6 millones de un total de 12 millones de dispositivos vendidos. Tres han sido los factores que han determinado esta situación: la especialización de un equipo con alto conocimiento de este mercado; la elección de partners clave; y un abanico de servicios muy orientados a lo que demanda el mercado, ya sean de importación como de cambio de moneda, reworking (tanto en local como en origen), ecommerce personalizado, aftersales, comercialización en local pero también con vocación internacional, etc. De cara al próximo año, la división de Volumen y Movilidad de Ingram Micro se concentrará en las siguientes áreas de crecimiento: smart speakers & smart home devices, gaming –acaba de

sellar un acuerdo con MSI-, accesorios & wearables (personalización, protección, smart bands y smart watches), visual & pro AV (fotografía, pantalla de gran formato, proyectores y smart TV) y movilidad urbana & outdoors (scooters, ninebot balance y bicicleta eléctrica).

❖ **Pyme:** El 40% del negocio de Ingram Micro se realiza con revendedores pyme. Para seguir ganando relieve en este segmento, el mayorista arranca el 19 de noviembre el Plan SMB Machine, destinado a aquellos partners que no gozan de acceso fácil a los fabricantes ni a posibilidades ventajosas de financiación. Y todo con el objetivo de llegar a un mayor número de clientes, vender más entre esos clientes y aumentar su frecuencia de compra. El programa radica en el suministro de 100 millones de euros adicionales para financiación de estos clientes, con forma de pago a 30 días. Si esos clientes completan esa línea de riesgo, tendrán acceso a un incremento, y, además, disfrutarán de ofertas exclusivas, mayor disponibilidad de producto, flexibilidad en la devolución del producto, etc.

❖ **E-commerce:** Ingram Micro acaba de lanzar su nueva App Móvil, con objeto de ofrecer al cliente una nueva herramienta de búsqueda de producto, así como de visua-

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



lización de stock y precio en tiempo real. El acceso funciona con el mismo usuario y contraseña que en la web clásica, ofrece los mismos resultados que ésta, y cuenta con búsqueda por voz y códigos de barra. Además, dispone de filtros de resultados de búsqueda, fichas técnicas de producto o visualización de estados de pedidos. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Ingram Micro traslada a su canal las múltiples posibilidades de la transformación digital](#)



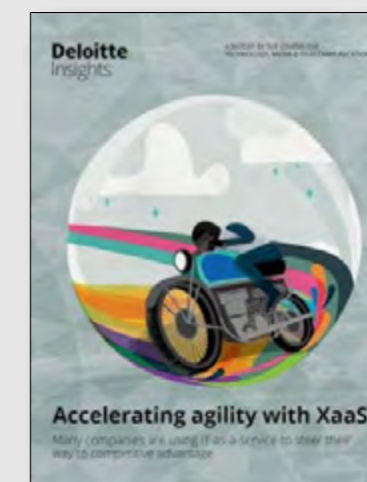
[Nuevos detalles del Symposium 2018 de Ingram Micro, la cita ineludible del canal](#)



[Abierto el registro online del Symposium 2018 de Ingram Micro](#)



[Ingram Micro firma un acuerdo de distribución con Sophos en España](#)



ACELERANDO LA AGILIDAD CON XAAS



¿Cómo hacer que una empresa sea más ágil? Este estudio de Deloitte muestra cómo las empresas se están beneficiando de XaaS, o todo como servicio, y qué retos se están encontrando por el camino. Para saber más sobre cómo las empresas están adoptando y ganando valor a partir de modelos XaaS, Deloitte encuestó a 1.170 profesionales de TI de empresas estadounidenses que consumen al menos 15% bajo un modelo as-a-service.

Tech Data incorporará a su portfolio nuevas soluciones de seguridad, smart home y gaming en 2019

Tech Data ha celebrado la quinta edición de su evento MMeNext, en el que ha reunido en el estadio Wanda Metropolitano de Madrid a su red de socios que comercializan soluciones para empresas. Nube, analítica e IoT, seguridad y servicios son las cuatro principales áreas en las que el mayorista está centrando su inversión "para responder de manera apropiada a las últimas disrupciones del mercado y ofrecer a sus distribuidores las soluciones adecuadas para cubrir las actuales necesidades de sus clientes", ha explicado Oriol Cornudella, director general de Tech Data Iberia. "Hemos dejado de invertir en commodity y estamos reinvertiendo en tecnología de nueva generación, así como en personas, talento y herramientas que han posibilitado nuestra propia transformación



En el marco de la quinta edición de su evento MMeNext, el mayorista anuncia también que desde el 1 de diciembre está disponible en el canal B2B su nueva propuesta TaaS (Technology as a Service).

De izquierda a derecha: Santiago Méndez, Oriol Cornudella, Antonio Valiente, Pilar Martín y Joan Aixa

digital para agilizar y facilitar la experiencia de nuestros socios”, subraya el directivo.

Esta remozada estrategia le permitirá a Tech Data crecer en 2018 por encima del promedio del mercado (6-9%), según vaticina Cornudella, aunque no tanto como en 2017, cuando la firma incrementó sus ingresos un 25%. “Aunque como el resto de jugadores del mercado, estamos sufriendo en lo que concierne a márgenes, 2018 será un año muy bueno”, apunta. “Si bien, en 2019 los crecimientos serán menores, aunque mejoraremos mucho en lo que concierne a los servicios de valor que proporcionamos al canal”. Para apuntalar su negocio el año que viene, Tech Data sumará “nuevos proveedores y productos en las áreas de seguridad, smart home y gaming”, avanza a IT Reseller Pilar Martín, directora comercial de Tech Data Iberia.

NUEVOS FORMATOS DE INTERACCIÓN CON EL CANAL

Los clientes de Tech Data podrán ahora beneficiarse de un rediseño de procesos que simplifica las operaciones a través de la digitalización de transacciones, tareas

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

Facturación Tech Data Iberia, por tipo de cliente

- ❖ Pyme: 40%
- ❖ Corporate: 30%
- ❖ Retail: 30%

automatizadas y analítica avanzada. Pero, además, Tech Data ha realizado una apuesta consistente por los marketplaces que, según Oriol Cornudella, se han convertido en “centros de excelencia con los que es posible agregar

servicios de valor a las diferentes tecnologías que necesita el cliente final”. Estas plataformas, disponibles en numerosos países, permiten segmentar los servicios en función de los requerimientos de cada tipología de cliente, lo que ha posibilitado al mayorista incrementar su red de clientes y llegar hasta perfiles hasta la fecha más complicados de alcanzar, como ISVs y operadores virtuales. De hecho, Pilar Martín ha reconocido a IT Reseller que “todos los mayoristas estamos perdiendo clientes en la parcela del consumo, del commodity, tanto por el fenómeno e-commerce y Amazon como por los estragos de la crisis; pero para-



Pilar Martín,
directora comercial de Tech Data Iberia

lealmente nosotros estamos ganando muchos clientes en el ámbito SMB”.

Precisamente el segmento pyme es uno de los focos de la compañía para los próximos meses. Según Context, el mercado SMB supone el 43% del total del mercado de la distribución en España, con un volumen de negocio cercano a los 2.000 millones de euros, lo que supone un crecimiento de en torno al 6%. “Tech Data también está creciendo en esta área por encima del mercado, al situarnos en ratios del 10%”, explica Pilar Martín. En el segmento SMB el mayorista opera en



INFORMÁTICA CUÁNTICA, MÁS ALLÁ DE CEROS Y UNOS

Este informe examina la ciencia detrás de la computación cuántica; avances recientes de hardware y software; y posibles casos de uso por tipo de problema e industria, como la optimización del riesgo de la cartera en servicios financieros. También recomienda pasos para prepararse para la llegada de la computación cuántica convencional mediante la realización de experimentos empresariales utilizando computación cuántica a través de API.

nuestro país con 600 clientes gestionados y 3.000 no gestionados (aquellos que ingresan con Tech Data menos de 250.000 euros anuales), a los que controla con un equipo comercial de 13 profesionales.

PROPUESTA TAAS

Otro de los pilares estratégicos de la compañía para los próximos meses será su plataforma TaaS (Tech as a Service), disponible desde el 1 de diciembre para el segmento B2B y durante el primer trimestre de 2019 para el canal B2C. Gracias a esta nueva iniciativa el canal podrá negociar un servicio de pago por uso de cualquier hardware y agregarle servicios a través de precios competitivos, ya que la oferta se concreta en cuotas mensuales e incluye la recompra por parte de Tech Data del parque instalado para la renovación de las infraestructuras. Para este servicio de recompra, el mayorista se apoyará en la experiencia de CMR (Corporate Mobile Recycling), compañía que adquirió en junio de 2016. "TaaS aporta valor a todos los eslabones de la cadena de distribu-

ción, desde el fabricante hasta el usuario final, pero especialmente al reseller, que podrá beneficiarse de mayores márgenes y maximizar sus oportunidades de venta", subraya Antonio Valiente, responsable de la división End Point Solutions de Tech Data Iberia.

Como reconoce Cornudella, "en el canal español todavía existe mucha mentalidad de CAPEX, alejada en muchos casos de las ventajas que ofrece el fenómeno de la nube. Por ello nosotros estamos evangelizando a la industria en las ventajas del cloud, del pago por uso y de la recompra de tecnología, opciones que pueden incrementar en un 30% el negocio tradicional del reseller". En esta línea, y como indica Santiago Méndez, director de la división Advanced Solutions de Tech Data Iberia, "el término `mayorista' ya no define bien a su compañía, a la que ve más bien como `un orquestador de so-

luciones en un mundo híbrido". Según el directivo, actualmente la plataforma StreamOne de la compañía, desde la que ofrece soluciones SaaS de Microsoft, Amazon, IBM y Google (la de este último fabricante esta-

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



rá próximamente disponible en Europa), cuenta con unos 600 partners activos mensuales que dan servicio a unos 5.000 clientes, lo que le genera una facturación de un millón de euros al mes.

Maverick AV, la división de soluciones audiovisuales profesionales de Tech Data, también ha tenido su protagonismo durante MMENext 2018. Según ha explicado Joan Aixa, director de la división, las soluciones de colaboración y digital signage seguirán siendo durante los próximos meses sus principales focos de actividad. En la primera de ellas, el directivo ha destacado la oferta de Zoom y la próxima llegada de Surface Hub 2s de Microsoft, además de subrayar que su compañía dispone de las plataformas de colaboración de los tres principales proveedores del mercado: Cisco, Google y Microsoft. En lo que concierne a cartelería digital, Aixa ha comentado que su compañía se centrará en la tecnología LED de alta resolución orientada a entornos corporate, luxury retail y flagship store. ■

Facturación Tech Data Iberia, por tipo de producto

❖ End Point Solutions: 65%

❖ Advanced Solutions: 35%



MÁS INFORMACIÓN



[Tech Data distribuye la oferta de seguridad de One Identity en EMEA](#)



[Tech Data Mentori ofrece apoyo a los partners en su transformación](#)



[Tech Data ofrece una solución de renting con HP, Intel y Autodesk](#)



[3 formas en que Tech Data ayuda a expandir el negocio de seguridad](#)



EL CANAL Y SU PAPEL EN LA ERA DE LA TRANSFORMACIÓN

Por Eduardo Moreno, director general de MCR

Nadie duda que la senda de la recuperación prosigue. 2017 fue mucho mejor que 2016, y 2018 está siendo un año de consolidación. El mercado avanza ya con un crecimiento sostenido, y es de esperar que la recuperación cristalice.

“2018 está siendo un año de consolidación”

Por lo que respecta al ámbito puramente tecnológico, nos encontramos en un momento apasionante, con la irrupción de nuevos modelos que cambiarán para siempre la manera en que se oferta y se consume la tecnología: Movilidad, cloud, IoT, Big Data... Las empresas son conscientes de que la transformación digital es obligatoria, y el canal va a jugar un papel esencial en esa transformación. Pero, al mismo tiempo, va a requerir por parte del canal un cambio de modelo. Desde MCR, como mayorista de referencia en España, tratamos de



ser el mejor aliado para ellos y, en este proceso de cambio, nos ponemos al servicio de los *dealers*, pero los *dealers* deberán adaptar su modelo de negocio para adaptarse al cambio.

La clave, como en tantas otras ocasiones, sigue estando en la especialización. La emergencia de nuevas tecnologías, modelos y productos en el momento actual es imparable, lo cual supone que el *dealer broadband*, en forma de gran almacén físico o virtual, es un modelo caduco. Actualmente, el distribuidor

“La clave, como en tantas otras ocasiones, sigue estando en la especialización”

de TI tiene que buscar su posición en un nuevo ecosistema donde la nube, el *e-commerce* y el autoservicio del usuario van a marcar la pauta. En cualquier caso, la cercanía, el servicio y el conocimiento del mercado y de la tecnología seguirán siendo criterios básicos.

MCR lleva ya tiempo invirtiendo en aquellas áreas estratégicas en las que se basa este cambio de modelo. Este año 2018 hemos reforzado continuamente

nuestra división de *Corporate*, firmando acuerdos con fabricantes líder en este ámbito, y hemos seguido acudiendo a proyectos junto a nuestros *partners* para aportar soluciones de *cloud*, computación de alto rendimiento, seguridad, ERP, etc. y también hemos seguido trabajando en otros mercados como el mundo audiovisual en general, y el del *digital signage* en particular, también conectados con el concepto de transformación digital (por ejemplo, como nuevos modelos para la educación), y que han sido un verdadero motor de crecimiento.

De cara a 2019, es fácil prever qué tecnologías y qué modelos marcarán la pauta. Data center, seguridad, movilidad, *cloud computing*... En el plano económico, esperamos que 2019 sea un año de estabilidad, tras varios ejercicios donde ha predominado la incertidumbre. Y, en cuanto a estrategia negocio, seguiremos reforzando cada división, en especial el canal B2B, buscando aportar nuevas soluciones para el momento actual, claramente marcado por la transformación digital y los cambios de modelo.

Accede a nuestra web

Eaton relanza su estrategia de canal TI en España

2007 fue el año en el que Eaton adquirió el negocio de pequeños sistemas SAIs MGE de Schneider Electric, lo que le granjeó el acceso a nuevos mercados y su afianzamiento entre el canal de distribución. En los últimos tiempos el fabricante ha percibido cómo aumentaba la relevancia de la gestión de la energía dentro de los servicios TI que los partners ofrecen a las empresas, cada vez más concienciadas de la importancia de la eficiencia y la continuidad de negocio. Las soluciones de gestión de energía empiezan a ocupar un papel relevante en la oferta de los integrantes del canal TI, circunstancia de la que Eaton quiere sacar partido con el lanzamiento ahora de un nuevo programa de canal. "Esta nueva iniciativa vendrá a poner orden entre nuestro actual ecosistema de socios, formado por 1.700 compañías en España", subraya Jordi Cuesta, IT Channel Sales Manager de Eaton en España.



Jordi Cuesta, IT Channel Sales Manager de Eaton en España

PowerAdvantage Partner Program ofrece beneficios financieros, comerciales, de marketing y técnicos, además de un apartado de formación, mediante el que los canales podrán acceder a un abanico de cursos de servicio y soluciones, módulos y tutoriales del Power Advantage Academy

para maximizar su conocimiento, capacidades de servicio al cliente y potencial de ventas. La generación de demanda y la mejora de márgenes para el registro de leads serán otros de los pilares de esta iniciativa.

El nuevo programa de canal de Eaton cuenta con tres niveles: Registrados,

El fabricante lanza un nuevo programa de partners, que le permitirá reorganizar e intensificar la relación con su actual ecosistema de socios, compuesto por 1.700 compañías.

que tendrán acceso a recursos de ventas y marketing, y comunicación regular; así como posibilidades para continuar desarrollando sus habilidades técnicas. Autorizados, cuyos principales beneficios radicarán en las ventas avanzadas y la formación técnica, así como en el acceso a oportunidades de generación de demanda; mientras que como requisitos encontrarán un mínimo de 10.000 euros de facturación y un profesional certificado. Y Premium, que disfrutarán de acceso a mayores beneficios y un contacto comercial dedicado de Eaton; aunque habrán de facturar un mínimo de 40.000 euros y certificar a dos de sus empleados en la tecnología del fabricante.

En la actualidad, el proveedor de gestión de energía cuenta en España con cerca de 10 VARs, que probablemente se situarán en la categoría más alta del programa (Premium). En la definición de la fotografía del ecosistema de canal que Eaton quiere desarrollar jugará un papel determinante su red de mayoristas, actualmente formada por Esprinet, GTI, Ingram Micro, Tech Data y Vinzeo.

PROPUESTA TECNOLÓGICA

El Eaton PowerAdvantage Partner Program se sustentará en una serie de no-



vedades tecnológicas que el fabricante va a lanzar en próximas fechas:

- ❖ **Eaton 5E:** familia de sistemas de alimentación ininterrumpida (SAIs), destinada al segmento de consumo, autónomos y micropymes.

- ❖ **Tarjeta Gigabit Network:** con velocidad Gigabit y alto rendimiento en ciberseguridad, idónea como plataforma para futuras funciones.

- ❖ **Eaton ePDU G3:** gama de ePDUs verticales (con distintos conectores, tamaños y tecnologías) y horizontales (1U/2U para pequeñas salas TI).

- ❖ **IPM Infra (Intelligent Power Manager Infrastructure Edition):** software desarrollado para simplificar el control de la energía crítica, el consumo y monitorización ambiental para pequeñas salas TI y pequeños data centers.

- ❖ **UPS as a Service:** concepto relativo a la acumulación de energía y el autoconsumo con energías renovables. En el segmento TI tiene numerosas posibilidades en el ámbito de la domótica. ■

Radiografía de un gigante

Eaton es un gigante empresarial con cuatro grandes negocios: hidráulico, automoción, aeronáutico y eléctrico. En este último campo opera en los ámbitos puramente eléctrico y del data center, ámbito éste que gestiona a través del canal TI. Eaton, tras la adquisición de MGE, ha evolucionado desde un fabricante puramente de SAIs hasta un proveedor hoy día de soluciones de gestión de energía. Colabora estrechamente con otros fabricantes de la industria como Cisco, Dell EMC, HPE, Microsoft, NetApp, Nutanix o VMware.



MÁS INFORMACIÓN



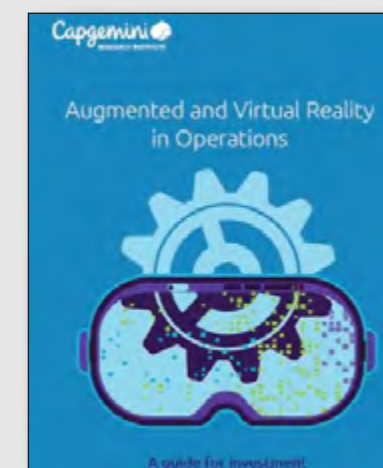
[Tech Data distribuye las soluciones de energía inteligente de Eaton](#)



[La demanda empresarial impulsa las ventas de SAIs en el canal](#)



[Se planifican nuevos centros de datos hiperescala en Europa](#)



REALIDAD AUMENTADA Y REALIDAD VIRTUAL EN OPERACIONES DE NEGOCIO

Capgemini Research Institute desvela en este informe que la Tecnología Inmersiva (Realidad Aumentada, AR, y Realidad Virtual, VR) incrementará la eficiencia, productividad y seguridad para las empresas, lo que la convierte en una nueva vía para fortalecer las operaciones de negocio.



Ciberseguridad y cloud, pilares centrales de Exclusive Group para 2019

En el marco de una nueva edición de Exclusive Live, celebrado en Madrid el pasado 7 de noviembre, Exclusive Group se ha presentado ante clientes y medios de comunicación con el propósito de desvelar su gran objetivo a medio plazo: convertirse en el mayor mayorista de valor añadido a nivel mundial en los ámbitos de la ciberseguridad y la nube. La firma, que nació en 2003, opera en 26 países, emplea a 1.600 profesionales, trabaja con 13.000 resellers y factura 1,75 billones de dólares. Un músculo que ha cosechado a base de crecimiento orgánico, pero también a través de una actividad compradora frenética, que ha de servirle de sustento para alcanzar los 10 billones de dólares de facturación de aquí a cinco años.

La filial ibérica ya está compuesta por 55 profesionales de perfil tanto técnico como comercial, repartidos entre Madrid, País Vasco, Barcelona y Lisboa. "Desde el principio, hemos buscado el éxito a través de la diferenciación: replicar lo que otros hacen

no genera valor, ni permite la disrupción. En esta nueva etapa, esta distinción va a venir marcada por un enfoque equilibrado entre tecnología, talento y servicios profesionales, pilares que nos permitirán acelerar el crecimiento de nuestras tecnologías más consolidadas a la vez que creamos tracción para las soluciones más innovadoras en seguridad y cloud", afirma Carmen Muñoz Álamos, directora general de Exclusive Networks Iberia.

El nuevo modelo de crecimiento de Exclusive Group descansa sobre sus divisiones BigTec (migración a la nube) y Exclusive Networks (ciberseguridad). Ambas se apoyan sobre una nutrida propuesta de servicios, que oscilan desde la logística, con objeto de recoger y repartir producto entre sus clientes con más rapidez; hasta los servicios de pre y post venta, desplegados bajo la denominación Passport; pasando por los servicios de soporte TI gestiona-

Preservando los rasgos de valor y disrupción que le distinguen en el mercado, el mayorista continúa diseñando nuevas fórmulas para aumentar su presencia en la industria.



dos (ITEC) o las opciones de financiación a través de Exclusive Capital.

NUEVAS TENDENCIAS TECNOLÓGICAS

Desde hace dos años Exclusive Group colabora con Gartner para identificar nuevas tendencias de presente y futuro en los ámbitos de la ciberseguridad y el centro de datos. Gracias a las conclusiones cosechadas, el mayorista ha dibujado su estrategia tecnológica poniendo el foco en aspectos como la gestión del dato, la protección del puesto de trabajo pero tratando de com-

prender mejor el comportamiento humano y la gestión correcta de las tecnologías para que los gastos operacionales del canal sean más reducidos, priorizando el OPEX sobre el CAPEX.

Otro de los proyectos que marcarán la agenda de Exclusive Group tiene por nombre CloudLogist. Según explica a IT Reseller Alberto Pérez Cuesta, director de Desarrollo de Negocio de Exclusive Networks Iberia, "esta iniciativa radica en contar en cada región en la que operamos con un experto en cloud que sepa expo-

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



ner adecuadamente a nuestros clientes los múltiples vínculos que existen entre los mundos de la ciberseguridad y el datacenter con el fenómeno de la nube, y sacar el máximo partido de las sinergias asociadas". ■

EXCLUSIVE NETWORKS APUESTA POR NOZOMI NETWORKS

Exclusive Networks continúa extendiendo su porfolio. En esta ocasión le ha tocado el turno, según ha podido saber en primicia IT Reseller, a Nozomi Networks, firma especializada en el desarrollo de soluciones de visibilidad operativa y ciberseguridad para sistemas de control industrial (ICS). Ambas organizaciones han sellado un acuerdo corporativo que aterriza ahora en España. "Ya contamos con integradores interesados en esta tecnología y a

finales de noviembre realizaremos la primera formación en nuestro país", explica a esta publicación Alberto Pérez Cuesta, director de Desarrollo de Negocio de Exclusive Networks Iberia. "El interés en España por este fabricante está siendo inesperado, por lo que, aunque todavía no cuenta con presencia directa aquí, ya se está planteando realizar alguna contratación local".

La propuesta de Nozomi Networks pretende ofrecer al clien-

te una visibilidad total y unificada de las operaciones que se realizan en distintas plantas o centros a través de cuadros de mando personalizables y fácilmente integrables en los sistemas de los operadores. Su solución estrella, SCADAguardian, analiza primero qué dispositivos se encuentran en la red, detecta el funcionamiento de los procesos en una primera fase de reconocimiento con escaneos de la red industrial; y, en una segunda etapa, detecta

posibles cambios en el comportamiento de la red y la reacción, pudiendo bloquear usuarios o incluso cerrar sesiones que ponen en peligro la seguridad de la infraestructura.

Nozomi Networks ya estaba presente en España a través de partners como Grupo CMC, Nunsys o Tecdesoft. Además, este fabricante integra su tecnología con jugadores de primera talla de la industria como Check Point, Cisco, Fortinet, IBM o Palo Alto.



MÁS INFORMACIÓN



[Exclusive apuesta por el este de España con nuevas oficinas y talento](#)



[Andy Travers impulsará la estrategia de crecimiento de Exclusive Group](#)



[Exclusive Networks apuesta por la formación de nuevos talentos en ciberseguridad](#)



[Exclusive Networks y U-tad forman talento en ciberseguridad](#)



HUAWEI

197 of the Fortune Global 500 companies
choose Huawei as
digital transformation partner.

Reshape your business with **Leading New ICT**

Explore e.huawei.com for more information





El futuro digital empieza hoy





it TRENDS



Director

Juan Ramón Melara

juanramon.melara@itdmgroup.es

Redacción y colaboradores

Hilda Gómez, Arantxa Herranz,
Reyes Alonso, Ricardo Gómez
Eva Herrero

Diseño revistas digitales

Producción audiovisual

Fotografía

Favorit Comunicación, Alberto Varet
Ania Lewandowska



Director General

Juan Ramón Melara

juanramon.melara@itdmgroup.es

Director de IT User

Miguel Ángel Gómez

miguelangel.gomez@itdmgroup.es

Directora IT Televisión y Lead Gen

Arancha Asenjo

arancha.asenjo@itdmgroup.es

Directora de medios on-line

Bárbara Madariaga

barbara.madariaga@itdmgroup.es

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

Nace IT Trends: ¿qué tendencias tecnológicas cambiarán los modelos de las empresas?



En los últimos años, el ritmo de innovación tecnológica se ha acelerado y han sido muchas las empresas pioneras que se han subido a esa ola para transformar sus modelos de negocio. Muchas otras se encuentran en pleno proceso o dando sus primeros pasos, pero todas pueden aprovechar las más recientes propuestas del mercado para idear su concepto de empresa con nuevos modelos basados en datos, nuevas infraestructuras ágiles, nuevos métodos de trabajo auspiciados por soluciones tecnológicas... El resultado es una empresa que empieza a definirse como digital.

La digitalización es un proceso constante porque así lo es la industria que la alimenta. En IT Digital Media Group queremos desgranar cómo está siendo ese proceso de transformación digital de las organizaciones españolas y cómo el mercado tecnológico está apoyando dicho cambio con sus soluciones. Por esta razón, hemos lanzado IT Trends, un proyecto que aglutina productos meramente editoriales, como una web, revistas digitales y #DiálogosIT con las principales empresas

del sector, junto a otras iniciativas como los Encuentros IT Trends para conocer las tendencias que van a definir 2019 en la industria TI, y un estudio de mercado publicado en forma de Documento Ejecutivo que nos ayudará a descubrir la realidad de la empresa española en cifras, en lo que a la adopción y evolución de las TI se refiere. Los resultados los puedes leer [aquí](#).

Visita IT Trends en www.ittrends.es o síguenos en Twitter en [@ITTrends_ITDM](https://twitter.com/ITTrends_ITDM) y conoce cómo están calando en las empresas las últimas propuestas tecnológicas para construir el nuevo entorno digital.

Gracias a nuestros compañeros de viaje F5, DXC Technology, Sophos, GMV, Kaspersky Lab, Sonicwall, D-Link y Equinix por su interés en este tipo de iniciativas novedosas y por querer conocer la realidad del ecosistema en el que todos habitamos...

Felices #ITTrends

Juan Ramón Melara
Director General IT Digital Media Group

IT Trends: Así es la realidad digital de la empresa española



2019 será un año prometedor en lo que a tecnologías de la información se refiere. Nuevas propuestas tecnológicas se irán adentrando en las empresas a medida que se encuentre aplicación a las mismas en el negocio, y aquellas que ya están asentadas, vivirán también algunos cambios.

¿En qué estado se encuentran las iniciativas tecnológicas en la empresa española? ¿Cómo invertirá en 2019 y cuáles serán sus prioridades? ¿Cómo valora la llegada de nuevas propuestas tecnológicas y ve su posible aplicación al negocio?

Con el propósito de averiguar cuál es el estado digital de la empresa en España, IT Research realizó durante los meses de septiembre a noviembre una encuesta para ahondar en las prioridades tecnológicas de las organizaciones. Los resultados de este trabajo de campo, se reflejan ahora en un Documento Ejecutivo IT Research ([que puedes descargar aquí](#)) y arrojan una posición asentada en las organizaciones de los proyectos

de transformación digital, adopción de cloud o modernización del puesto de trabajo, así como una excepcional preocupación por la seguridad, si bien revela también que aún queda un largo camino por hacer en áreas como Big Data, IoT, Blockchain o Inteligencia Artificial.

El documento contempla también la percepción de las empresas respecto a asuntos como los retos en ciberseguridad o retención de talento, dos cuestiones fundamentales para las organizaciones en 2019.

Esta primera edición del Documento Ejecutivo recoge ahora el estado de las iniciativas tecnológicas en las empresas españolas y la intención que tienen de cara al próximo ejercicio. Y en enero, esta información se complementará con datos sobre la intención de inversión de las organizaciones en TI a lo largo del año, su percepción sobre los presupuestos de TI disponibles en 2019 y objetivos del presupuesto. Descarga ahora este primer capítulo y te avisaremos de

la disponibilidad de esta nueva información en enero. “Para IT Digital Media Group, un proyecto como IT Trends y un Documento ejecutivo como el que hemos generado ha sido un reto maravilloso. Normalmente, las editoriales de tecnología nos dedicamos a suministrar información a nuestros lectores de cómo evoluciona el mercado, las principales novedades o las estrategias de negocio y era un reto conseguir que nuestros lectores profesionales nos ayudaran a conocer, de primera mano, la realidad tecnológica de la empresa española. Gracias a todos los que lo habéis hecho posible. Los resultados son prometedores en cuanto a la alineación de la empresa española con el resto de países de nuestro entorno utilizando la tecnología como elemento disruptivo”, afirma Juan Ramón Melara, Director General de IT Digital Media Group.

[Descarga aquí este Documento Ejecutivo](#) y descubre aquí cómo es la realidad digital de la empresa española. ■

TODOS LOS DATOS DE LA **REALIDAD DIGITAL** DE LA EMPRESA ESPAÑOLA

DOCUMENTO EJECUTIVO

IT TRENDS 2019:
La realidad digital de
la empresa española en datos



ELABORADO POR **itRESEARCH**

Descarga este **documento ejecutivo** de **itRESEARCH**

Tendencias TI para no perder el tren de la Transformación Digital en 2019

Todo apunta a que 2019 será el año en el que la transformación digital se convierta en una realidad en las empresas. Las organizaciones han estudiado este año la lección y el próximo se acelerará la digitalización de las organizaciones. Además de cloud, que se presupone se irá convirtiendo en un estándar de un modo u otro, irá cogiendo mayor tracción la aplicación de tecnologías emergentes como blockchain y la inteligencia artificial, esperamos la llegada de 5G y las empresas tendrán que repensar sus modelos de negocio para dar cabida al mayor protagonismo que cobra el cliente y aprovechar la información que le puedan dar los datos.



Y en estos momentos en los que terminal el año, las consultoras tecnológicas y de negocio realizan sus predicciones para el ejercicio siguiente. ¿Qué veremos en 2019? A continuación, podrás leer las principales tendencias auguradas por estos observadores del mercado para el siguiente año, tanto desde el punto de vista de negocio como tecnológico. Y no te pierdas algunos datos destacados de cómo marchará el mercado TI en este próximo 2019.

GARTNER: 10 TENDENCIAS TECNOLÓGICAS ESTRATÉGICAS PARA 2019

La consultora define como tendencia tecnológica estratégica aquella que tiene un potencial disruptor y que está empezando a salir de un estado emergente para tener un uso e impacto mayor, o aquellas que están teniendo un rápido crecimiento y marcarán un punto de inflexión en los próximos 5 años. Las tendencias tecnológicas que propone para este 2019 casan con lo que ha definido como una estrategia ContinuousNEXT, y que in-

Las cifras de IDC
El gasto mundial en Transformación Digital llegará a los 59.000 millones de dólares entre 2018 y 2021.

cluye estos cinco aspectos: privacidad, inteligencia aumentada, cultura, gestión de producto y gemelos digitales. Así pues, estas son las tecnologías que posibilitarán el próximo año la creación de dicha estrategia:

1 Dispositivos autónomos. Vehículos autónomos, robots, o drones utilizan la inteligencia artificial para realizar funciones que antes hacía el hombre. Su automatización va más allá de la proporcionada por rígidos modelos de programación y explotan la IA para ofrecer comportamientos avanzados que interactúen de una forma más natural con el entorno y las personas. Según Gartner, en 2021, el 10% de los vehículos serán autónomos.

2 Analítica aumentada. La analítica aumentada se centra en áreas específicas de la inteligencia aumentada, utilizando aprendizaje automático para transformar cómo el contenido analítico se crea, consume y comparte. La consultora cree que en 2019 habrá una serie de instrumentos para analizar

los datos que permitirán a las personas ajenas al campo de la analítica, extraer información, convirtiéndose en “ciudadanos científicos de datos”. Los datos, pero sobre todo las informaciones obtenida gracias a éstos, se integrarán cada vez más en aplicaciones empresariales, en los departamentos, por ejemplo, de recursos humanos, marketing, ventas, asistencia al cliente y finanzas.

3 Desarrollo basado en Inteligencia Artificial. La inteligencia artificial podrá ser usada para desarrollar aplicaciones para automatizar procesos de análisis o pruebas de datos. Según Gartner, para 2022, habrá co-desarrolladores de inteligencia artificial en los equipos de al menos el 40% de los nuevos proyectos de desarrollo de aplicaciones.

4 Gemelos digitales. Son una representación digital de un objeto físico, con vida propia y que interactúan entre sí en el mundo digital. Para 2021, los gemelos digitales serán utilizados por la mitad de las grandes empresas para lograr una mejora de la ventaja competitiva y la eficiencia del 10%.



IT TRENDS 2019: La realidad digital de la empresa española en datos

Descubre en este Documento Ejecutivo todos los datos de la cómo la empresa española está adoptando tecnología y cuáles serán sus prioridades en 2019.



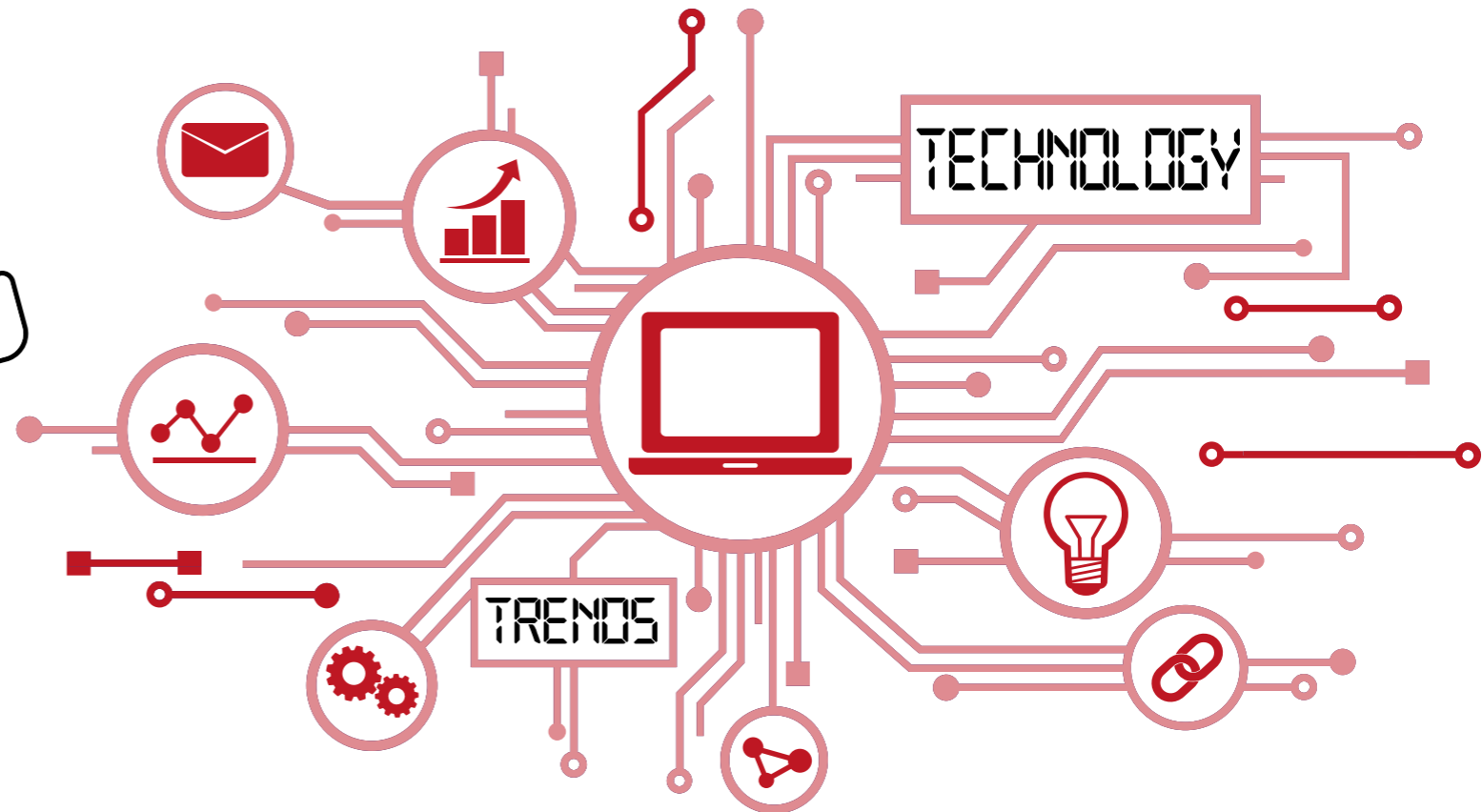
Encuentros **it**TRENDS

Las tendencias TIC para la empresa digital de la mano de los líderes del sector

SEGURIDAD



PLATAFORMA



NEGOCIOS DIGITALES



5 Empoderamiento del extremo de la red. El término edge computing indica “la elaboración de informaciones al borde de la red, donde se producen los datos”. De acuerdo con Gartner, muy pronto el edge computing y el cloud computing serán modelos complementarios, por lo que los servicios cloud podrán ser distribuidos como servicios centralizados también en los servidores distribuidos. En los próximos cinco años, los chips de Inteligencia Artificial especializado, junto con una mayor potencia de procesamiento, almacenamiento y otras capacidades avanzadas, se incorporarán a un amplio abanico de dispositivos en el extremo de la red.

6 Experiencias inmersivas. Las empresas, tanto B2C como B2B, están experimentando con tecnologías cada vez más inmersivas. En 2020, según Gartner, éstas serán experimentadas por el 70% de las empresas, pero solo el 25% de estas aplicaciones se lanzará en producción.

7 Blockchain. Las cadenas de bloques podrán cambiar la realidad industrial haciéndola más transparente, bajando costes, reduciendo los tiempos de transacción y eliminando las autoridades centrales que subyacen en el modelo actual. Aunque Gartner lista esta tecnología en sus recomendaciones para 2019, no será hasta 2030 cuando se perciba su impacto: para entonces habrá generado 3.100 millones de dólares en valor comercial.

8 Espacios inteligentes. Son entornos físicos o digitales en los que interactúan personas y tecnología. Se caracterizan por una creciente autonomía, inteligencia y conexión. Siguen el ejemplo de las ciudades inteligentes y, según Gartner, son cada vez más importantes convirtiéndose en parte integral de nuestra vida diaria. Los espacios inteligentes podrían ayudar en temas como la reducción del calentamiento global.

9 Privacidad y ética. Individuos, gobiernos, y organizaciones están cada vez más preocupados por el uso de sus datos. Por eso, se están enfrentando cada vez más a este problema – como ya estamos viendo con el RGPD. Gartner prevé que para 2021, las organizaciones que han subestimado las medidas adecuadas de privacidad pagarán un 100% más de los costes de conformidad respecto a competidores que no han subestimado el problema.



RPA: beneficios y retos de la automatización de procesos basados en robótica



RPA: BENEFICIOS Y RETOS DE LA AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS BASADOS EN ROBÓTICA

10 **Computación cuántica.** Si hoy solo el 1% de las organizaciones mundiales asigna presupuesto a la computación cuántica, para 2023 la tendencia cambiará: las inversiones procederán del 20% de las organizaciones. Los ordenadores cuánticos permiten la resolución de problemas difíciles de resolver a través de un enfoque tradicional o que requieren largos tiempos de resolución con un algoritmo tradicional. Encajan perfectamente en las industrias militar, automovilística, aseguradora, financiera y farmacéutica, donde el control de calidad es esencial.

Más sobre las principales tecnologías propuestas por Gartner para 2019 [aquí](#).

IDC: EL FUTURO ES MULTICLOUD

La transformación digital de las empresas avanza a diferentes ritmos en cada país, pero los líderes de TI que han apostado por este proceso en los últimos años ya han adoptado las estrategias que marcarán el camino para los rezagados. Según IDC, ya se encuentran en condiciones de pasar a la segunda fase, impulsados por los avances realizados en la inteligencia de datos y por su actual capacidad para desarrollar nuevas aplicaciones y servicios digitales que les permitirán avanzar junto con sus clientes.

En una reciente publicación de la consultora, Frank Gens, vicepresidente y director de aná-

Las cifras de Gartner
El 47% de los CIO de EMEA afirma que sus organizaciones ya han cambiado los modelos de negocios o están en proceso de hacerlo.

lisis de IDC, dijo que: “a medida que las industrias, y la economía global, se reajustan y consolidan rápidamente en torno a la innovación digital, los

CXO deben competir para reinventar sus organizaciones para el acelerado mundo de la innovación multiplicada. Esto significa reinventar la TI en una infraestructura de nube distribuida, pilas de software de nube pública, desarrollo e implementación de aplicaciones ágiles y nativas de la nube, AI como la nueva interfaz de usuario y nuevos enfoques generalizados de seguridad y confianza a escala”.

Para dar una medida de hacia dónde se encaminará la industria de las tecnologías de la información, IDC ha publicado una lista con las diez principales predicciones TI:

- ❖ Para 2022, más del 60% del PIB mundial estará digitalizado, y el crecimiento en todas las industrias estará impulsado por las ofertas mejoradas digitalmente.
- ❖ De cara a 2023, más del 75% de todo el gasto en TI se destinará a tecnologías de la llamada “tercera plataforma”, y más del 90% de las empresas crearán entornos digitales de TI nativos para competir en la economía digital.
- ❖ En 2022, más del 40% de los despliegues en la nube de las organizaciones incluirán la computación EDGE, mientras que un 25% de los sistemas y



dispositivos de punto final ejecutarán algoritmos de inteligencia artificial.

❖ Para 2022, el 90% de todas las aplicaciones tendrá una arquitectura de microservicios que mejorará la capacidad de diseñar, depurar, actualizar y aprovechar el código de terceros. Y el 35% de todas las aplicaciones de producción serán nativas de la nube.

❖ En 2024, una nueva clase de desarrolladores profesionales producirán código sin scripts personalizados, lo que permitirá ampliar el nú-

TECHNOLOGY YOU NEED. NOT TECHNOLOGY WE MAKE.



INTRODUCING DXC TECHNOLOGY.

A new kind of partner, tempered by experience, fiercely independent and ready to help you grab all the opportunities digital transformation has to offer.

www.dxc.technology/GetItDone



DXC.technology | THRIVE ON CHANGE.

mero de desarrolladores un 30% y acelerará la transformación digital.

❖ Entre 2018 y 2023, estas nuevas herramientas y el mayor número de desarrolladores permitirá crear más de 500 millones de nuevas aplicaciones lógicas. Esto igualará la cantidad creada en los últimos 40 años.

❖ De cara a 2022, el 25% de la nube pública se basará en procesadores que no sean x86 (incluyendo procesadores cuánticos), y las organizaciones gastarán más en aplicaciones de tipo SaaS verticales en vez de en horizontales.

❖ Para 2024, las interfaces de usuario basadas en inteligencia artificial y la automatiza-

Las cifras de Forrester

Las empresas gastarán 4.349 millones de dólares en el diseño, planificación, construcción y ejecución de soluciones de IoT para 2023, frente a los 1.861 millones de dólares empleados en 2017.

Así debe ser la agenda del CIO en 2019

Las organizaciones están adentrándose en la tercera era de la TI, que se produce una vez que las empresas pasan de una etapa de experimentación digital a su aplicación masiva.

Para Gartner, la empresa digital ha alcanzado este año un punto de inflexión al detectar, tras una encuesta mundial, que el 45% de los CIO han cambiado ya sus modelos de negocio o están haciéndolo. La necesidad de abordar la digitalización del negocio ha calado y ya se está aplicando de forma masiva, lo que está conduciendo a una nueva era tecnológica en la que el CIO debe estar atento a los rápidos incrementos en el escalado del negocio digital.

La encuesta de Gartner revela que el 33% de los participantes ha evolu-

cionado en sus esfuerzos de digitalización para escalar, frente al 17% del año pasado, y esto es achacable a la necesidad de conectar más con el cliente a través de los canales digitales. Esa capacidad de escala se está viendo en volumen, alcance y agilidad, y esto se refleja en más servicios y acciones digitales, más interacciones, mayor afinidad con el cliente y unos costes menores del servicio.

La transformación hacia empresas digitales está siendo respaldada por un crecimiento constante de los presupuestos de TI que, en 2019, en opinión de los CIO, será del 2,9%. Este porcentaje es un promedio, ya que los encuestados de EMEA creen que se producirá un aumento del 3,3%; los de Asia Pacífico del 3,5%,

los de Norteamérica del 2,4%; y los de Latinoamérica del 2%.

Por otro lado, las tecnologías emergentes disruptivas jugarán un gran papel en los cambios que se están produciendo. La más mencionada es la inteligencia artificial, seguida de analítica.

Gartner también detecta un elevado interés por la ciberseguridad como base del negocio digital. Está también en la agenda de los CIO de la mayoría de las empresas, aunque creen que la organización de TI sola ya no puede proporcionar más seguridad.

10 PREDICCIONES PARA EL CIO IDC coincide con Gartner y Forrester al señalar que el CIO tiene que reinventarse. La consultora arroja para

esta figura directiva las siguientes predicciones. La primera es que para 2021, el 70% de los CIOs ofrecerán “conectividad ágil” a través de APIs y arquitecturas que interconecten las soluciones digitales de proveedores de nube, desarrolladores de sistemas, nuevas empresas y otros. Esta tendencia vendrá impulsada por las necesidades de las líneas de negocio, dice IDC.

En segundo lugar, en esa misma fecha, obligados a seguir reduciendo el gasto tecnológico, mejorar la agilidad de las TI y acelerar la innovación, el 70% de los directores de TI aplicarán la analítica de datos y la inteligencia artificial a los procesos, herramientas y operaciones de TI.

>> Continúa

ción de procesos reemplazará a una tercera parte de las aplicaciones basadas en pantalla actuales. Mientras tanto, para 2022 el 30% de las empresas utilizará tecnología conversacional para fidelizar a los clientes.

❖ En 2024, el 50% de todos los servidores podrá encriptar los datos en reposo y en movimiento, más de la mitad de las alertas serán gestionadas

por automatismos basados en IA y 150 millones de personas tendrán identidades digitalizadas basadas en blockchain.

❖ En el año 2022, las cuatro mega plataformas cloud más importantes acapararán el 80% de todos los despliegues IaaS y PaaS, pero en 2024 el 90% de las organizaciones G1000 adoptarán tecnologías y herramientas de nube

híbrida y multicloud que podrían desbloquear este oligopolio.

Más sobre las predicciones de IDC [aquí](#).

FORRESTER: LA TRANSFORMACIÓN SE VOLVERÁ PRAGMÁTICA

Forrester dice de 2019 que representa un año en el que las ambiciones estratégicas se traduci-

>> Continuación Así debe ser la agenda del CIO en 2019

Dice la tercera predicción que, en 2022, el 65% de las empresas encargará a los CIOs que transformen y modernicen las políticas de gobernanza para aprovechar las oportunidades y los nuevos riesgos que plantean las tecnologías de inteligencia artificial, machine learning, así como las cuestiones éticas y las relacionadas con la privacidad de datos.

El cuarto pronóstico es que, en los próximos cuatro años, el 75% de las estrategias digitales de éxito se llevará a cabo mediante una organización de TI transformada, esto es, con infraestructuras, aplicaciones y arquitecturas de datos modernizadas y racionalizadas.

La siguiente señala que, en solo dos años, para 2020, el 80% de los

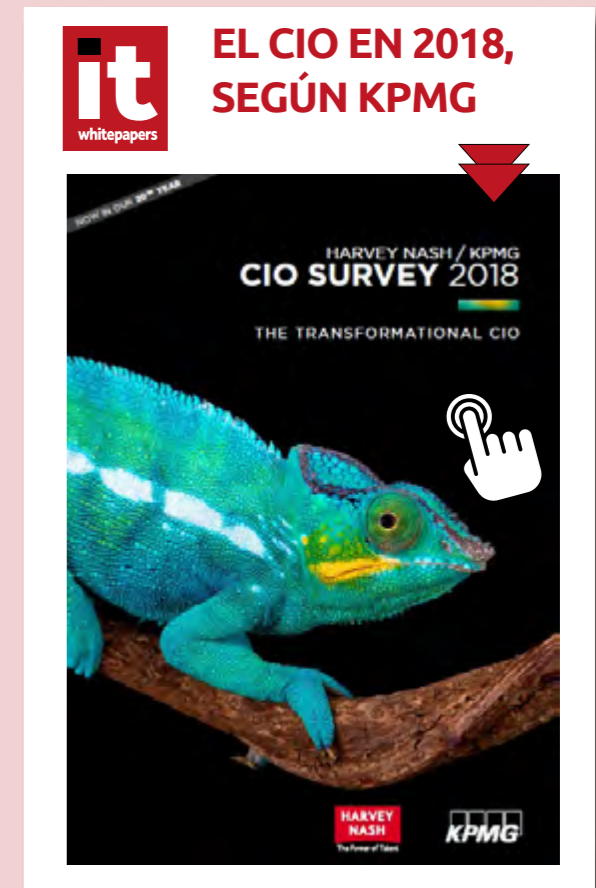
ejecutivos de TI será compensado basándose en indicadores de rendimiento de negocio y en métricas que miden la eficacia de TI para impulsar el desarrollo y el crecimiento del negocio.

En 2020, también apunta IDC que el 60% de los CIO optarán por una infraestructura de confianza digital que vaya más allá de la prevención de ciberataques y que permita a las organizaciones recuperarse de situaciones adversas, incidencias y efectos adversos.

En su séptima predicción, señala que el 75% de los CIO que no preparen a sus equipos de TI para facilitar la innovación, la disrupción y el escalado habrán fallado en sus funciones.

Además, hasta 2022, el talento formado en tecnologías emergentes no será suficiente y faltarán por cubrir al menos el 30% de las posiciones que se demanden a escala global. Por tanto, vislumbra IDC que las empresas tendrán que optar por estrategias diferenciadoras en desarrollo y retención del talento con estas habilidades.

La penúltima sostiene que, para 2021, el 65% de los CIO extenderá las prácticas de agile/DevOps en la empresa para conseguir la velocidad necesaria de innovación, ejecución y cambio. Y, la décima y última, es que el 70% de los directores de TI que no puedan gestionar que la gobernanza, la estrategia y las operaciones de TI se dividan en edge



computing, tecnología operacional y TI, habrán fallado profesionalmente. Este pronóstico es para 2023.

SOPHOS

INTERRUPT

VER EL FUTURO ES EL FUTURO DE LA CIBERSEGURIDAD.

- ▶ Protección Anti-Ransomware
- ▶ Protección Anti-Exploit
- ▶ Protección Predictiva Deep Learning
- ▶ Remediación y Limpieza Avanzados



Más información y pruebas gratuitas en:

www.sophos.com/es-es

rán en esfuerzos pragmáticos, ya que, en 2018, los líderes se pusieron como objetivo iniciativas a gran escala en materia de transformación digital y experiencia del cliente, pero se enfrentaron a la dura realidad

de que estas estrategias son difíciles, costosas y desafían cómo dirigen sus negocios. La consultora dice también que los líderes empresariales tendrán que tomar duras decisiones sobre qué es o no verdaderamente estratégico y cuál es la base para sus estrategias en 2020, mientras se preparan para una posible recesión económica.

Entre las predicciones de la consultora, señala que la experiencia del cliente sigue siendo dudosa; las marcas abandonarán iniciativas estratégicas de experiencia del cliente y recurrirán a métodos tradicionales para obtener ganancias a corto plazo. Asimismo, apunta que las iniciativas de transformación digital se abordarán desde un punto de vista más pragmático. Respecto a los CIO, señala que el 25% de ellos ampliará sus límites y recuperará sus competencias para crear

Las cifras de Gartner

Para 2023, Alibaba y Amazon habrán capturado el 40% del mercado del comercio minorista online global.

modelos que traduzcan innovación liderada por tecnología para dar valor al cliente, pero el resto, se volverá un simple operador.

Asimismo, Forrester recoge que la Inteligencia Artificial senta

rá sus bases y que las empresas adoptarán más componentes para beneficiarse de la promesa de la IA. Además, la automatización de procesos robotizados (RPA) y la IA crearán trabajadores digitales para más del 40% de las empresas. En este sentido, otra de sus predicciones asegura que los robots reinventarán la gestión de talento.

Respecto a blockchain, asegura que las cadenas de bloques permitirán a los publicistas ver dónde hay pérdidas y abuso de la publicidad, y cómo se gasta su dinero en la cadena de suministro de compra de medios de comunicación. Finalmente, avanza que el Internet de las cosas (IoT) se pondrá a trabajar y que despegará en el espacio B2B, mientras que en el B2C seguirá intentando entrar.

Más sobre las predicciones de Forrester en este [informe](#). ■



MÁS INFORMACIÓN



[8 predicciones tecnológicas para 2019 - IDC](#)



[El gasto mundial en TI aumentará un 3,2% el próximo año, según Gartner](#)



[Los retailers aumentan su inversión en nuevas capacidades digitales](#)



[Agenda del CIO para 2019 según Gartner](#)



[Agenda del CIO para 2019 según IDC](#)



[Seis predicciones para la industria tecnológica en 2019 y más allá \(Financial Times\)](#)



[El CIO en 2018, según KPMG](#)



[La realidad digital de la empresa española en datos](#)

Las cifras de IDC

Para 2022, más del 60% del PIB mundial estará digitalizado



Si te ha gustado este artículo, compártelo



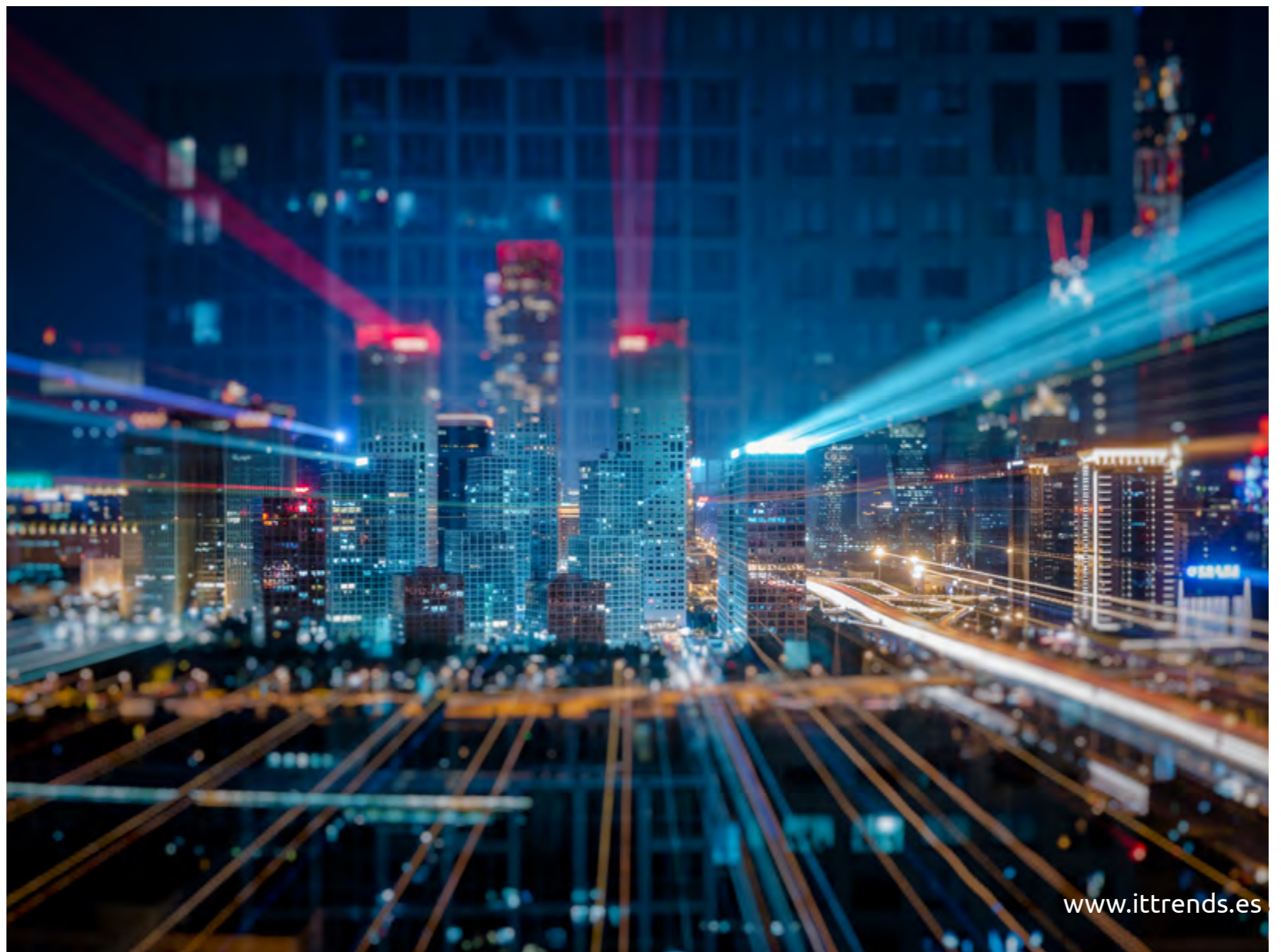
Las tendencias tecnológicas que marcan el ritmo de la Transformación Digital, vistas por sus protagonistas

Son varias las tendencias TIC que impulsan a las empresas hacia la Economía Digital. Algunas están ya más avanzadas que otras en su despliegue, pero todas serán los mimbres que redefinan la economía, los negocios y la relación de las empresas con su entorno, sus clientes y sus trabajadores. Pero ¿cuáles son estas tendencias? Los principales jugadores del mercado nos dan su opinión.

ENTORNOS MULTI-CLOUD MÁS SEGUROS

Lo primero que quisimos saber es cuáles son estas tendencias que marcarán la evolución de las TIC en este 2019.

En este sentido, Juan Rodríguez, director general de F5 Networks, apunta “que 2019 será el año del multi-cloud. Cada vez más empresas moverán sus operaciones a entornos de nubes múltiples, asignando cargas de trabajo al modelo de nube que sea más adecuado en cada caso para alcanzar los objetivos de velocidad, agilidad y seguridad que hoy en día ne-



“2019 estará marcado por 5G, arquitecturas de Inteligencia Artificial distribuidas, blockchain, mini-clouds y la interconexión”

IGNACIO VELILLA, MANAGING DIRECTOR DE EQUINIX ESPAÑA

cesita cualquier tipo de negocio para seguir siendo relevante para sus clientes. Como parte de este cambio, tecnologías como IA y Machine Learning serán fundamentales a la hora de impulsar niveles más altos de automatización y conseguir que desaparezcan las reticencias que aún puedan existir con respecto al multi-cloud. Para ello, una de las claves va a ser garantizar la seguridad de este entorno. En este sentido, la implementación de un ecosistema sólido que integre soluciones de seguridad y cloud ayudará a crear servicios de TI de extremo a extremo que proporcionen un mayor contexto, control y visibilidad sobre el panorama de amenazas actual, además de la confianza necesaria para eliminar al máximo la complejidad”.

Por otra parte, “durante el próximo año va a continuar el crecimiento exponencial de dispositivos conectados (IoT). En muchos casos, estos dispositivos carecen de una gestión remota eficaz, por lo que, con toda certeza, van a ser el origen de múltiples incidentes de segu-



ridad. Nuestra división especializada en seguridad, F5 Labs, señala que los thingbots, contruidos exclusivamente con dispositivos IoT ya se están convirtiendo en uno de los sistemas preferidos por los ciberdelincuentes”.

“Este 2019”, finaliza, “será también el año del inicio de la era Super-NetOps, es decir del nacimiento de una nueva generación de profesionales de TI capaz de terminar con los silos provocados por la desconexión que ha venido existiendo entre los

equipos NetOps, SecOps y DevOps de las organizaciones actuales”.

ALINEAR LAS COMPAÑÍAS CON EL NEGOCIO DIGITAL

En opinión de Juan Parra, general manager, Iberia, DXC Technology, son seis las tendencias que impactarán el viaje hacia la Transformación Digital de las empresas en 2019. Tal y como nos explica, “innovación digital, aplicaciones de TI, o

**938 ataques al minuto.
7 niveles de protección.
1 solución.**

Proteja su empresa con cifrado de datos
y sistemas de gestión más avanzados



Pruebe gratis Kaspersky Endpoint security for Business ADVANCED

**Kaspersky®
Endpoint Security
for Business**

Advanced



“EL COMPONENTE MÁS IMPORTANTE EN LA CIBERSEGURIDAD SON LAS PERSONAS” (RICARDO MATÉ, SOPHOS)

nuevas plataformas de IoT son algunos puntos que arrojan luz sobre las tendencias digitales que veremos en 2019. La transformación empresarial se está acelerando a medida que las compañías hacen grandes apuestas por su estrategia digital para conseguir mayor eficiencia operacional, introducirse en nuevos mercados, rediseñar las experiencias de usuario para sus clientes y lograr ahorros significativos que se puedan reinvertir para financiar el futuro digital de la compañía”.

Las tendencias que estiman que impactarán en el mercado desde DXC apuntan que “las em-

presas tomarán decisiones de ejecución más alineadas en apostar en el negocio digital de la compañía. Se verán nuevos modelos de negocio y tecnologías construidas desde lo digital. Una estrategia digital unificada entre el negocio y la TI es la única forma de disminuir las carencias técnicas que impiden que las empresas experimenten la innovación digital. Asimismo, las empresas adoptarán plataformas de nueva generación de IoT. A medida que las empresas van adaptándose al entorno digital, las pequeñas “cosas” se convierten en una fuerza impul-



“En 2019 veremos que se seguirá incrementando el número de ataques de ransomware dirigido”

**ALBERTO RUIZ, PRESALES ENGINEER,
SPAIN AND PORTUGAL, SOPHOS**

sora para adoptar plataformas de nueva generación en 2019. También hay que atender a la innovación en la nube. La industria de TI continúa desarrollando la infraestructura de TI inteligente y generalizada que va más allá de la nube para incluir edge computing, plataformas IoT, inteligencia de máquinas, realidad aumentada/ realidad virtual, blockchain... Las compañías desarrollarán formas completamente nuevas



“En la Infraestructura como servicio la tendencia será la gestión de redes desde la nube, incluso para las pymes”

ANSELMO TREJO, MARKETING AND COMMUNICATIONS MANAGER DE D-LINK ESPAÑA Y PORTUGAL

para aprovecharlo, como las aplicaciones descentralizadas (DApps)”.
La cuarta de estas tendencias indica que “las empresas entran en la era de la Tecnología de la Información. El aprovechamiento de la información se convertirá en una competencia central en 2019. Junto con esto, las compañías rediseñan sus experiencias de usuario en medio de medidas de protección de datos y privacidad más estrictas.

Proteger los datos personales de los clientes obligará a las compañías a pensar en su estrategia digital teniendo en cuenta la GDPR establecida. Y, por último, las empresas comienzan a cerrar sus centros de datos. El centro de datos de las compañías se está volviendo menos relevante a medida que los datos y el procesamiento del negocio están en la nube. Por ello, para operar de manera más eficiente y obtener más valor de sus datos, las empresas están cambiando las cargas de trabajo

Antonio Navarro, Country manager de D-link Iberia

“SEGURIDAD, MEJORA DEL RENDIMIENTO Y MOVILIDAD MARCARÁN EL FUTURO DE LA RED” (ANTONIO NAVARRO, D-LINK)

de sus principales proveedores de nubes públicas, que tienen un ancho de banda masivo y centros de datos ubicados estratégicamente. Esta tendencia se desarrollará entre los tres a cinco próximos años, ya que la migración a la nube da paso a los reemplazos creados para la nube”.

NUEVAS Y MÁS PELIGROSAS AMENAZAS
En palabras de Alberto Ruiz, presales engineer for Spain and Portugal, Sophos, “desde el punto de

DETECTE MÁS AMENAZAS CON ANTIVIRUS DE PRÓXIMA GENERACIÓN

Comparando Q1 2018 y Q1 2017,
el cliente promedio de SonicWall
enfrentó un aumento de...



15%
en ataques
de phishing



400%
en ataques
encriptados

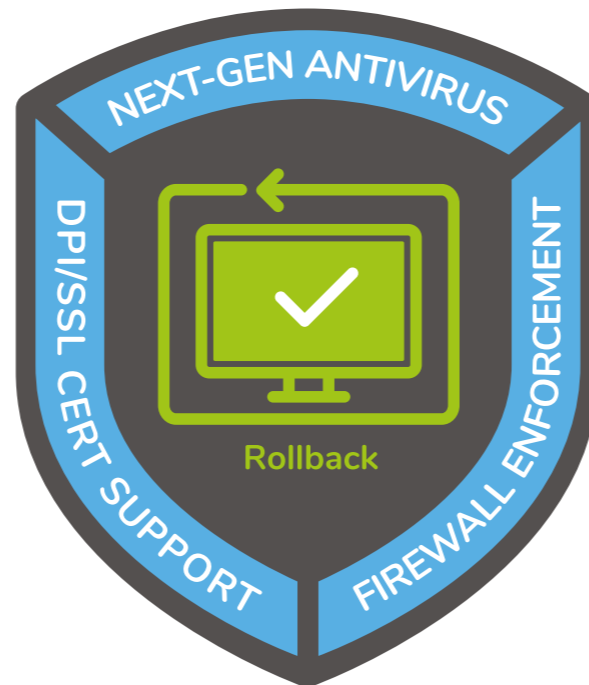


151%
en ataques de
malware



226%
en ataques
de ransomware

CON  **CAPTURE CLIENT** PUEDE



- ✓ Controlar continuamente su sistema en busca de comportamiento malicioso
- ✓ Hacer rollback de un ataque de ransomware
- ✓ Usar el aprendizaje automático para detener los ataques antes de que sucedan
- ✓ Sinergizar con los firewalls de SonicWall para protección en capas
- ✓ Permitir la inspección del tráfico cifrado por el firewall sin advertencia del navegador

ADEMÁS, **CAPTURE CLIENT** ESTÁ
CERTIFICADO PARA USO CORPORATIVO



Más información en: [SonicWall.com/Capture-Client](https://www.SonicWall.com/Capture-Client)

SONICWALL[®]

spain@SonicWall.com
935 480 400

“2019 será el año de multi-cloud, y la clave va a ser garantizar la seguridad de este entorno”

**JUAN RODRÍGUEZ,
DIRECTOR GENERAL DE F5 NETWORKS**

vista de la ciberseguridad y tal y como señalamos en el último, Informe de Ciberamenazas 2019, realizado por Sophos, durante el próximo año 3 áreas destacarán entre las más vulnerables en este sentido: aumento de ataques de ransomware dirigido, aumento de amenazas de malware en IoT y aumento de app maliciosas”.

A lo largo de este año, continúa, “hemos detectado que los cibercriminales han variado su modus operandi y han renunciado a los grandes ataques masivos por ataques mucho más rentables. Durante el próximo año 2019 veremos cómo se seguirá incrementando el número de ataques de ransomware dirigido, mucho más sigilosos, más sofisticados e infinitamente más peligrosos en comparación con los grandes ataques masivos de ransomware. Asimismo, los dispositivos IoT, tanto en las empresas como en los hogares se están presentando como las nuevas puertas de entrada para los cibercriminales. Las insuficientes medidas de seguridad en estos dispositivos están facilitando que los criminales los utilicen como puntos de acceso a redes empresariales, por ejemplo”.



“Por último”, añade, “no podemos olvidarnos de los dispositivos móviles. Los ciberdelincuentes harán uso de apps teóricamente legítimas para redireccionar al usuario a sitios web de phishing e infectar los dispositivos. Durante el 2019 aumentarán este tipo de aplicaciones en tiendas oficiales como Google Play o Apple Store, ya que son capaces de sortear los controles de seguridad basados en el análisis del código fuente”.

EL CIBERCRIMEN NO DESCANSA

También apunta hacia un incremento de las amenazas Alfonso Ramírez, director general de Kaspersky Lab, que lo resume en una frase: “el cibercrimen nunca duerme y 2019, al igual que el año que dejamos, seguirá siendo muy intenso en materia de ciberseguridad”.

Para este responsable, seis son los puntos a tener en cuenta en materia de seguridad de cara a 2019. “Aunque la industria de la ciberseguridad



“HAY QUE INCLUIR LAS CAPACIDADES DIGITALES EN LOS PROCESOS DE NEGOCIO” (JUAN PARRA, DXC TECHNOLOGY)

ha descubierto sistemáticamente operaciones muy sofisticadas patrocinadas por gobiernos”, explica, “los actores de las amenazas pasarán a la clandestinidad y a un segundo plano para evitar la publicidad y la probabilidad de ser “descubiertos”. Con recursos suficientes, podrán diversificar los conjuntos de herramientas y las prácticas, lo que dificultará enormemente la detección y la atribución. Los ataques a las cadenas de suministro serán más frecuentes. Este es uno de los

vectores de ataque más preocupantes que se ha explotado con éxito en los últimos dos años. Asimismo, muchos cibercriminales contarán con un componente móvil en sus campañas con el fin de ampliar la lista de víctimas potenciales. Aunque no habrá un gran brote de malware dirigido a móviles, veremos una actividad continua y nuevas formas para que los atacantes tengan acceso a los dispositivos de las víctimas. Además, las redes de bots de Internet of Things (IoT) seguirán

“La transformación se está acelerando según las compañías apuestan por su estrategia digital”

JUAN PARRA, GENERAL MANAGER, IBERIA, DXC TECHNOLOGY

creciendo a un ritmo imparable, algo que hemos visto ya en los últimos años, y el Spear-phishing será aún más importante en un futuro próximo. Los datos obtenidos de diferentes ataques a gigantes de las redes sociales como Facebook e Instagram, y LinkedIn o Twitter, ya están disponibles en el mercado para que cualquiera los adquiera. Las recientes filtraciones de datos a gran escala de diferentes plataformas de medios sociales podrían ayudar a los atacantes a mejorar el éxito de este vector de infección. Por último, llegarán nuevos APT a escena, y los actores más avanzados aparentemente desaparecerán del radar”.

MÁS INTELIGENCIA PARA EL NEGOCIO Y PARA LA PROTECCIÓN

Sergio Martínez, country manager de Sonicwall en Iberia, se muestra positivo al apuntar que en 2019 “continuará construyéndose la digitalización de todo, con más dispositivos inteligentes, recogiendo datos de todo tipo, algoritmos de IA analizándolos, y, por supuesto, un incremento exponencial de las violaciones de la privacidad y ataques a las empresas con muy diversos fines. Por tanto, se acelerará la carrera por el mundo conec-

D-Link[®]
FOR BUSINESS

SWITCHES SMART CON GESTIÓN AVANZADA L2 Y L3 STATIC ROUTING



**GARANTÍA
DE POR VIDA**

D-Link DGS-1210

Smart Gigabit Managed Switches
Por fin la gestión de red Enterprise
al alcance de la PYME

Interfaz CLI Compacto y Web Gui | PoE, PoE+ hasta 370W Power Budget | Dual image | LACP

Un Switch para cada necesidad

Amplia variedad de modelos con diferentes densidades de puertos Gigabit

Uplinks Fibra Óptica

Aseguran rendimiento y escalabilidad en despliegues de larga distancia



“En 2019 destacarán la hiperconectividad, ciberseguridad y la Inteligencia Artificial necesaria para gestionar todo esto”

SERGIO MARTÍNEZ, COUNTRY MANAGER DE SONICWALL EN IBERIA

tado, y eso implica la necesidad de invertir mucho más en ciberseguridad. También vemos un crecimiento acelerado en la construcción de redes inalámbricas y de dotar de conectividad a todo. Así, hiperconectividad, ciberseguridad y la Inteligencia Artificial necesaria para gestionar todo esto”.



“LAS PROTECCIONES HAN DE SER INTELIGENTES, EVOLUTIVAS Y AUTOMÁTICAS” (LUIS FISAS, SONICWALL)

MÁS CAPACIDAD E IMPORTANCIA DE LA NUBE

En opinión de Anselmo Trejo, Marketing and Communications manager de D-Link España y Portugal, “en redes y comunicaciones, en la IaaS o Infraestructura como servicio, la tendencia será la gestión de redes desde la nube, incluso para las pymes. Con ello, tanto las redes de datos como el acceso a Internet, piezas claves en cualquier modelo de negocio y a cualquier escala empresarial, aumentarán su rendimiento, fiabilidad y se-

guridad. Y todo ello con un ahorro considerable en costes de despliegues y administración IT. En cuanto a tecnología hardware, en los entornos corporativos debe darse una profunda transición tecnológica tanto a las redes 10 Gigabit en cuanto a switching, mientras que en entornos WiFi hay que potenciar la migración al protocolo AC Wave 2 con MU-MIMO para aumentar el rendimiento en entornos de alta densidad de usuarios al habilitar el envío simultáneo a múltiples dispositivos,



“El cibercrimen nunca duerme y 2019 seguirá siendo muy intenso en materia de ciberseguridad”

**ALFONSO RAMÍREZ,
DIRECTOR GENERAL DE KASPERSKY LAB**



en lugar del secuencial estándar hasta ahora con WiFi N y AC Wave 1”.

MÚLTIPLES TENDENCIAS CONVERGENTES

Para Ignacio Velilla, managing director de Equinix España, nuestros veinte años de experiencia ayudando a empresas a aprovechar los beneficios de su plataforma global de interconexión, nos posiciona como una empresa con una visión especial a la hora de detectar

tendencias. Y este 2019 estará marcado por el 5G, el boom de las arquitecturas de Inteligencia Artificial distribuidas, el desarrollo de múltiples redes de blockchain, la implementación de mini-clouds en diversas regiones para cumplir con los requisitos de protección de datos y la interconexión como aliado perfecto de las empresas en la creación de nuevos servicios digitales y en la migración al cloud y a entornos híbridos”.

RETOS PARA LAS EMPRESAS

El desarrollo de estas tendencias implicará una serie de retos para las empresas. En este sentido, Desde F5, Juan Rodríguez, “está claro que las aplicaciones son la base de cualquier tipo de negocio en el nuevo entorno digital, sin embargo, en muchas ocasiones, se produce un canto de sirena que reduce el concepto de transformación digital a “si desarrollas una aplicación, los clientes llegarán”. Es decir, se tiende a simplificar y a trasmir-

tir una imagen colorida de la realidad, con miles de clientes potenciales acudiendo alegremente a la llamada. Pero la realidad no es tan sencilla. El nuevo escenario requiere la adopción de unos procesos y una base digital sobre la que operar. Lo mismo está pasando con otro aspecto clave, como es el de la seguridad. Sorprendentemente, las organizaciones todavía destinan la mayor parte de sus presupuestos de seguridad a proteger todo excepto las identidades de los usuarios y las aplicaciones vitales para el negocio, siguiendo una inercia que fue válida en el pasado, pero que ya no lo es. Asimismo, la nube ya se ha convertido en la gran aliada de las organizaciones europeas a la hora de superar los retos del negocio en el nuevo escenario digital, sin embargo, estas mismas organizaciones muestran aún poca confianza en sí mismas si se trata de resistir un posible ataque en un entorno multi-cloud, debido a su falta de conocimientos y experiencia con todo lo relacionado con la seguridad de las aplicaciones desplegadas en nubes públicas”.

Para Alberto Ruiz, de Sophos, “vemos dos retos claros: uno, aumentar y mejorar los niveles de control de los dispositivos que manejen, no solamente los endpoints, sino los dispositivos móviles y los servidores de su red. La mayoría de los movimientos laterales que realizan los cibercriminales en sus ataques, se producen en los endpoints y recurren a técnicas maliciosas para avanzar por el sistema y aumentar sus privilegios. Es importante contar con medidas de seguridad, que permite compartir la información entre los endpoints y los

≡ **¿Quieres saber más?**

Para la elaboración de este reportaje hemos contado con las opiniones de jugadores principales del mercado TI en nuestro país. Puedes leer el contenido íntegro de estas entrevistas en este [enlace](#)



firewalls para poder detectar y automáticamente aislar un sistema que sea vulnerable a una posible infección, antes de que se extienda por todo el sistema. El segundo reto será conseguir concienciar y formar a los usuarios para conseguir minimizar los riesgos. El phishing es un gran negocio. Durante los últimos años, los ataques han registrado unos niveles de crecimiento récord, y un sólido programa de concienciación sobre la seguridad es un componente fundamental en cualquier estrategia de defensa exhaustiva”.

Anselmo Trejo, de D-Link, nos comenta que “el reto será una mayor inversión inicial en equipos y soluciones. Pero, aunque pueda parecer que el coste es mayor en todas las tecnologías comentadas (PoE, 10 GbE, administración de red desde la nube, gestión de red), incluso en el corto y medio plazo los beneficios en rendimiento, fiabilidad y ahorro de costes de instalación deben decantar la balanza a la hora de definir cada proyecto”.

En Equinix estiman, y así nos lo comenta Ignacio Velilla, que “las compañías se enfrentarán en 2019 a retos que irán ligados a la inversión en infraestructuras móviles para la poder aprovechar las ventajas del 5G, la distribución de arquitectu-

ras de Inteligencia Artificial para aproximarlas al Edge, el despliegue de nuevos puntos de interconexión que permitan el desarrollo de múltiples redes blockchain, la implementación de mini-clouds que cumplan con el GDPR y la adopción de soluciones de interconexión que permitan a las empresas beneficiarse de las ventajas de los entornos híbridos y multicloud”.

Desde la perspectiva de Sonicwall, que no explica Sergio Martínez, “la hiperconectividad, el trabajo en cualquier lugar, el acceso a todas las aplicaciones corporativas, con cualquier dispositivo de empresa o particular, el crecimiento exponencial del malware, el cifrado (SSL) del tráfico en internet que convierte a los cortafuegos en convidados de piedra, la complejidad de los sistemas... O se construye una defensa en profundidad para prevenir, detectar y reacción en tiempo real de forma automatizada, o vamos camino de muchos problemas”.

EFFECTOS DE LA INNOVACIÓN

Y no queríamos terminar este repaso sin comentar los efectos que verán las empresas a raíz de estas tendencias y su implantación. Los resume Juan Rodríguez diciendo que “se convertirán en organizaciones más veloces, ágiles y seguras. Todo ello hará que sus propuestas sigan siendo relevantes para sus clientes”.

Para Sergio Martínez, “la ciberseguridad es el suelo sobre el que se construye la confianza. Sin ella, no hay empresas, no hay negocio. Y hoy en día, un problema de seguridad compromete la confianza de los clientes en las organizaciones,



EQUINIX

Descubre más sobre nuestro servicio ECX Fabric™

DESCUBRE MÁS



poniéndolas en riesgo de desaparición. Esto no había ocurrido nunca, y ahora, es perfectamente posible. No podemos jugar con nuestra seguridad y nuestra reputación”.

En palabras de Ignacio Velilla, “las nuevas tendencias tecnológicas, aunque en muchos casos conllevan una serie de retos en cuanto a inversión, cambios, y apuestas de futuro, buscan una optimización en los procesos de negocio de las empresas, la agilidad de sus servicios o su escalabilidad. El desarrollo de nuevas tecnologías cuenta con el potencial de incrementar, de manera espectacular, el rendimiento empresarial a largo plazo. En la actual era digital, donde cada vez más

empresas compiten por los mismos nichos de negocio, la integración de estas tendencias y la conexión eficiente y en tiempo real con partners y clientes son dos imperativos que deben afrontar las organizaciones. Ahora, más que nunca, la inversión en tecnología es vital”.

Y finaliza Anselmo Trejo indicando que, “en el caso del PoE, un significativo ahorro en costes de despliegue y mantenimiento de la red de datos, al prescindir de las tomas eléctricas para cada punto de acceso, cámaras o telefonía IP. Y en redes Switching 10 GbE y Wireless con AC Wave 2 será el rendimiento y la escalabilidad los mayores beneficios. Respecto a la gestión de red con servicios

en la Nube, ahorrará costes en los departamentos de administración IT o en las empresas instaladoras o de servicios de soporte IT, al evitar los desplazamientos de técnicos in-situ en muchas de las incidencias, incluso también habrá un descenso significativo en horas de soporte técnico telefónico, ya que al gestionarse la red en remoto como si el técnico estuviera en la propia sede o empresa”. ■

Si te ha gustado este artículo, compártelo



Doce meses, una tendencia TI

Como hemos visto, son múltiples y variadas las tendencias que convergen en este 2019, pero ¿cuál creen nuestros interlocutores que es la tendencia, la principal en este año nuevo?

Para Sergio Martínez, “sin duda la ciberseguridad. Necesitamos proteger nuestros datos, nuestra privacidad, nuestros negocios, en este mundo hiperconectado. La concienciación es necesaria pero ya no es suficiente. Hay que hacer los deberes y dotar de seguridad a aquello que, por diseño, no lo tiene”.

Sigue esta línea Alfonso Ramírez, que indica que “en 2018 los actores

de amenazas han llevado a nuevos paradigmas, produciéndose un cambio en el panorama actual pues los sofisticados actores de las amenazas buscan el silencio para sus ataques con el fin de aumentar las probabilidades de éxito. Este cambio hace muy improbable el hallazgo de nuevas operaciones a gran escala y sofisticadas, y definitivamente, llevará el desarrollo de la detección y atribución al siguiente nivel”.

Más concreto se muestra Alberto Ruiz al apuntar que, “desde luego, el ransomware dirigido es la tendencia más peligrosa y a la que debemos

prestar más atención durante el próximo año”.

Por su parte, Juan Rodríguez estima que, “sin duda, el concepto multi-cloud. A la hora de abordar sus procesos de transformación, los responsables de TI buscan, fundamentalmente tres beneficios: La optimización de sus tecnologías, el incremento de la competitividad y una mayor eficacia de las operaciones comerciales de sus organizaciones”.

Para Anselmo Trejo, “la gestión de red en la nube tanto en entornos híbridos como multi-nube debe estar

en el horizonte de cualquier proyecto a medio o largo plazo”.

Según Ignacio Velilla, “no podemos prever con seguridad qué tendencia será la protagonista del próximo 2019, pero podemos definir la interconexión como una tendencia en alza en los próximos años”.

Por último, en opinión de Juan Parra, se seguirá avanzando en “una estrategia digital unificada entre el negocio y la TI, que es la única manera de disminuir las carencias técnicas que impiden que las empresas aprovechen todas las posibilidades que ofrece la innovación digital”.

El futuro será Multi-Cloud



VINCENT LAVERGNE,
vicepresidente regional
de Ingeniería de
Sistemas en F5 Networks

La capacidad para seguir el ritmo del cambio tecnológico y la evolución de la demanda de los consumidores empujará a muchas empresas a un punto de inflexión en los próximos cinco años. En este escenario, los nuevos entornos multi-cloud representan una gran oportunidad para innovar y mantenerse a la vanguardia de cada sector. Sin embargo, también son un desafío estratégico importante.

La tecnología multi-cloud no solo supone un cambio de juego, también es el principal camino hacia la transformación digital. La adopción de una estrategia basada en múltiples nubes servirá para sentar las bases de una innovación sin precedentes, al alinear la labor de los arquitectos cloud con la de los equipos DevOps, NetOps y SecOps, y promoviendo nuevos servicios que las infraestructuras tradicionales no son capaces de ofrecer.

Aunque aún hoy existen desafíos relacionados con el coste, las capacidades de los profesionales, las restricciones legales y las configuraciones de infraestructura heredadas, las perspectivas para la adopción de modelos multi-cloud son propicias. Las tecnologías como la inteligencia artificial

y el aprendizaje automático serán fundamentales para impulsar niveles más altos de automatización, dejando atrás los obstáculos que impiden aprovechar todo el potencial de la computación en nube en todas sus formas y configuraciones.

AGILIDAD, EFICIENCIA Y AHORRO DE COSTES SIN PRECEDENTES

El progreso tecnológico continúa imparable y aprender a moverse en la nube ya se está convirtiendo en una obligación para todo tipo de organizaciones. La complejidad y el coste aparecen como los grandes impedimentos a la hora de optar por un entorno de múltiples nubes, sin embargo, esto está cambiando rápidamente. Las oportunidades de crecimiento y de excelencia en el servicio que ofrecen los entornos multi-cloud harán que en un plazo no mayor de cinco años las actuales preocupaciones sean historia. Eso sí, los beneficios, tanto económicos como en innovación, que traen consigo los procesos de transformación solo se producirán si se suceden con una fluidez y seguridad ininterrumpidas.

SUPERANDO LA BRECHA DEL TALENTO

Vivimos en un mundo de múltiples nubes, basado en las aplicaciones y preocupado por la seguridad. Todo ello hace que se incremente la demanda de profesionales capaces de dominar las tecnologías más avanzadas y de proporcionar valor estratégico a las organizaciones a través de ellas. Se ha hablado mucho últimamente sobre la escasez de talento, pero es hora de abandonar el mito de que este problema no tiene solución. Hay que impulsar el potencial caleidoscópico de los profesionales más jóvenes y lograr que las nuevas tendencias tecnológicas generen oportunidades de carrera atractivas y liberen a las fuerzas de trabajo existentes para destinarlas a labores más estratégicas y gratificantes.

ASEGURAR EL FUTURO Y GENERAR CONFIANZA

Los hackers han sido capaces de dejar de actuar como unos aficionados románticos para convertirse en representantes de una nueva actividad económica que puede llegar a tener más recursos que los destinados a la innovación empresarial.

Aunque existen desafíos relacionados con el coste, las capacidades de los profesionales, las restricciones legales y las configuraciones de infraestructura heredadas, las perspectivas para la adopción de modelos multi-cloud son propicias

El radio de acción de la ciberdelincuencia es también cada vez mayor. La capacidad de desarrollar e implementar rápidamente aplicaciones y servicios escalables en cualquier lugar y en cualquier plataforma es vital para satisfacer la demanda de los clientes y seguir siendo competitivos. Por ello, la implementación de un ecosistema sólido que integre soluciones de seguridad y cloud ayudará a crear servicios de TI de extremo a extremo que proporcionen un mayor contexto, control y visibilidad sobre el panorama de amenazas, además de la confianza necesaria para eliminar al máximo la complejidad.

CUMPLIR CON LA LEGISLACIÓN

El Reglamento General de Protección de Datos de la UE (GDPR) es la legislación más completa y de mayor alcance de su clase, sin embargo, no es suficiente. En un plazo de cinco años será necesario disponer de un estándar global para la protección de datos. Regular un mundo de múltiples nubes digitales sin fronteras es uno de los mayores desafíos al que se enfrentan los gobiernos de todo el

mundo. Necesitamos encontrar fórmulas de colaboración que funcionen con agilidad. Mientras tanto, las empresas deben cumplir con la legislación existente, que se hace cada vez más compleja por la creciente influencia de la computación en la nube.

UNA ÚNICA NUBE NO ES SUFICIENTE

En un futuro próximo, las empresas y organismos públicos van a tener que afrontar grandes desafíos, que tienen que ver con nuevas amenazas de seguridad, escasez de talento o infraestructuras de TI deficientes, algo que puede frenar su acceso a la innovación. La automatización, la orquestación y la optimización son ahora el nuevo mantra y los entornos multi-cloud surgen como respuesta a todo ello. Tal es así, que en poco tiempo, contar con conocimientos suficientes sobre el funcionamiento de los entornos multi-cloud será un requisito para el cumplimiento con la legislación, la seguridad de la corporación, el servicio al cliente y la supervivencia en el mercado. Esta va a ser, sin duda, una de las claves que marcará el futuro. ■



ROBO DE CREDENCIALES: PRIORIZA LA SEGURIDAD DE TUS APPS

Por muy alta que sea la seguridad de tu empresa, si tus usuarios o clientes reutilizan sus contraseñas, como seguramente hacen, es muy probable que sus



credenciales ya hayan sido robadas. Con la proliferación de robos de credenciales y la relativa facilidad con que la ciberdelincuencia puede recurrir a herramientas automatizadas para controlar las cuentas de usuario, las empresas tienen motivos sobrados para temer por la seguridad de sus aplicaciones y de sus datos.

La cuestión es cómo prevenir o al menos mitigar los ataques. Lee este ebook de F5 Networks y descubre la forma de hacerlo.

Si te ha gustado este artículo, compártelo



Enfoque para el cambio a digital en 2019



JUAN JUAN,
CTO, Sur de Europa,
DXC Technology

En el 2019 organizaciones y empresas emprenderán objetivos digitales ambiciosos (Digital business moonshots).

Si las empresas tradicionales desean crecer hacia el negocio digital necesariamente deberán apostar y comprometerse con una estrategia digital unificada, lejos de estrategias “bimodales” que no garantizan convergencia y generan competencia por los escasos recursos con talento para la necesaria transformación digital.

En el 2019 las empresas, las grandes en particular, tomarán mayor número de decisiones en la línea de una estrategia digital unificada. Podemos esperar una avalancha de innovación en negocio, por la tecnología aplicada a nuevos negocios y a existentes, arriesgando nuevos modelos acordes con la necesidad digital del negocio. Sin embargo, es posible que el grado de madurez de la infraestructura – necesaria para soportar determinadas innovaciones de negocio – no sea suficiente y por un mal resultado inicial

pueda pensarse que la decisión sobre la iniciativa fue errónea.

Es relevante, además de identificar la innovación, asegurar el tiempo de puesta en producción coordinado con la madurez de los fundamentos tecnológicos necesarios en cada organización. Es importante la disciplina en la formulación y prueba de los nuevos modelos de negocio, así como la capacidad de contar con los factores cruciales en el éxito de todo negocio – el talento adecuado, el presupuesto, el liderazgo, la capacidad de ejecución, la cultura de cambio y la gestión constante de expectativas.

Estos factores, que han existido siempre y que a menudo se han minusvalorado en empresas tradicionales, ahora cobran una relevancia extrema y obligan a decisiones críticas:

❖ ¿Cuál es el margen de seguridad apropiado para tomar una decisión de riesgo sobre una iniciativa con nueva tecnología, considerando todas las variables anteriores junto el nivel de exposición al fracaso?

❖ ¿Es posible abordar una iniciativa con solvencia?

Con la manera de pensar convencional será muy difícil no quedar bloqueado ante las preguntas anteriores y, la proposición bimodal no aportará soluciones correctas ya que la decisión deberá contemplar el todo de la organización.

La valentía, que no la irresponsabilidad, de tomar decisiones contemplando el resultado a largo plazo, aun cuando pueda haber interrupciones en el negocio a corto plazo, marcará la diferencia de la verdadera transformación hacia el negocio digital de una empresa. Sobre todo, porque esa valentía se pone a prueba en cómo se comunica la decisión, cómo se gestiona el cambio en los afectados por la decisión y en cómo se flexibilizan de manera ágil las subsecuentes decisiones alineadas con la obtención del resultado ambicionado. La toma de la decisión y la elaboración de la estrategia con su dificultad es tal vez la parte más fácil del proceso.

Si las empresas tradicionales desean crecer hacia el negocio digital necesariamente deberán apostar y comprometerse con una estrategia digital unificada

El factor más relevante en una organización para gestionar el cambio es convertirse en una “organización que aprende” (learning organization). Una “learning organization” es una organización hábil en crear, adquirir y transferir conocimiento, en modificar su comportamiento en respuesta al conocimiento adquirido y sus implicaciones.

En la situación de la economía actual, con el alto grado de interdependencia por la abundancia informativa, que elimina las fronteras entre competidores, no queda alternativa, las empresas deben aprender lo que digital significa para la velocidad del cambio y a reformular, cuando no abandonar, viejos, aunque exitosos, modelos de negocio.

Siempre sin perder de vista las respuestas a tres preguntas sobre cualquier iniciativa de aprendizaje y cambio continuo: ¿Para qué cambiamos? ¿Cómo gestionaremos el cambio? ¿Cómo mediremos el resultado?

“Learning organizations” cultivan cinco actividades cuidadosamente: sistemática en la solución de problemas, experimentación de nuevos enfoques, incorporación de lo aprendido, emulación de las buenas prácticas y rápida y eficiente trans-

misión del conocimiento a toda la organización.

Transformarse a digital implica poner soluciones tecnológicas a las cinco actividades anteriores y forzar la adopción de esas soluciones.

- ❖ Desde cualquier dispositivo (IoT) y las plataformas necesarias para concentrar y actuar sobre los datos que esos dispositivos generan.

- ❖ Por la necesidad de procesar en local y en la nube los datos para la toma de decisiones descentralizada pero coordinada.

- ❖ Concediendo la garantía de privacidad y derechos necesaria en la transparencia al compartir conocimiento que, en su contexto, lleva la esencia intelectual y de identidad de los actores que lo producen.

- ❖ Permitiendo a las empresas prescindir progresivamente de la acumulación de información en centros de datos propios por las garantías necesarias y suficientes que proporcionan los sistemas de nube pública de proceso.

- ❖ Alcanzando el éxito por la Inteligencia Artificial en obtener claridad en el tratamiento de la información y la creación de conocimiento.

Estas soluciones y convertirse en una “learning organization” serán las tendencias principales para el 2019. ■



APLICACIONES ÁGILES Y EXPERIENCIAS DIGITALES

En la economía actual, el software rápidamente muestra su edad a la hora de realizar relaciones comerciales basadas en el compromiso, pues las aplicaciones heredadas son frágiles y monolíticas y no fácilmente proporcionan agilidad. Una plataforma de aplicaciones moderna, basada en el negocio, puede llevar a las organizaciones a generar nuevos servicios para los clientes, extraer datos de aplicaciones más antiguas y con ellos crear la base de un núcleo digital que soporte la continua transformación del negocio y dé resultados medibles.



Si te ha gustado este artículo, compártelo



5 razones por las que necesita un EDR

RICARDO MATÉ,
country manager
Iberia Sophos



Las herramientas Endpoint Detection and Response (EDR) están diseñadas para complementar la seguridad de los endpoints con mayores capacidades de detección, investigación y respuesta. Sin embargo, el alboroto que rodea a las herramientas EDR puede dificultar la comprensión de cómo se pueden utilizar exactamente y por qué son necesarias. Para empeorar las cosas, las soluciones actuales pueden ser complicadas de utilizar, carecen de suficientes capacidades de protección y consumen muchos recursos. A continuación, algunos puntos a tener en cuenta para considerar una solución EDR realmente efectiva y sencilla:

INFORMACIÓN CON CONFIANZA SOBRE SU SITUACIÓN DE SEGURIDAD EN CUALQUIER MOMENTO

Los equipos de TI y seguridad a menudo están motivados por métricas de ataque y defensa, sin embargo, la pregunta más difícil de responder para la mayoría es "¿estamos seguros en este momento?". Esto se debe a que, la mayor parte de las redes, tienen puntos ciegos considerables que hacen que los equipos de TI y seguridad tengan dificultades para ver lo que sucede en sus entornos. La falta de visi-

bilidad es la razón principal por la que las organizaciones luchan por entender el alcance y el impacto de los ataques. Esto se manifiesta frecuentemente cuando ocurre un incidente y el equipo asume que están a salvo porque ese incidente fue detectado. Una solución EDR ha de proporcionar información adicional que determine si otras máquinas fueron impactadas. El hecho de poder ver las otras ubicaciones donde existen amenazas, permitirá al equipo de seguridad priorizar los incidentes para una investigación adicional y una posible reparación. Generar una visión clara de la postura de seguridad de una organización también proporciona la ventaja de poder informar sobre el estado de cumplimiento. Esta información ayudará a identificar las áreas que pueden ser vulnerables a los ataques. También permitirá a los administradores determinar si el alcance de un ataque ha impactado en las áreas donde se almacenan los datos confidenciales.

DETECTAR ATAQUES QUE HAN PASADO DESAPERCIBIDOS

Cuando se trata de ciberseguridad, incluso las herramientas más avanzadas pueden ser derrotadas con tiempo y recursos suficientes, lo que dificulta la

comprensión real de cuándo se producen los ataques. Las organizaciones a menudo dependen únicamente de la prevención para mantenerse protegidas, y aunque la prevención es crítica, EDR ofrece otra capa de capacidades de detección para encontrar potencialmente incidentes que han pasado desapercibidos. Las organizaciones pueden utilizar EDR para detectar ataques buscando indicadores de compromiso (IOCs). Esta es una manera rápida y directa de cazar ataques que podrían haber sido pasados por alto. Las búsquedas de amenazas se inician con frecuencia después de una notificación de inteligencia de amenazas de terceros: por ejemplo, una agencia gubernamental (como US-CERT, CERT-UK o CCN-Cert) puede informar a una organización de que hay actividad sospechosa en su red. La notificación puede ir acompañada de una lista de CPIs, que puede utilizarse como punto de partida para determinar lo que está sucediendo. Una buena solución EDR proporcionará una lista de los principales eventos sospechosos, para que los analistas sepan exactamente qué deben investigar. Esto facilitará a los analistas el priorizar sus cargas de trabajo y centrarse en los eventos más importantes.

RESPONDER MÁS RÁPIDO A POTENCIALES INCIDENTES

Una vez que se detectan los incidentes, los equipos de TI y de seguridad generalmente se esfuerzan por remediarlos lo más rápido posible para reducir el riesgo de que los ataques se propaguen y para limitar cualquier daño potencial. Naturalmente, la pregunta más pertinente es cómo deshacerse de cada amenaza. En promedio, los equipos de seguridad y de TI dedican más de tres horas a tratar de remediar cada incidente. EDR puede acelerar esto significativamente.

El primer paso que un analista podría dar durante el proceso de respuesta a incidentes sería detener la propagación de un ataque. Aislar los endpoints bajo demanda es un paso clave para evitar que una amenaza se extienda por todo el entorno. Los analistas a menudo hacen esto antes de investigar, ganando tiempo mientras determinan el mejor curso de acción. El proceso de investigación puede ser lento y doloroso. Esto, por supuesto, supone que se lleva a cabo una investigación. La respuesta a los incidentes depende tradicionalmente en gran medida de personal altamente cualificado. La mayoría de las herramientas EDR también dependen de los analistas para saber qué preguntas hacer y cómo interpretar las respuestas. Nuestra solución EDR ideal hará que los equipos de seguridad de todos los niveles puedan responder rápidamente a los incidentes de seguridad gracias a las investigaciones guiadas que ofrezcan sugerencias sobre los siguientes pasos, representaciones de ataques visuales claras y experiencia integrada.

AÑADIR EXPERIENCIA SIN AÑADIR PERSONAL

Por un amplio margen, las organizaciones que buscan añadir capacidades de detección y respuesta de endpoints citan el “conocimiento del personal” como el principal impedimento para la adopción de una solución EDR. Esto no debería ser una gran sorpresa, ya que la brecha de talento para encontrar profesionales cualificados en ciberseguridad ha sido ampliamente discutida durante varios años. Esta barrera es especialmente pronunciada en las organizaciones más pequeñas.

Para combatir la falta de conocimiento del personal, la solución EDR elegida ha de aprovechar el aprendizaje automático para integrar una visión profunda de la seguridad. Así, las capacidades inteligentes de EDR ayudarían a llenar los vacíos causados por la falta de conocimiento del personal, reproduciendo las funciones de varios tipos de analistas, como son los analistas de seguridad, analistas de malware y los de inteligencia de amenazas.

ENTENDER CÓMO OCURRIÓ UN ATAQUE Y CÓMO EVITAR QUE VUELVA A OCURRIR

Los analistas de seguridad tienen pesadillas recurrentes donde han sufrido un ataque: un ejecutivo grita: “¿Cómo ha ocurrido esto? La identificación y eliminación de archivos maliciosos resuelve el problema inmediato, pero no aclara cómo llegó allí en primer lugar ni qué hizo el atacante antes de que se cerrara el ataque. Una herramienta EDR ha de poner en relieve todos los eventos que condujeron a una detección, lo que facilitará

it whitepapers

CINCO RAZONES POR LAS QUE NECESITAS UN EDR

Las herramientas EDR (endpoint detection and response) se han creado para complementar la seguridad del punto final con mayores capacidades de detección, investigación y respuesta. Sin embargo, el ruido entorno a las herramientas EDR puede haber dificultado el entendimiento de cómo pueden utilizarse exactamente y por qué se necesitan. Lee las razones en este documento.

la comprensión de los archivos, procesos y claves de registro que el malware tocó para determinar el impacto de un ataque, proporcionando así una representación visual de toda la cadena de ataque, lo que garantiza un informe seguro sobre cómo comenzó el ataque y hacia dónde se dirigió el atacante. Y lo que es más importante, al comprender la causa raíz de un ataque, es mucho más probable que el equipo de TI evite que vuelva a ocurrir. ■

Si te ha gustado este artículo, compártelo



¿Cómo reconciliar las Smart Cities y la Seguridad?



ALFONSO RAMÍREZ,
director general de
Kaspersky Lab Iberia

Las Smart Cities o ciudades inteligentes llevan asociadas el compromiso de un urbanismo más sostenible, más económico, gracias a la digitalización. Estas ciudades recopilan y procesan datos para desarrollar y prestar servicios y optimizar su gestión; pero al mismo tiempo dejan las ciudades expuestas a más vulnerabilidades. Por lo tanto, la ciberamenazas pueden afectar a su infraestructura urbana, hospitales, transporte...

En Kaspersky Lab estamos especialmente comprometidos con los futuros retos del sector y trabajamos para asegurar la confidencialidad y la integridad de los datos. La implicación de la industria e instituciones públicas nos parece esencial, siempre a través de una dinámica de apertura, contraria

a cualquier forma de balcanización de Internet. La Smart City debe convertirse en una "ciudad segura": éste es el significado de la iniciativa Securing Smart Cities en la que Kaspersky participa de forma activa.

No obstante, la fragmentación creciente del espacio digital por barreras geopolíticas y regulatorias y una interrupción de los proyectos de cooperación internacional puede dejar a cada país solo frente a las ciberamenazas globales.

Desde Kaspersky Lab abogamos por una mayor colaboración e intercambio de información. Este entorno abierto fomenta el dinamismo y la competencia en el sector de la ciberseguridad, lo que se traduce en tecnologías más eficientes.

¿CÓMO USAR LA TRANSPARENCIA PARA RESTAURAR LA CONFIANZA ENTRE LOS ACTORES?

La transparencia con respecto a nuestros clientes y partners no es solo una prioridad, es un sine qua non. Ése es el origen real de la Iniciativa de Transparencia Global. El objetivo de este proyecto, lanzado en 2017, es auditar el código fuente de nuestras soluciones para fortalecer la resistencia de nuestra infraestructura de TI ante cualquier riesgo que pueda comprometer la confianza.

El pistoletazo de salida ha sido la apertura del primer Centro de Transparencia de Kaspersky Lab en Zurich que permite a los partners autorizados, empresas y organismos acceder a revisiones del código de la compañía, actualiza-

ciones de software y de las reglas de detección de amenazas, junto con otras actividades. A través del Centro de Transparencia, Kaspersky Lab proporciona a Gobiernos, empresas y partners información sobre sus productos y su seguridad, incluida documentación técnica importante, esencial para una evaluación externa en un entorno seguro.

A este desarrollo principal le seguirá la reubicación del procesamiento de datos de otras regiones y el traslado a Zúrich del ensamblaje de software. En una segunda fase transferiremos nuestra cadena de compilación de software: nuestros productos antivirus y bases de datos serán compilados y firmados digitalmente en Suiza antes de ser distribuidos a nuestros usuarios.

Mientras tanto, un tercero independiente auditará nuestro almacenamiento y procesamiento de datos, los diferentes accesos que nuestros empleados tienen a los datos y compilaciones de software, así como nuestro código fuente. Esperamos que otros actores de la industria de la ciberseguridad se unan al movimiento.

Kaspersky Lab participa en esta iniciativa global sin ánimo de lucro (Securing Smart Cities) para abordar problemas de ciberseguridad en ciudades inteligentes.

Esto implica la colaboración entre diferentes partners: empresas, autoridades públicas, medios de comunicación, asociaciones y usuarios. ■

CIFRAS CLAVE DE LAS SMART CITIES

Según un estudio de KPMG y Siemens, los ayuntamientos españoles pueden llegar a ahorrar hasta un

60%

de su gasto con la tecnología digital y, aunque queda camino por delante, el 70% de los municipios ya están a medio camino de ser 4.0.

1,4

Billones de dólares en 2020 moverá el mercado global de Smart Cities

152,9

millones de euros, es el presupuesto del Plan Nacional de Ciudades Inteligentes que se ha creado en España



ESTADO DE LA CIBERSEGURIDAD INDUSTRIAL EN 2018

A medida que aumenta la conectividad en el mundo exterior, la seguridad se convierte en un asunto de máxima importancia en los entornos industriales. ¿Qué quieren las empresas? ¿Cuáles son sus prioridades y qué retos enfrentan? ¿Qué factores internos y externos impactan en la ciberseguridad industrial? ¿Qué estrategias y medidas se emplean?

Este informe busca dar respuesta a todas estas preguntas y analiza el estado de la ciberseguridad industrial a nivel mundial.



Si te ha gustado este artículo, compártelo



El Día D y la defensa automatizada



SERGIO MARTÍNEZ,
country manager de
Sonicwall en Iberia

El 5 de junio de 1944, a las 21:45, la BBC de Londres transmitió, en su emisión continental, el mensaje con el que avisaba a la resistencia francesa, de la invasión aliada del día siguiente, el día "D". El famoso poema de Paul Verlaine "...Los largos sollozos de los violines de otoño, hieren mi corazón con monótona languidez..." era la señal que esperaban.

Erwin Rommel, comandante alemán del Muro del Atlántico, sabía que debía actuar muy rápido, casi de forma automática, ante cualquier intento de invasión aliada. Su estrategia era destruir al enemigo antes incluso de que pisara la arena de la playa en la que desembarcara... Y sabemos que no tuvo éxito en sus propósitos: la defensa alemana no estaba des-

plegada como pretendía Rommel, y la operación aliada del Día "D" triunfó.

Algo así pasa con nuestras defensas cibernéticas. Creemos estar preparados, y subestimamos a nuestros atacantes tanto o más como sobrevaloramos nuestras capacidades defensivas. Como ya sabemos, la desconfianza y la paranoia son buenos aliados del CISO, pero también un buen despliegue de nuestras defensas, tal y como pretendía Rommel. La defensa en profundidad que propugnamos en Sonicwall, preparada para prevenir, detectar amenazas de tipo desconocido, y reaccionar de forma automática, es una infraestructura hoy muy necesaria para prepararnos para este malware virulento y sofisticado en el que vivi-

remos de ahora en adelante, probablemente sin ningún tipo de tregua ni cuartel.

Esta defensa en capas debe incluir varios elementos fundamentales para poder detectar y responder de forma adecuada a los peligros que nos acechan. El primero de ellos es una plataforma integrada Cloud, como punto único de gestión de la seguridad de la empresa. Un "single pane of glass", algo que nos permita gestionar de forma centralizada la infraestructura de seguridad y con visibilidad de todo lo que sucede en ésta. A continuación, una inteligencia artificial central, que aprenda de las amenazas y tome las medidas correctas en cada caso. Y no sólo basada en patrones, sino también en conducta, para poder detectar,

categorizar y aprender nuevo malware de carácter desconocido. Y este análisis del posible malware, no sólo debe realizarse de los ficheros, en estructuras “sandbox”, sino también de las piezas de software que se ejecutan en memoria, para descubrir y bloquear malware como Meltdown, Spectre y ForeShadow antes de su ejecución.

Otra pieza fundamental de esta arquitectura es el firewall, con su capacidad de análisis y localización de amenazas embebidas en el tráfico cifrado (ya más del 70% en internet). Sin esta funcionalidad desplegada, nuestro potente cortafuegos deja de tener sentido y se transforma en un convidado de piedra, sin poder hacer nada ante todo lo que pasa ante sus ojos.

La protección del endpoint o puesto de trabajo es otro de los elementos clave, sobre todo en estos tiempos en los que dicho endpoint se encuentra muchas veces fuera de la protección de la red interna, a merced de todo tipo de phishing y malware combinados en ataques muy efectivos (ransomware es un buen ejemplo). Los antivirus clásicos basados en modelos co-

nocidos han perdido efectividad, más de 60 millones de virus catalogados tienen la culpa, hay que pasar a un modelo basado en comportamiento, ligero y efectivo.

Finalmente, otras piezas necesarias son también el Web Application Firewall (WAF), orientado a proteger aplicaciones de negocio críticas (y “legacy”) abiertas al exterior, y los CASB (Cloud Access Security Broker), para la protección de los usuarios y la información de la empresa residente en la nube.

Toda esta arquitectura ayuda a construir una defensa en profundidad en capas, orientada a proteger a todo tipo de organizaciones, grandes, medianas y pequeñas, proporcionando la capacidad estratégica que buscaba Erwin Rommel en ese lejano 1944 de reacción de forma inmediata y automática a cualquier amenaza, antes de que el desembarco se consolide y se constituya en un verdadero quebradero de cabeza.

Y es que ya lo aventuraba Linus Torvalds hace varios años, de forma profética: “el tiempo de las soluciones sencillas a problemas sencillos pasó, en tecnología y seguridad...”. ■



2018 SONICWALL CYBER THEAT REPORT (MID-YEAR UPDATE)

Este documento representa la primera actualización de mediados de año de su informe anual, en el que puede descubrir las tendencias de ciberataques durante los primeros seis meses del año, incluida la inteligencia de amenazas del mundo real sobre malware, ransomware, ataques cifrados, cryptojacking, ataques basados en chips y más.



Si te ha gustado este artículo, compártelo



Wi-Fi AC Wave 2, la opción más equilibrada para entornos de alta densidad de usuarios

ANTONIO NAVARRO,
country manager
D-Link Iberia



En muchos aspectos, Wave 2 se basa en el éxito de su predecesor, al tiempo que aporta beneficios adicionales para las redes empresariales, en particular para las empresas que transfieren grandes volúmenes de datos en escenarios de alta densidad de usuarios, tanto corporativos, como públicos.

Dicho esto, el aumento de rendimiento de Wave 2 parece menos significativo en comparación con los del siguiente salto generacional: 802.11ax (11AX o WiFi6). Se espera que el WiFi6 muestre una mejora de rendimiento de cinco a diez veces superior a la de Wave 1, y cuatro veces más que Wave 2, lo que plantea la siguiente pregunta: ¿vale la pena la actualización a Wave 2 o hay que esperar a la

implantación del 11AX? En D-Link pensamos que es hora de invertir en Wave 2 y no esperar a 11AX, porque estimamos que aún quedan dos años para 11AX sea un estándar con costes asequibles en grandes despliegues de puntos de acceso y, sobre todo, por la lenta llegada de dispositivos cliente compatibles; ya vimos con el estándar WiFi AC, lanzado en 2011, que no fue hasta 2015 que los móviles, portátiles o Smart TV empezaban a integrar tarjetas cliente compatibles, y todavía hay muchos dispositivos que sólo integran tarjetas WiFi N.

El protocolo WiFi 802.11ac Wave 2 es una evolución de la versión anterior, 802.11ac Wave 1, que fue lanzado por primera vez en

2011 y supuso grandes mejoras con respecto a 802.11n tanto para empresas como para consumidores. La gestión de energía mejorada, la mayor capacidad y la menor latencia brindaron una red inalámbrica de mayor rendimiento e hicieron de AC Wave 1 un estándar muy valorado hoy en día, consiguiendo además democratizar el acceso a la banda de frecuencia de 5 GHz.

Sin embargo, 802.11ac Wave 2 es ya una realidad al ser una evolución de WiFi AC y ofrece, con respecto a Wave 1, mayor velocidad, eficiencia y seguridad en entornos corporativos o públicos con alta densidad de usuarios, principalmente gracias al soporte de MU-MIMO, lo que permite a estos nuevos

Pensamos que es hora de invertir en Wave 2 y no esperar a 11AX, porque estimamos que aún quedan dos años para que 11AX sea un estándar con costes asequibles en grandes despliegues de puntos de acceso y, sobre todo, por la lenta llegada de dispositivos cliente compatibles

Puntos de Acceso enviar y recibir datos desde y hacia múltiples dispositivos simultáneamente en lugar del estándar secuencial de Wave 1 (y anteriores protocolos), lo que se traduce en un aumento muy significativo de la eficiencia en entornos de alta densidad de usuarios. En términos más simples, un solo Punto de Acceso Wave 2 actúa de la misma manera que si tuviéramos múltiples puntos de acceso Wave 1.

Como tal, MU-MIMO mejora la experiencia de conectividad general al distribuir datos de manera más eficiente, especialmente en entornos de alta densidad de usuarios. El uso simultáneo de smartphones, tabletas y portátiles ya es una realidad desde hace tiempo tanto en el lugar de trabajo moderno como en entornos públicos, por lo que

esta capacidad adicional es una ventaja muy reseñable y que marca diferencias respecto a tecnologías anteriores.

Wave 2 aporta además Beamforming, que mejora el alcance y calidad de la conexión enfocando la señal Wi-Fi hacia cada cliente, emitiendo con mayor intensidad en dirección a los dispositivos conectados, y Band Steering, que consiste en conectar a cada dispositivo cliente a la banda más adecuada (2.4/5GHz) para optimizar el tráfico de red.

Si a esto le añadimos retrocompatibilidad con estándares anteriores (b/g/n/ac wave1), podemos afirmar que Wave 2 ha llegado para quedarse y consolidarse como el estándar de facto para las redes WiFi presentes y futuras, y con especial énfasis en proyectos para entornos de alta densidad de usuarios. ■



SMART CITIES, CONECTANDO PUNTOS PARA CREAR UN FUTURO MÁS INTELIGENTE

Análisis

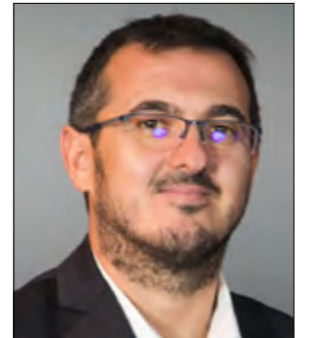
de la situación actual en la evolución de las Smart Cities y la Industria 4.0 y la necesidad de evolucionar ambos ámbitos mediante la interconexión de cámaras, sensores, pantallas y otros elementos gracias a conmutadores de red de gama industrial, diseñados para exteriores y las condiciones extremas típicas de las ciudades y fábricas.



Si te ha gustado este artículo, compártelo



Un 2019 marcado por 5G, Inteligencia Artificial, Blockchain y la interconexión



IGNACIO VELILLA,
managing director de
Equinix España

El desarrollo de nuevas tecnologías cuenta con el potencial de incrementar, de manera espectacular, el rendimiento empresarial a largo plazo, pero este proceso de innovación no está exento de complejidad. Aunque las posibilidades ofrecidas por las tendencias tecnológicas pueden ser infinitas, debemos tener en cuenta que las empresas están experimentando una situación complicada a la hora de afrontar su propia evolución digital.

Cada día, las empresas descubren nuevas soluciones digitales que necesitan integrarse perfectamente en sus infraestructuras TI con el objetivo de optimizar procesos de negocio, la agilidad de los servicios y su escalabilidad. Además, hacen frente a un número de dispositivos conectados que crece exponencialmente y que genera una cantidad ingente de datos.

Esta realidad amplía las amenazas contra sus organizaciones, obligando a reforzar la seguridad de su información y el cumplimiento de las nuevas políticas de protección de datos.

En Equinix, tras 20 años de experiencia con empresas líderes mundiales, contamos con una perspectiva privilegiada a la hora de identificar las principales tendencias tecnológicas mientras desarrollamos soluciones a los retos que acompañan a estas innovaciones. Ayudamos a casi 10.000 empresas de todo el mundo a aprovechar el poder de nuestros ecosistemas empresariales y de interconexión y, cada año, aprovechamos nuestra visión única para mostrar las tendencias tecnológicas que protagonizarán la evolución de los negocios digitales.

De cara a 2019, en Equinix, hemos identificado las siguientes tendencias:

❖ El **5G** será la tecnología clave para encarar con garantía un nuevo escenario dominado por el Internet de las Cosas y la Inteligencia Artificial. Para aprovechar las capacidades del 5G, prevemos un incremento en las inversiones relacionadas con la construcción de infraestructuras móviles de vanguardia y la renovación de las ya existentes, así como la optimización del rendimiento y de los costes a través de hardware de vanguardia.

❖ En 2019, también seremos testigos del boom de las **arquitecturas de IA distribuidas**, que sustituirán a las arquitecturas centralizadas de primera generación. Este nuevo modelo permite aprovechar óptimamente las fuentes de origen de los datos manejados por las empresas que se encuentran en el edge local. Gracias a esta tendencia, las organizacio-

Cada día las empresas descubren nuevas soluciones digitales que necesitan integrarse perfectamente en sus infraestructuras TI con el objetivo de optimizar procesos de negocio, la agilidad de los servicios y su escalabilidad

nes podrán aprovechar la innovación de la IA en múltiples nubes públicas sin quedar atrapados en una sola nube, descentralizando aún más la arquitectura de la IA.

❖ Si hablamos sobre **blockchain**, la integración de esta tecnología en el día a día de las empresas requerirá del despliegue de puntos de interconexión para las organizaciones. En 2019, las empresas comenzarán a participar en múltiples redes de blockchain, formando una red de redes que permitirán interactuar con múltiples ecosistemas de negocio distintos. Por esta razón, el rendimiento de estas cadenas de bloques se convertirá en un requisito muy importante en el espacio empresarial para satisfacer aplicaciones de blockchain tan sensibles como la comunicación máquina a máquina (IoT) o la liquidación de divisas transfronteriza.

❖ Muchas empresas y proveedores SaaS están implementando **mini-clouds** en múltiples regiones para cumplir con los requisitos de cumplimiento y residencia de datos locales.

Equinix también predice que, para prevenir brechas de datos, mantener su control y cumplir con las nuevas normativas como el GDPR, las compañías apostarán por nuevos modelos de gestión de información que se ajusten perfectamente al cifrado de datos. Además, las empresas usarán nuevas tecnologías de virtualización basadas en hardware para evitar que los proveedores de servicios supervisen los datos de sus clientes.

❖ La **interconexión** se mostrará como el aliado perfecto de las empresas en la creación de nuevos servicios digitales y en la migración de las cargas de trabajo existentes a plataformas de cloud de terceros, permitiendo a las organizaciones afrontar el siguiente nivel de desafíos asociados con los enfoques híbridos de cloud computing y multicloud. Los retos derivados de estos modelos dependen de capacidades como la seguridad, el análisis y el intercambio de datos, capacidades que pueden ser respaldadas por las nuevas soluciones de interconexión. Según el Índice Global de Inter-

it whitepapers **ÍNDICE DE INTERCONEXIÓN GLOBAL**

Este índice, publicado por Equinix, presenta nuevos datos sobre el enorme crecimiento del ancho de banda de la interconexión que está sosteniendo la interacción del negocio digital entre las empresas u organizaciones. El Índice prevé que el ancho de banda de la interconexión crezca hasta alcanzar más de 8.200 Terabits (Tbps) en 2021, un aumento drástico por encima de la previsión del año pasado. Descubre otros datos sorprendentes en el informe.

conexión, un estudio de mercado de Equinix, se prevé un crecimiento de ancho de banda de interconexión entre empresas y proveedores IT y cloud de un 98% anual hasta 2021. ■

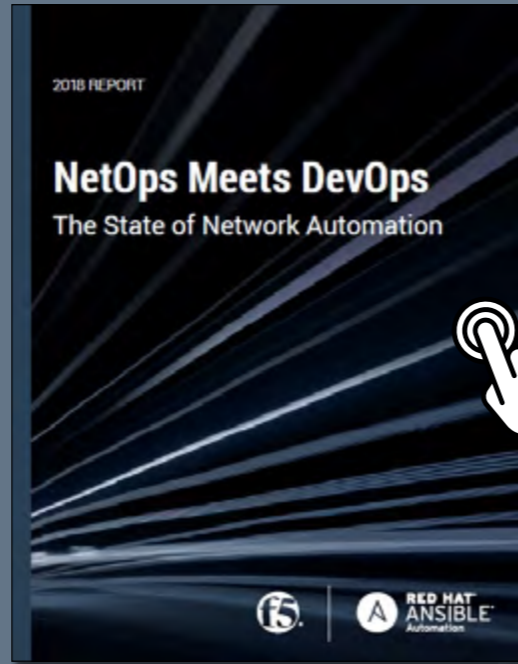
Si te ha gustado este artículo, compártelo





EQUINIX CLOUD EXCHANGE FABRIC

NETOPS CONOCE A DEVOPS. ESTADO DE LA AUTOMATIZACIÓN DE RED



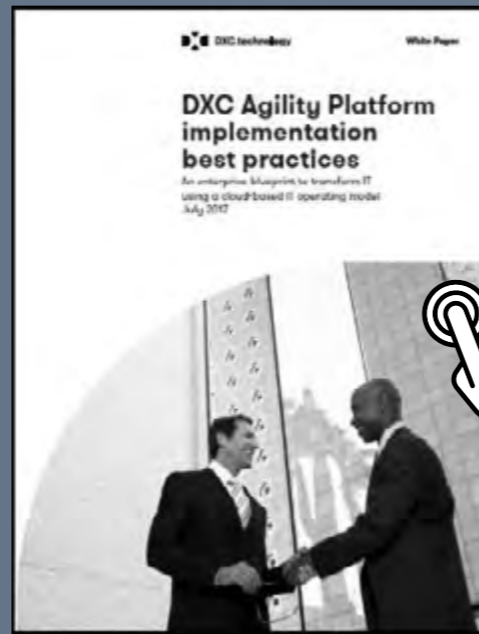
RIESGOS Y RECOMPENSAS DE PROTEGER DATOS PERSONALES



SOPHOSLABS 2019 THREAT REPORT



DISEÑO Y PUESTA EN MARCHA DE UNA RED LAN CORPORATIVA DESDE CERO



MEJORES PRÁCTICAS PARA IMPLEMENTAR UNA PLATAFORMA ÁGIL



TODO LO QUE DEBERÍAS SABER SOBRE LAS AMENAZAS CIFRADAS





MCR KAPITAL

11ª EDICIÓN



MCR entrega sus Premios 2018



EL MAYORISTA VOLVIÓ A CONGREGAR AL CANAL DE DISTRIBUCIÓN EN UNA GALA QUE HA CUMPLIDO 11 AÑOS

MCR entrega sus Premios 2018



El pasado 29 de noviembre, MCR celebró una nueva edición de sus Premios MCR, en esta ocasión en el Teatro Kapital de Madrid. El canal de distribución TI acudió a una cita que ya se ha convertido en todo un referente en el sector. En total se otorgaron 20 premios en una gala que contó con el patrocinio de Samsung, Western Digital y Medion, que quisieron mostrar su apoyo al canal.

MCR, uno de los mayoristas líderes en tecnología en el mercado español, celebró el pasado 29 de noviembre una nueva edición de sus Premios anuales, con los que el mayorista reconoce cada año a los productos que han gozado de una mayor aceptación y que más han contribuido al crecimiento del negocio.

Esta undécima edición de los Premios MCR ha repetido el éxito de la edición del año pasado, congregando a más de 400 personas. En esta oca-

sión, los premios, cuya gala de entrega se celebraba en la conocida sala madrileña Kapital, han estado patrocinados por Samsung, Western Digital y Medion.

“Como mayorista de referencia en España, hemos querido reunir un año más a fabricantes y distribuidores en esta ‘fiesta de la tecnología’ y distinguir de nuevo los mejores productos, los mejores proyectos y las empresas más representativas para el canal”, ha explicado Pedro Quiroga, CEO de MCR.

Por su parte, Eduardo Moreno, director general de MCR, ha subrayado que “una vez más, estamos enormemente satisfechos del resultado, ya que disfrutamos de una noche especial donde centenares de profesionales del sector pudieron compartir experiencias y tomar el pulso al mercado, y donde se han otorgado unos premios que vota directamente el canal, y que suponen un reconocimiento público para los productos y empresas galardonados”.

Cumplir
11 años es una muestra de que
los Premios MCR ya están consolidados



MCR Y SUS PREMIOS 2018



20 GALARDONES

En la gala de los Premios MCR 2018 se otorgaron veinte galardones para otras tantas categorías, con foco en áreas como PCs, monitores, tarjetas gráficas, placas base, almacenamiento, proyección, periféricos, gaming, IoT, sonido o AV Pro, sin olvidar, por supuesto, los premios a la mejor empresa de innovación tecnológica y a la mejor solución empresarial.

A la hora de entregar los Premios se valora, sobre todo, "la calidad". En este sentido, y tal y como explica Pedro Quiroga, "los fabricantes suelen presentar a concurso sus gamas más altas y los productos más innovadores y de más prestigio". No obstante, "en algunas ocasiones, los distribuidores, que son los que votan, premian que sean productos de mucho éxito".

VALORACIÓN DE MCR DE 2017 Y PREVISIÓN PARA 2018

En declaraciones a IT Reseller, Pedro Quiroga, CEO de MCR, ha querido hacer balance de 2018: "Hemos cosechado un gran año gracias a que somos una empresa muy innovadora, introduciendo nuevos productos que nos demanda el mercado para seguir ofreciendo las soluciones más adecuadas".

Con la vista puesta en 2019, el mayorista, al margen de cuidar sus líneas de trabajo habituales, seguirá avanzando en el segmento B2B, donde tiene puestas muchas ilusiones ya que es un área realmente novedosa para la compañía. "Dentro de este ámbito, pondremos especial énfasis en digital signage, para el que hemos creado una división específica, que nos está permitiendo alcanzar los objetivos iniciales marcados y que nos dará grandes alegrías en el futuro inmediato".

LA OPINIÓN DE LOS PATROCINADORES

Los Premios MCR 2018 contaron con tres patrocinadores: Western Digital, Samsung y Medion. Gracias a esta iniciativa, las tres marcas volvieron a mostrar su apoyo al canal de distribución, en general, y a MCR, en particular.

Óscar Alcaraz, Country Manager de Western Digital Iberia, quiso recordarnos la oportunidad que supone para su compañía encontrarse en estos premios con buena parte del sector y conocer las novedades del mercado de la

El objetivo de estos premios es reconocer aquellas marcas que han gozado de una mayor aceptación y que más han contribuido al crecimiento del negocio



WESTERN DIGITAL EN LOS PREMIOS MCR 2018

mano de MCR. Analizando 2018, el directivo ha remarcado "su satisfacción por un año realmente importante para la compañía, en el que se ha consolidado la integración de sus tres marcas, tanto Western Digital en discos duros y SSD, como Sandisk en lo concerniente a almacenamiento para telefonía o cualquier tipo de dispositivo, y la introducción de la tercera rama, G-Technology, en la que tenemos puestas grandes expectativas". De cara a 2019, la premisa de la compañía pasa por ofre-

cer al cliente la mejor solución y conseguir que "el mercado, cuando piense en almacenamiento, piense en Western Digital, ya que, como líder de la categoría, cuenta con el porfolio más amplio", argumenta Alcaraz. "Todavía hay productos de nuestro catálogo que no son demasiado conocidos, principalmente en el ámbito de la movilidad, y el próximo año trabajaremos en ello".

Por su parte, Eugenio Jiménez, Responsable del negocio de Almacenamiento de Samsung en España, desta-

có que los Premios MCR suponen "un voto de confianza a nuestra compañía por parte de MCR y del canal de distribución, que nos ayuda a cosechar tantos éxitos a través de nuestros productos, y que están ayudando a nuestros clientes a mejorar su productividad, que, en definitiva, es su mayor objetivo". Haciendo balance del año que nos deja, el directivo ha querido destacar que 2018 "ha sido un año espectacular, en el que hemos batido records de ventas, ya que la tecnolo-



SAMSUNG EN LOS PREMIOS MCR 2018



gía SSD ha roto barreras psicológicas de precios, lo que ha promovido que la revolución del SSD esté teniendo lugar en detrimento del disco duro interno y externo tradicional". Con la vista puesta en 2019, Samsung se apalancará principalmente en el mundo del B2B, que está adoptando la tecnología SSD de manera masiva, debido a sus altos índices de productividad, rapidez y seguridad. En lo que concierne a retail y canal, el fabricante seguirá cultivando estos segmentos con objeto de que "el

próximo año volvamos a cosechar otro magnífico año", argumenta Jiménez.

Por último, Nuria García, Directora de Ventas de Medion España, también quiso destacar la importancia de estos premios para la industria y el hecho de participar de ellos para una compañía como Medion, que valora tanto la innovación. Este año "hemos obtenido importantes crecimientos entre nuestros principales clientes, hemos ampliado nuestro número de referencias con portátiles y sobremesa principalmente en el área de

gaming, pero también hemos introducido otras categorías de producto, que resultaban vitales para nuestra estrategia, como accesorios de gaming, monitores y, principalmente, productos para el hogar como pequeños electrodomésticos de gama blanca con muy buena relación calidad/precio", explica la directiva. De cara a 2019, Nuria García vaticina otro año de crecimientos, principalmente porque la corporación germana desarrolla numerosas líneas de producto que van aterrizando progresivamente en sus distintas



MEDION EN LOS PREMIOS MCR 2018



¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



regiones. Al margen de consolidar las soluciones recientemente incorporadas y comunicar al mercado de manera más óptima todo su porfolio de productos, “el próximo año sumaremos alguna nueva línea, como es el caso de la domótica, también conocida como Smart Home, que en Alemania ya estamos comercializando con éxito”, concluye. ■

MÁS INFORMACIÓN

- [MCR](#)
- [MCR pone el catálogo de SAIs de Riello UPS a disposición del canal](#)
- [Arrancan con éxito las jornadas MCR B2B Go!](#)
- [Xiaomi elige a MCR para el lanzamiento de Mi Band 3 en España](#)

Listado de premiados

- ★ Mejor PC sobremesa: MEDION X77 GAMING
- ★ Mejor Monitor: LG 34WK95-W 34"
- ★ Mejor Portátil: Acer SWIFT SSD514-5178K
- ★ Mejor tarjeta gráfica: Asus ROG STRIX-RTX2080TI
- ★ Mejor placa base: Gigabyte Z370 AORUS
- ★ Mejor SSD externo: WD MyPassport Wireless
- ★ Mejor SSD interno: Samsung 860 EVO
- ★ Mejor memoria flash: Sandisk Extreme microSDXC
- ★ Mejor proyector: BenQ TH683 DLP
- ★ Mejor caja de gaming: Corsair Crystal 570X RGB
- ★ Mejor monitor de gaming: Samsung C49J890 49"
- ★ Mejor portátil de gaming: MSI GS65 Stealth Thin
- ★ Mejor periférico: DXRacer R-Series
- ★ Mejor dispositivo de juego: HTC VIVE-PRO
- ★ Mejor dispositivo de sonido: Hércules DJ Control Inpulse 300
- ★ Mejor producto IoT: Xiaomi MI Electric Scooter
- ★ Mejor dispositivo para el hogar: GIGATV HD870 4K
- ★ Mejor solución AV Pro: LG Professional D-LED
- ★ Mejor empresa de innovación tecnológica: . . . Samsung
- ★ Mejor solución empresarial: Intel



En la gala de los **Premios MCR 2018** se otorgaron **veinte galardones**

El centro de datos del futuro

En los últimos años el ecosistema digital ha cambiado mucho, conduciendo a las empresas hacia un proceso de transformación que está revolucionando su forma de hacer negocios y modificando la base tecnológica en la que se sustentan. Y lo mismo está sucediendo con las instituciones públicas y privadas,

que cada vez entienden mejor el valor que puede aportar una buena gestión de los datos. El nuevo paradigma del éxito es el de las organizaciones movidas por los datos, con información que proviene de diversas fuentes y debe ser adecuadamente almacenada, catalogada y procesada para extraer de ella todo el valor posible. Pero, para hacer

realidad este nuevo concepto, no sirven las infraestructuras clásicas, y los centros de datos tradicionales están dando paso a un nuevo modelo en el que gran parte de la carga TI se delega en proveedores de servicios en la nube privada y pública. Esto conforma un esquema de infraestructura híbrida que proporciona más flexibilidad para el

El entorno de los centros de datos se está volviendo cada vez más complejo, a medida que las empresas y los gobiernos comienzan a conocer y explotar el potencial de los datos que manejan. Los viejos esquemas tecnológicos están dando paso a infraestructuras híbridas que combinan los recursos locales con los servicios en la nube privada y pública, conformando una arquitectura diversificada que plantea grandes retos en distintos ámbitos.

desarrollo de nuevas aplicaciones y para la innovación en general. Así, las organizaciones sólo mantienen en local las cargas de trabajo más críticas y, en muchos casos, el almacenamiento secundario de respaldo, lo que permite reducir la huella TI en sus instalaciones y contener el gasto.

En medio de esta evolución, la seguridad ha ido alcanzando cada vez más importancia. Por un lado, mantener la integridad de la información en las complejas infraestructuras híbridas requiere de nuevas estrategias, que permitan evitar o paliar las interrupciones del servicio y garantizar la recuperación de datos en caso de desastre. Por otra, la ciberseguridad se ha convertido en un factor clave para las empresas y los proveedores de servicios en la nube. Los ciberdelincuentes han cambiado su estrategia, pasando de atacar principalmente a particulares a volcar sus esfuerzos en el secuestro, robo y destrucción de información almacenada en centros de datos de empresas y Administraciones Públicas. Todos estos factores hacen que la seguridad en los datacenters sea una cuestión prioritaria para sus administradores, quienes deben valorar los riesgos existentes e implementar todas las medidas necesarias para garantizar la integridad de la información, reducir la posibili-

dad de sufrir intrusiones y prepararse para los posibles desastres.

ANÁLISIS DE RIESGOS

El primer paso para asegurar un datacenter es realizar una evaluación de los riesgos, en la que se deben contemplar los aspectos de hardware, operativa del centro de datos, software, comunicaciones y seguridad física de las instalaciones. De los resultados de este profundo análisis deben surgir las líneas de acción que se seguirán para elaborar el plan de seguridad integral del centro de datos. Además, este plan debe ser revisado cada poco tiempo para detectar posibles nuevas amenazas, sobre todo cuando se modifican partes de la infraestructura o se añaden nuevos servicios. Esta labor corresponde al responsable de seguridad, quien debe trabajar estrechamente con los demás departamentos implicados, desde el personal que lleva a cabo el control de accesos al que realiza el mantenimiento, el que opera las instalaciones y el que gestiona el uso de las redes de datos internas y externas.



Esta es la primera línea de defensa de un datacenter, independientemente de que se encuentre en un edificio ya de por sí seguro. Es vital instalar un control de accesos adecuado y elaborar una estricta política de permisos que regule quién puede acceder a las instalaciones. Los expertos recomiendan implementar una combinación de seguridad biométrica con un circuito cerrado de televisión para monitorizar el flujo de personas. Y, asimismo, se debe proteger la red por la que viaja tanto el vídeo de las cámaras como la información de los sistemas de control de acceso, para evitar que sean vulnerables ante un posible ataque. Otro de los aspectos fundamentales de la seguridad física de un datacenter es la protección del equipo que se encuentra en su interior. Estos entornos generan mucho ca-

Se están incorporando técnicas de aprendizaje automático para mejorar su desempeño en los centros de datos



lor y, si fallan los sistemas de enfriamiento, podría producirse un incendio. Por ello es vital contar con una planificación adecuada de los mecanismos de detección de temperatura, humedad, humo, etcétera, e instalar todos los sistemas necesarios para el control de incendios. Además, en las instalaciones más expuestas al medio ambiente se deben tener en cuenta otros factores como las posibles inundaciones o el efecto de los vientos, los cambios de presión y las tormentas eléctricas, que podrían afectar al edificio del centro de datos y dañar los equipos.

SEGURIDAD EN LAS REDES DE DATOS MODERNAS

La infraestructura TI de las empresas actuales está cada vez más diversificada, y en ella se combinan las instalaciones locales con diversos servicios en la nube y, cada vez más, con centros de datos distribuidos en el borde de su red de negocios. Para que todo funcione de forma óptima se enlaza toda esta infraestructura mediante una estructura de red empresarial propia y subcontratada a operadores. Gestionar la vasta red interconectada con el centro de datos de una empresa requiere un elevado nivel de seguridad, ya que en ella se combinan servicios de nube públi-

Nuevo centro de datos para modernizar el Metro de Madrid

Recientemente, la Comunidad de Madrid ha iniciado un plan para la transformación digital de la red de Metro, con la construcción de un nuevo centro de datos y un Centro de Control de Operación de Red (CCOR). Con la adopción de las nuevas tecnologías de la información la Administración quiere implantar un nuevo modelo de prestación de servicios a los clientes.

Con este plan global, la Comunidad de Madrid quiere convertir la red de Metro en una de las más modernas del mundo, y ya ha diseñado un nuevo modelo tecnológico basado en los datos, que facilitará y agilizará a los usuarios la compra de los billetes y el acceso a las instalaciones.

Además, permitirá a la entidad operar sus instalaciones de una forma más sencilla y

automatizada, desde un sistema centralizado que se servirá de las nuevas tecnologías de información y comunicaciones. Para ello planea construir un nuevo centro de datos y un Centro de Control de Operaciones de Red (CCOR), que sustituirá al actual Puesto de Control. La planificación correrá a cargo del Centro Tecnológico de la Estación 4.0, ubicado en Canillejas, que se volcará en el desarrollo del concepto de "estación del futuro". El nuevo centro de datos ocupará una superficie de 6.000 m², y estará diseñado para ofrecer la máxima disponibilidad y tolerancia a fallos, con una seguridad mejorada y capacidad para futuras ampliaciones de cara a las próximas dos décadas. Esta será la base para implementar un nuevo sistema tecnológico que abarcará toda la

red de Metro, y mejorará el servicio en tres frentes: información al viajero, seguridad y control automático de las estaciones.

Con el sistema integrado para la gestión de los datos los viajeros obtendrán mejor información de los servicios de Metro de Madrid, y la organización será capaz de conocer mejor el estado de la red en todo momento. La mejora de la seguridad abarcará diferentes frentes, desde el control de accesos a la vigilancia y la gestión de incidencias. El último punto fundamental del plan es implantar un sistema de control a distancia de las instalaciones, que permitirá a los empleados de una estación controlar los sistemas a través de un dispositivo electrónico, facilitando las operaciones. El plan se pondrá a prueba inicialmente en la línea 8 de Metro, y posteriormente se extenderá al resto de líneas para abarcar toda la red. Según ha explicado Ángel Garrido, Presidente de la Comunidad de Madrid, el Centro Tecnológico "anticipa el mundo que viviremos en la próxima década, y eso nos permite probar los prototipos que van a permitir mejorar la calidad del servicio de Metro, ya sea en lo relativo a las formas de acceso, seguridad, comodidad o información al usuario".



ca con cargas de trabajo de diversa naturaleza, en las que intervienen servidores dedicados y virtualizados, a los que se conectan los diferentes clientes y departamentos de la compañía. Cada una de estas áreas requiere especial atención, ya que conlleva sus propios riesgos en materia de seguridad. Por ello, es vital evaluar todas las amenazas que pueden provenir de las diferentes redes que componen la red empresarial, e implementar las capas de protección adecuadas en cada caso. Cuanto más compleja sea la infraestructura del centro de datos y las necesidades operativas de las empresas, más importante es realizar una adecuada evaluación de ries-

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

gos e implementar un software y unas políticas de seguridad de última generación.

Por otro lado, aunque los proveedores de servicios en la nube ofrecen ciertas garantías en materia de seguridad, cuanto más compleja sea la interacción entre la infraestructura local y los servicios externos, más “huecos” puede haber en la seguridad, que un ciberdelincuente podría explotar para acceder a los datos del centro de datos local. Por ello, los expertos recomiendan a las

empresas tomar las riendas de la seguridad, tanto de su centro de datos como de las comunicaciones externas, incluso con los proveedores cloud, y delimitar claramente la responsabilidad de estas empresas subcontratadas en materia de seguridad. Además, es importante integrar todas las herramientas de seguridad en un sistema integral de gestión del centro de datos.

MACHINE LEARNING PARA ADMINISTRAR LA ENERGÍA DEL CENTRO DE DATOS

La buena gestión energética de los centros de datos es vital para mantener las instalaciones en marcha con el menor coste posible. En la evolución del sector se ha encontrado que las tecnologías de aprendizaje automático pueden ayudar mucho en este campo, y los principales proveedores de estos equipos ya han comenzado a utilizarla para optimizar el consumo de sus clientes. A lo largo de los años los centros de datos han ido transformándose para integrar cada vez más inteligencia, con lo que se persiguen mejoras en el gasto energético que generan, por ejemplo, los sistemas de enfriamiento. Muchos expertos del sector esperan que las herramientas que se basan en esta tecnología proporcionen mejoras a los centros



ENCUESTA GLOBAL BLOCKCHAIN 2018 DE DELOITTE

Global Blockchain Survey 2018 elaborado por PwC a partir de entrevistas a 600 ejecutivos de grandes empresas internacionales, señala, entre otras conclusiones, que el 84% de estos responsables aseguran tener en marcha iniciativas relacionadas con esta tecnología.

de datos, que se traducirán en un menor coste y en una mejor administración de los sistemas en instalaciones que cada día se vuelven más complejas y difíciles de administrar. Donde más se está aplicando la inteligencia artificial en los datacenters es en el campo de la refrigeración, que es donde más energía se desperdicia con una mala gestión. A lo largo de este año se han visto muchos avances en este campo, de la mano de algunos de los principales operadores de centros de datos hiperescala, como Facebook, y numerosas iniciativas de comunidades de desarrollo Open Source para el sector data center.

Pero otro de los sistemas en los que se están aprovechando las nuevas tecnologías inteligentes, y que quizá tiene menos publicidad, es el de los sistemas de energía para centros de datos. Actualmente los principales diseñadores de estos equipos están incorporando técnicas de aprendizaje automático para mejorar su desempeño en los centros de datos. Con ello se puede optimizar más el cálculo de la energía que se necesita para mantener los equipos en funcionamiento, y se persigue alcanzar una capacidad predictiva que permita prever la potencia necesaria en cada situación, mejorando el desempeño energético general y reducir aún más el gasto.



Las soluciones que están implementándose en los centros de datos más avanzados cuentan con una gestión de la energía definida por software, y con hardware "inteligente", capaz de distribuir la energía optimizando el consumo de todos los equipos. Según sus creadores, esto permite gestionar el suministro de forma dinámica para adaptarse a las necesidades cambiantes de las distintas infraestructuras que operan en los centros de datos. Mediante el aprendizaje automático, el software de administración de energía aprende de la actividad de todos los sistemas para entregar la potencia necesaria de forma cada vez más eficiente.

El principal problema de los sistemas de energía en los centros de datos es que,

para garantizar el funcionamiento constante de la infraestructura, se instalan sistemas redundantes. De esta forma, si falla un equipo, se activa automáticamente el suministro del otro. Esto implica tener constantemente en marcha las dos instalaciones y, aunque no estén funcionando al 100%, generan un cierto consumo "en vacío". Los diseñadores de sistemas de energía más avanzados están trabajando para conseguir eliminar la necesidad de esta redundancia, pero de momento no existe una solución si se quieren alcanzar los máximos estándares de confiabilidad.

Mientras tanto, la mejor forma de lograr una buena gestión energética es mediante la inteligencia artificial, en forma de software de gestión "inteligente", que aplica el

La inteligencia artificial está penetrando en las diferentes áreas del centro de datos, por lo que el futuro pasa por sistemas integrales de gestión de las instalaciones

machine learning para optimizar el uso de la electricidad. Además, algunos proveedores ofrecen la posibilidad de usar esta información en un emulador, para calcular el coste energético que tendrán futuras ampliaciones de racks y servidores en el centro de datos. Teniendo en cuenta cómo la inteligencia artificial está penetrando en las diferentes áreas del centro de datos, el futuro pasa por sistemas integrales de gestión de las instalaciones. Con el más moderno software de administración DCIM, los operadores pueden tener una visión holística de todas las instalaciones, controlando al milímetro el funcionamiento de los equipos, los sistemas de refrigeración y de energía. Incluso los de seguridad cibernética y presencial. Este parece ser el futuro del sector, aunque aún hay que avanzar en el desarrollo de nuevas tecnologías de monitorización, análisis y procesamiento de datos en tiempo real, para desarrollar modelos que proporcionen la capacidad de predecir cómo mover desde las cargas de trabajo a la energía necesaria para los equipos en los momentos de pico y valle de actividad.

LOS ASISTENTES DE VOZ EN EL CENTRO DE DATOS

Amazon, Google y otros gigantes de Internet quieren que los asistentes personales

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

se conviertan en el centro de la vida digital de las personas. Pero estos sistemas no se limitan al ámbito del gran consumo, sino que están encontrando nuevas e interesantes posibilidades en el entorno empresarial, y en el futuro estas interfaces de voz podrían impulsar una nueva forma de gestión de los centros de datos. Un reciente artículo publicado en Data Center Frontier analiza las posibilidades que podrían ofrecer los asistentes personales en el entorno de los centros de datos. Por ahora, el principal enfoque de estos sistemas de interacción hombre-máquina es el de facilitar a las



personas el uso de sus tecnologías personales, y grandes compañías como Google, Apple o Amazon ya proporcionan estos servicios a través de plataformas móviles. Pero la utilidad para el ámbito profesional ya ha pasado de ser un concepto a hacerse realidad. Por ejemplo, Amazon comercializa una versión de Alexa enfocada al ámbito empresarial, que permite realizar varias tareas a través de simples comandos de voz. Se sirve de la inteligencia de datos aplicada a la empresa para, por ejemplo, convocar una reunión. Tras una orden de un directivo, es capaz de acceder a la agenda de la empresa, a los dispositivos móviles de los empleados y al sistema de reserva de salas para determinar si es posible programar la reunión, o si se debe llevar a cabo en otro momento, e informa a los asistentes. Este



CIBERRIESGOS: SU IMPACTO EN LAS PYMES

Los ciberataques pueden acarrear consecuencias nefastas para la supervivencia de cualquier empresa. Con el fin de ayudar a prevenir y gestionar este tipo de riesgos, CEPREVEN, CEPYME y UNESPA han elaborado esta guía, un compendio de buenas prácticas que permitirá a las pymes conocer cómo enfrentarse a los riesgos y protegerse ante incidentes.

es solo un ejemplo de lo que permiten realizar los asistentes de voz en el entorno empresarial, pero pueden llevar a cabo muchas otras acciones, como facilitar el acceso a información económica y operativa, o enviar comunicaciones internas y externas.

Esto es posible gracias a la inteligencia del dato que las empresas más desarrolladas están integrando en sus procesos internos. En ello interviene el reconocimiento de lenguaje natural, el aprendizaje automático, la inteligencia artificial y diversos sistemas automatizados integrados en las instalaciones de la empresa. Este conjunto de sistemas que facilitan la comprensión de los datos y la interacción entre los humanos y la tecnología digital se conoce como sistemas cognitivos, y los expertos prevén que agilizarán las operaciones de las empresas en los próximos años. Como ejemplo, IDC pronostica que la cantidad global de información que estará sujeta al análisis de datos crecerá un 50% hasta 2025, llegando a los 5,2 Zetabytes. Y el volumen de datos que será procesado por sistemas cognitivos crecerá hasta 1,4 Zetabytes en 2025.

Y todos estos datos se encuentran en data centers, ya sea dentro de las empresas o en infraestructuras en la nube, y crecen a un ritmo vertiginoso. Por ello, los desarrolladores de software para la



administración de infraestructura en centros de datos (DCIM) se afanan en crear sistemas cada vez más inteligentes, que simplifiquen la gestión de instalaciones cada vez más complejas, que dan servicio a multitud de clientes a la vez. La administración de estas infraestructuras es compleja y, gracias a la inteligencia artificial y al aprendizaje automático aplicados a este software, se simplifica la tarea de los responsables de TI. Estos nuevos sistemas DCIM inteligentes controlan de forma automática determinados sistemas críticos, y cada vez abarcan más campos, como la ciberseguridad y el flujo de datos, entre otros. Pero aún queda un campo en el que se puede aplicar más inteligencia, y es la interacción con los administradores y demás personal técnico.

Aquí es donde intervienen los sistemas denominados VoiceOps, que son los asistentes de voz como Alexa y similares. Los expertos opinan que estas tecnologías pueden tener mucho futuro en los centros de datos inteligentes del futuro próximo. Con estos sistemas, los responsables de TI y los técnicos podrían interactuar con


los sistemas empleando meros comandos de voz, tanto para obtener información en tiempo real como para tomar decisiones y realizar cambios, sin necesidad de recurrir a una máquina física, y pudiendo operar desde cualquier lugar de las instalaciones.

Los líderes de TI están apostando cada vez más por la inteligencia y la innovación para los centros de datos, y una reciente encuesta de AFCOM revela que el 52% de ellos están aprovechando las nuevas técnicas de análisis de datos, y el 42% tecnologías de Big Data. A medida que los diseñadores y administradores de centros de datos dotan de más inteligencia a sus infraestructuras, surgen nuevas ideas sobre cómo facilitar la administración de los sistemas, y se buscan nuevas formas proactivas de agilizar la gestión y el control de las instalaciones. Los desarrolladores de software DCIM se encuentran a la vanguardia de esta transformación, y no pocos ven con buenos ojos la introducción de sistemas VoiceOps para operar con más facilidad. Algunos, incluso, lo consideran como el siguiente paso lógico en el desarrollo de esta tecnología.

Si quiere conocer cómo estas nuevas tendencias afectarán al ecosistema de partners, consulte a continuación la cobertura de un debate realizado junto a algunos de los principales jugadores del sector. ■



MÁS INFORMACIÓN

-  [El gobierno de Navarra presume de datacenter](#)
-  [Arranca el primer centro de datos positivo en carbono](#)
-  [Google invierte 600 millones de euros en un nuevo datacenter en Dinamarca](#)
-  [Huawei creará un centro de datos TIER III para una gran tecnológica de Bahrein](#)
-  [OCP abre un centro de experimentación para centros de datos de código abierto](#)



La transformación Digital ya es una realidad.

En Ingram Micro te ayudamos a **asesorar a los negocios tradicionales en su transformación y posicionamiento** frente a las nuevas startups digitales.



Contacta con nosotros y te daremos respuesta a tus necesidades:
contacto@imtxd.com



La importancia del **centro de datos moderno** en la transformación digital, a debate

Está siendo un gran año para el centro de datos. La necesidad de transformación de las organizaciones ha impulsado este negocio y, con él, todas las áreas que lo ocupan: almacenamiento, servidores, hiperconvergencia, redes, seguridad, software... ¿Cómo está evolucionando el canal de distribución en España para sacar partido de esta revolución? ¿Cómo está ayudando el fabricante y el mayorista a sus partners para apostar por una mayor especialización? De estos y otros muchos aspectos debatimos con directivos de Einzelnet, Huawei, Infinidat, Ingram Micro y Vertiv. Pablo García Reales



En la actualidad, las organizaciones dependen cada vez más del uso efectivo de la tecnología, no solo para gestionar los procesos de negocio, sino para generar nuevas fuentes de diferenciación competitiva. En este contexto, el éxito o el fracaso de las estrategias empresariales están muy vinculados con la eficacia y eficiencia de sus servicios de TI. Tradicionalmente los centros de datos se han situado en la misma ubicación que los recursos TI, en una estrategia de mini-

mizar la latencia y, por tanto, alinearla con la planificación del data center. Sin embargo, en el contexto digital donde las tecnologías de tercera plataforma como cloud computing configuran un nuevo escenario de operación para las empresas, el reto presente consiste en alinear las características de los centros de datos actuales de la mayor parte de las empresas con este nuevo elenco de escenarios de operación, así como ser capaces de atender las demandas futuras de la organización.

La necesidad de transformación de las compañías ha impulsado el segmento del data center y, con él, todas las áreas que lo ocupan: servidores, almacenamiento, hiperconvergencia, redes, seguridad, software... pero, ¿cómo están percibiendo la evolución de este sector los jugadores que forman parte de él? "El data center se está adecuando a las necesidades de negocio de las empresas y se está entendiendo cómo optimizar los recursos de TI en línea con los objetivos de las organizaciones, con soluciones en cloud que permitan desarrollos más ágiles, adaptándose en materia de seguridad o de cumplimiento normativo como GDPR", explica Oscar García Montero, Responsable de Desarrollo de Negocio del integrador Einzelnet.

Carlos Delso, Director de Alianzas y Partners en Huawei Enterprise España, considera que "la evolución del data center ha sido exponencial, y que la cantidad de datos que se manejan hoy antes era impensable con las estructuras clásicas. Se ha producido una transición hacia grandes data centers y a modelos cloud, y las empresas han decidido hacer outsourcing o delegar parte de sus aplicaciones. Pero donde realmente hemos avanzado es en la eficiencia, ya que se han generado data centers muy eficien-

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



LA IMPORTANCIA DEL CENTRO DE DATOS MODERNO EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

tes tanto en rendimiento como en gestión energética, que han redundado en el coste. Antes las cuentas no salían, y gracias a este proceso de optimización de la eficiencia la rentabilidad del data center es mucho más factible”.

Las prioridades de los centros de datos tienden a centrarse en la gestión e integración de los sistemas y en la mejora de las

habilidades del personal. Los aspectos más técnicos, relativos al consumo y suministro de energía, la refrigeración y la capacidad, son también una prioridad. Pero uno de los que más despiertan el entusiasmo de nuestros contertulios, como ya se ha visto, es la eficiencia. “El aspecto que más ha determinado la evolución del data center ha sido la mejora de su eficiencia tanto en el ámbito eléctrico y del espacio del data center, como en lo relativo a los equipos de profesionales que trabajan en ellos. Antes operaban equipos pequeños para cada vez más datos e infraestructura, y éstos han tendido a verse optimizados”, argumenta Gerardo San José, Director Técnico de Infinidat Iberia. Robert Ballart, Director de la división Advanced Solutions en Ingram Micro España, también

destaca la evolución del centro de datos en materia de agilidad, adaptabilidad y eficiencia. “Antes éramos los profesionales, las empresas, la industria, los que nos adaptábamos al data center, y esta nueva generación de centro de datos se está amoldando a las necesidades reales de las organizaciones. El siguiente paso es adaptar ese data center a las nuevas fórmulas financieras de negocio”.

Por su parte, Luis Casero, Field Marketing Manager de Vertiv para España y Portugal, ha subrayado la importancia del crecimiento exponencial de los datos. “Se está produciendo la transición entre la economía propia del siglo XX, basada en el petróleo, a la del siglo XXI, fundamentada en el dato. Y ese inmenso vo-

“

Es fundamental que los **partners** sean muy **robustos financieramente** para ser **flexibles** con el cliente en lo relativo a los nuevos **modelos de pago** que exige la nube y el nuevo data center

”

Oscar García Montero,
Responsable de Desarrollo de Negocio de Einzelnet

Clica en la imagen para ver
la galería completa



“

La gran **oportunidad para el canal** en torno al data center se halla en el **cloud híbrido y privado**, aportando valor a través de la **inteligencia**, la **analítica** y el **big data**”

”

Carlos Delso, Director de Alianzas y Partners en Huawei Enterprise España

BINOMIO CLOUD-DATA CENTER

La creciente irrupción de la movilidad, el entorno cloud computing y el uso cada vez más generalizado de la analítica de negocio están permitiendo explotar el valor de los datos y configurar un nuevo centro de datos que proporcione la agilidad necesaria dentro de este contexto de valor. “Estos elementos están influyendo mucho en su transformación. De hecho, muchas compañías se están replanteando incluso si han de tener o no un data center. Y muchos partners están tratando de evolucionar pero no saben exactamente cuál es su rol al respecto: si han de revender servicios de cloud provider y meterse más en la parte de analítica para dejar de lado la construcción del data center... Los propios integradores han de definirse”, reconoce

Carlos Delso, de Huawei. “Claramente va a desarrollarse otro tipo de data center con menos jugadores y los partners habrán de adaptarse para revender nuevos servicios y aportar una nueva capa de valor, en torno a la analítica, y adentrarse en nuevos nichos relativos a pequeños data centers de cloud híbrida y para aplicaciones específicas. Pero todavía no somos capaces de ver dónde terminará toda esta evolución y las oportunidades reales que se generarán. Solo somos capaces de discernir los cambios”.

Desde la perspectiva del mayorista, Robert Ballart, de Ingram Micro, apunta que “cada vez observamos con más intensidad que los clientes quieren contar con un modelo híbrido que les permita contar con algunos de sus servicios y aplicaciones en su

Clica en la imagen para ver la galería completa



lumen de datos se tiene que almacenar y procesar en algún sitio, es decir, en los centros de datos. Ésto, junto con el nacimiento de las nubes públicas y privadas, que también han permitido desarrollar más el gran data center y, en paralelo, el pequeño data center, es decir, el edge computing, determinarán el mercado”.

propio centro de datos y otros en la nube, trabajando con herramientas que les ayuden a moverlos de un lado a otro cuando lo consideren necesario. En el consumo de servicios, ya sea a través de un modelo u otro, o híbrido, es vital el pago por lo que se consume y cómo se consume, de software y hardware como servicio que brinde el data center. Por ello hay que adaptar

en el canal las fórmulas financieras para que los partners sepan cómo monetizar y rentabilizar cualquier inversión que realice el cliente al respecto. Y aquí el mayorista juega un papel determinante”.

Pero, ¿cómo casan entre el cliente final los mensajes del nuevo data center con la revolución que supone el fenómeno de la nube, sobre todo en lo que concierne a la cloud híbrida? ¿Los entiende siempre? “No”, responde taxativo Oscar García Montero, de Einzelnet. “Muchas veces el cliente nos dice que quiere ir al cloud pero realmente no conoce a fondo sus condicionantes. La nube tampoco es la panacea, ya que sus consumos pueden ser elevados y los análisis de costes se pueden disparar. Tenemos que ayudar al cliente a ajustar los data centers a sus necesidades reales, y que pueda mover servicios de un lado a otro de manera flexible.

Actualmente los modelos de cloud diseñados para mover cargas de trabajo son muy rígidos y una vez que te casas con un proveedor de cloud te ves atado a él”.

Además de esta rigidez, también hay que destacar la inflexibilidad inherente al data center en materia de costes, porque lo que se puede ahorrar una empresa en infraestructura se lo puede gastar en personal para gestionar el nuevo modelo. Son lo que la industria denomina “costes ocultos”. “Lo que está claro es que cualquier empresa reconoce que su volumen de datos se ha duplicado en los últimos dos años, lo cual supone el motor de todo. Y el cliente se tiene que replantear su estrategia al respecto: incrementar su infraestructura, lo cual revierte en más coste; aportar por la cloud pública, que tiene sus trampas, ya que hay que usarla y usarla bien por los costes ocultos de los que hablamos...

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



“

El motor de la evolución del data center radica en la cantidad de datos que los clientes usan y, por ende, en la estrategia para sacarles partido

”

Gerardo San José, Director Técnico de Infinidat Iberia

Clica en la imagen para ver la galería completa



“

Nosotros **acompañamos al partner** en este viaje, ya que, aunque él detecta las necesidades del cliente, **no siempre puede invertir en todas las especialidades** que el mercado le demanda, y nuestra economía de escala le ayuda a hacerlo

”

Robert Ballart, Director de Advanced Solutions en Ingram Micro España

Cada cliente busca su camino, dependiendo de su nivel de reticencia al cambio. Pero bajo nuestro punto de vista, el motor de todo, más que las necesidades de negocio, radica en la cantidad de datos que los clientes usan y, por ende, en la estrategia para sacarles partido”, enfatiza Gerardo San José, de Infinidat.

En este contexto nos encontramos que las nuevas cargas de trabajo de las empresas están orientadas a clientes, por lo que éstas necesitan que los activos situados en los data centers se hallen lo más cerca posible de centros de comunicaciones y de grandes ciudades. En este escenario, la localización geográfica importa cuando se trata de decisiones vinculadas con los centros de datos. Ya no es

válida la premisa que se utilizaba cuando se construía antes un data center: las cargas de trabajo y mejoras tecnológicas se operaban en un entorno fijo y predecible. En este sentido, Luis Casero, de Vertiv, recuerda que “hablar de mover cargas de trabajo a la nube y de ser flexibles afecta a los grandes centros de datos que alojan a los proveedores de cloud, que deben tener un modelo lo más flexible y dinámico posible, ya que el que sea más rápido para mover esas cargas de trabajo y asumir cargas adicionales será el que salga victorioso”.

En este sentido, IDC prevé que a finales de 2018 el espacio de los centros de datos pertenecientes a proveedores de servicios aumentará en 48,9 millones de metros

cuadrados en el mundo, de los cuales el 45,6% de los nuevos data centers pertenecerán a proveedores de servicios. Mientras que la infraestructura obsoleta conlleva inevitablemente un mayor coste, la construcción de un nuevo centro de datos ofrece la oportunidad de construir espacios de mayor eficiencia energética. En este sentido Carlos Delso, de Huawei, subraya la importancia vital de la capacidad de conectividad y latencia. “En un data center ya no solo corren usuarios que se encuentran en un único entorno, sino que muchos operan en entornos cloud o de software como servicio, de ahí que sea vital la latencia y que los data centers dispongan de muy buena conectividad. Y como todo ello ha de estar rodeado de las mejores opciones

Clica en la imagen para ver la galería completa



“

El nacimiento de las nubes públicas y privadas, que también han permitido desarrollar más el gran data center y, en paralelo, el pequeño data center, es decir, el edge computing, determinarán el mercado

”

Luis Casero, Field Marketing Manager de Vertiv para España y Portugal

en seguridad y gestión energética, solo algunas grandes organizaciones se pueden permitir tener un data center propio y, aun así, se lo están replanteando. Por ello, en este campo los que están invirtiendo en grandes data centers solo son los proveedores de cloud”.

Oscar García, de Einzelnet, discrepa de las opiniones de algunos de sus contertulios en lo relativo a que todas las cargas de trabajo vayan a derivarse a grandes data centers, ya sea por tema de costes o por necesidades propias del negocio. “Muchos servicios que siempre han estado alojados en el CPD se están migrando al cloud, como el correo electrónico, las consolas de seguridad o los servicios colaborativos”, apostilla.

EL DATA CENTER DEL FUTURO

Según IDC, las características que determinarán los data centers del futuro son las siguientes: manejo de nuevas cargas de trabajo, evolución al concepto de smart data center, consolidación del edge computing y eficiencia energética.

En lo que concierne a la gestión de nuevas cargas de trabajo, mientras que los actuales centros de datos están orientados a la gestión de la información del empleado, back-office y a sistemas de registro de información interna, las estimaciones de IDC apuntan a que el 65% de las inversiones de infraestructura en el data center serán para sistemas de relación, conocimiento y acción, frente al mantenimiento de los sistemas de regis-

tro actuales. En línea con las predicciones de la firma analista que apuntan que en el año 2020 el 50% del gasto de TI estará asociado a datos, las empresas requerirán mejores infraestructuras de comunicaciones con el exterior. Gerardo San José, de Infinidat, considera que la inteligencia artificial aplicada al manejo de estos datos también será clave en el futuro.

En segundo lugar, se producirá una evolución al concepto de smart data center. En este entorno de valor, las empresas buscan data centers con un nivel avanzado de instrumentación, que use la automatización para aumentar la eficiencia, asociando el gasto de TI al retorno obtenido en el negocio. Para ello, la automatización y gestión del data center es crítica,

Clica en la imagen para ver la galería completa



con la premisa de dedicar sus recursos a otras tareas de valor añadido para el negocio. Con objeto de lograr esta capa "smart", el data center necesariamente deberá contar con un alto nivel de sensorización, convirtiéndose en un entorno de IoT que permita ventajas como mantenimiento predictivo, así como una mayor eficiencia de utilización de recursos y de energía. Sin embargo, esta sensorización provocará de por sí un aumento de los datos en la organización. Oscar García Montero, de Einzelnet, apunta en este sentido que todo esto "tiene que ver con la Industria 4.0, ya que la sensorización generará muchos datos y la capacidad de tomar decisiones en tiempo real en una fábrica, en una industria será vital".

En lo concerniente a la consolidación del edge computing, IDC vaticina que el 30% de los activos TI residirán en micro-data centers y puntos de servicio fuera de localizaciones centralizadas (edge computing). La proliferación de dispositivos móviles, servicios basados en cloud e Internet de las Cosas (IoT) están redefiniendo la forma de plantear la topología física de los centros de datos. Los flujos de información entre las distintas fuentes de información se deberán coordinar más eficientemente y tanto las grandes como las pequeñas

empresas están en proceso de rediseñar y hacer nuevas inversiones en la red.

Si bien, es el ámbito de la eficiencia energética en el que coinciden todos nuestros entrevistados como el factor más relevante de cara al futuro. "Curiosamente en España el precio medio de la electricidad es superior al de nuestro entorno, y cada vez existe una mayor mentalidad entre los clientes sobre su importancia, aunque sea por el ahorro de costes que conlleva. Al final, el cliente año tras año cuenta con el mismo presupuesto de inversión en tecnología. Si su volumen de datos crece al 50% y su necesidad de cómputo al 30%, solo puede afrontarlo siendo más eficiente y desarrollando muchas más iniciativas", argumenta Gerardo San José, de Infinidat. IDC apunta que el 8% de los nuevos data centers usarán energías renovables o alternativas como fuente principal de alimentación, mientras que las nuevas arquitecturas de refrigeración y de rack continuarán mejorando la eficiencia energética. Durante los próximos tres años los operadores irán introduciendo progresivamente fuentes de energía renovables tales como hidráulica, geotérmica o eólica, proporcionando una fuente de energía más fiable y con costes razonables y predictivos. Esta estrategia empezará como suplemento a las fuentes

de energía actuales y evolucionará hasta convertirse en la fuente primaria de energía. Mientras esta tendencia se identifica principalmente con un ahorro de costes, los operadores también buscan impactos positivos para el medio ambiente en su operación, que les harán más atractivos para sus clientes. Según Carlos Delso, de Huawei, "el ahorro energético es uno de los elementos en materia de costes más importante en un data center, y en muchos

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



casos el mayor. Es un tema de ahorro de costes, no nos engañemos, y sí, el dato es el nuevo petróleo, pero también es el nuevo carbón. Es decir, algunos datos hay que usarlos y otros no, ya que cada uno tiene su valor. Nadie va a cuestionar que se debe invertir lo que haga falta en almacenar, analizar y proteger la cuenta de resultados de su empresa, pero quizá se tiene que plantear que no merece la pena almacenar todo lo que sus cámaras de seguridad graban, por ejemplo”.

Luis Casero, de Vertiv, añadiría un quinto elemento a esta lista: la rapidez en el despliegue de los centros de datos, tanto grandes como pequeños. “El que sea más rápido en poner a disposición un centro de datos, saldrá beneficiado”, vaticina. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Hiperconvergencia: un mercado con grandes ventajas para el canal](#)



[Los servicios, clave para el negocio del canal en el campo de la hiperconvergencia](#)



[Claves para resolver la complejidad TI y acelerar la transformación digital](#)

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



El papel del partner en el nuevo data center

Pero, ¿cómo está evolucionando el canal en España para sacar partido del nuevo data center? “Se está transformando y no le queda otra, no nos queda otra. Con esta nueva ola de centros de datos de la que estamos hablando, el canal está percibiendo que hay nuevos servicios de migración o balanceo de carga que el cliente está demandando, y que el canal que sea capaz de ofrecerlos, y de manera muy dinámica, se llevará el gato al agua”, responde Robert Ballart, de Ingram Micro.

Por el contrario, Gerardo San José, de Infinidat, fabricante de almacenamiento de reciente aterrizaje en España, reconoce las dificultades para encontrar al canal que desea. “Buscamos canales proactivos que estén cerca del cliente y que no esperen que el fabricante y el mayorista muevan el mercado para que ellos recojan los frutos”. Carlos Delso, de Huawei, por su parte, considera que en algunos casos el canal se está ya transformando, y que “la gran oportunidad para el canal en torno al data center radica en el cloud híbrido y privado, aportando valor a través de

la inteligencia, la analítica y el big data”.

Oscar García, de Einzelnet, reconoce que “nosotros, como integradores, veíamos esto de la nube al principio con cierto temor, como todos, pero supimos rápidamente readaptarnos creando nuevos servicios y desarrollando modelos de cloud híbrido, que nosotros proporcionamos a nuestros clientes, buscando mecanismos que se adapten a sus necesidades, y explotando de lleno segmentos como analítica, movilidad, ciberseguridad, GDPR y el nuevo concepto de data center. Es fundamental que los partners sean muy robustos financieramente para ser flexibles con el cliente en estos nuevos modelos de pago”.

Pero, ¿cómo está ayudando el fabricante y el mayorista a sus partners para apostar por una mayor especialización? “Nos ayudamos mutuamente en la medida de lo posible, pero cada uno tiene sus intereses y a veces es difícil casarlos”, reconoce Oscar García, de Einzelnet. “Y el partner, que es el que está al lado del cliente y el que conoce realmente sus necesidades, no siempre puede cumplir lo que le

exige el fabricante porque éste tiene su propia estrategia, a veces alejada de la realidad”.

Desde el punto de vista del mayorista, “lo que nosotros hacemos es acompañar al partner, ya que él detecta las necesidades del cliente pero no puede invertir en todas las especialidades que el mercado le demanda, y nuestras economías de escala le ayudan a hacerlo”, esgrime Robert Ballart, de Ingram Micro.

Luis Casero, del fabricante Vertiv, considera que “un modelo tan descentralizado como el del edge computing, que supone capilaridad, exige un canal de distribución, donde juegan un papel fundamental integradores y mayoristas”. Carlos Delso, de Huawei, apunta por su parte que, “como fabricante 100% canal desde sus comienzos, Huawei Enterprise ha adaptado su modelo de canal con nuevas figuras como el partner de solución, con modos más flexibles para acceder al pago por uso y confiando en la necesidad del ecosistema, de la colaboración, en el que todos jugamos un rol crucial”.



ACCESO RÁPIDO A TUS DATOS DONDE LO NECESITES.

Vertiv te acerca más a tus datos con soluciones Edge completas que aseguran una menor latencia, más ancho de banda y prestaciones óptimas para gestionar las aplicaciones críticas dentro de tu infraestructura TI.

www.VertivCo.com/Productos

#OwnYourEdge



© 2018 Vertiv Co. Todos los derechos reservados. Vertiv™ y el logotipo de Vertiv son marcas comerciales o marcas registradas de Vertiv Co.





ALBERTO PASCUAL,

Director Ejecutivo de Ingram Micro España

“La compra entre mayoristas no aporta valor al mercado”

Ingram Micro ha arrancado este año su Programa de Aceleración Digital con el que pretende ir más allá de la “comoditización” del valor, y dar respuesta a las nuevas necesidades del mercado, en general, y del integrador, en particular. De cara a 2019, el mayorista se adentrará en el segmento del business intelligence y la inteligencia artificial con la incorporación de un nuevo fabricante durante el primer trimestre del año. Alberto Pascual, Director Ejecutivo de Ingram Micro España y máximo responsable de su división de valor, nos revela a continuación todos los detalles. Pablo García Reales

En primer lugar, hagamos balance de los principales hitos que se han producido durante este año en la división que lideras.

Hemos pasado de ser un mayorista de valor convencional a convertirnos en lo que nosotros denominamos un agente de aceleración digital. Creemos que ha cambiado el rol que ha de desempeñar el integrador, ya que ese proveedor

tecnológico también tiene que ser un consultor de negocio que ayude a gestionar el cambio en las organizaciones para que las empresas finales, que en estos momentos se ven amenazadas por la irrupción en sus sectores de nuevos jugadores que hacen un uso muy eficiente de la tecnología tanto para mejorar su eficiencia operacional como la experiencia de sus clientes, sepan dar una respuesta adecuada al mer-

cado. El canal ha de tener nuevos skills que demanda el mercado como las metodologías ágiles. O utilizas estos sistemas o has dejado de ser competitivo. Y si los distintos miembros del canal tienen que afrontar este reto de manera independiente van a encontrar muchas dificultades, de ahí que Ingram Micro, tirando de su gran potencia en economía de escala, haya decidido invertir en nuevos recursos para el canal tanto humanos como de formación y de desarrollo de habilidades para acompañarles en ese viaje.

¿Cómo estáis acompañando al partner en su proceso de transformación?

Cuando el canal decide dar este paso, en primer lugar, necesita la plataforma para gestionar de manera automatizada la demanda en la nube. Pueden usar nuestra plataforma en marca blanca, que automatiza tanto el aprovisionamiento de productos y servicios en modo pago por uso, como la gestión de cobros en este formato, que no es sencillo. Esta plataforma supone una gran inversión y no todos los partners quieren o pueden desarrollarla por su cuenta. Por otro lado, también les ayudamos con recursos humanos especializados en determinadas áreas como metodologías ágiles, análisis de datos,

financiación en pago por uso, etc. Es decir, todo aquello que les permita convertir todo en un servicio: Anything as a Service.

¿De qué perfil y número de partners hablamos?

Cuando hablamos del negocio tradicional de Ingram Micro estamos transaccionando con más de 4.000 clientes al mes; pero si nos referimos al canal de valor, es decir, a aquellas compañías con capacidad de integración de sistemas, el espectro se limita a un total de 300 partners, que se

dirigen a la mediana y gran cuenta. Si bien, también estamos observando cómo la pequeña empresa está empezando a acceder a tecnología tradicionalmente propia de organizaciones más grandes, debido a la democratización de la tecnología, como sucede en el mundo de la ciberseguridad vía servicios gestionados. Por ello, estamos dando servicio a los canales que atienden a este tipo de empresas, es decir, a los Managed Service Providers a los que les hemos ayudado a migrar y evolucionar desde la integración tradicional.

“Con fenómenos como Amazon hay segmentos donde podemos ser más eficientes si colaboramos, y en cambio hay otras áreas en las que simplemente seremos complementarios”



“LA COMPRA ENTRE MAYORISTAS NO APORTA VALOR AL MERCADO”, ALBERTO PASCUAL

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

¿Os estáis encontrando reticencias en el canal español ante estos cambios que estáis induciendo?

Siempre existen reticencias, pero en este caso la necesidad de cambio es urgente, inevitable, y eso reduce las barreras de resistencia. En el sector tecnológico se sienten doblemente amenazados: por un lado, se encuentran con jugadores que ya están recorriendo ese camino y que está dando al cliente una respuesta más completa; y, por otro, se enfrentan al hecho de que la distribución de las tecnologías commodity se ha visto convulsiónada por la aparición de nuevos jugadores que no solo distribuyen productos informáticos, por lo que pueden llegar a ser muy eficientes.

¿Cómo afecta al mayorista la irrupción del e-commerce, del fenómeno Amazon? ¿Es factible también en este campo la famosa cooepetencia?

La situación de nuestros integradores al respecto es muy similar a la nuestra,

la del mayorista. Efectivamente tanto ellos como nosotros hemos entrado con estos nuevos jugadores en un estadio de cooepetencia. En fenómenos como el de Amazon hay segmentos donde podemos ser más eficientes si colaboramos, y en cambio hay otras áreas en las que simplemente seremos complementarios. Amazon puede caminar solo en segmentos commodity, pero si desea adentrarse en el ámbito empresarial del valor, que exige ciertos niveles de complejidad y donde prima la especialización, ahí si podemos ayudarnos.

Entonces, ¿qué postura sostiene ante esta situación Ingram Micro en lo que concierne a su negocio de volumen, más commodity?

Ingram Micro ya ha dado los pasos durante los últimos años en este sentido. Hay un espacio ya cubierto por otros de manera muy eficiente, y por eso en su momento nos salimos de la comoditización, no solo en el campo del valor sino también del volumen. Y más ahora que se habla tanto de economía circular, y de dar una segunda vida a la tecnología, recogiendo y vendiendo esa tecnología en segundos mercados.



INFORME PWC SOBRE LAS EMPRESAS PRIVADAS EN EUROPA

PwC ha estudiado las principales preocupaciones de las empresas privadas europeas, y ha detectado que, entre ellos, el gran problema es la escasez de habilidades, lo que les está impidiendo contratar al talento adecuado para su crecimiento. Asimismo, las empresas privadas europeas consideran la regulación y la burocracia de sus países como una amenaza a su desarrollo, frente a las normativas que les llegan de la Unión Europea.

Clica en la imagen para ver la galería completa



En el área cloud, Ingram Micro trabaja con Microsoft Azure. ¿Va a trabajar con Google y con Amazon Web Services?

En ese sentido nuestro criterio de selección va a ser el mismo que con el resto de tecnologías: primero, que sea un estándar de facto; y que, además, ese proveedor tenga una vocación clara con respecto al canal. Y ahora mismo la única compañía que tiene claras ambas premisas en el mundo cloud es Microsoft. Las otras todavía están definiendo sus estrategias en este sentido.

¿Cuáles serán los principales focos e iniciativas para 2019?

En 2019 continuaremos lo que hemos emprendido en 2018, cubriendo tanto con producto como con soluciones aquellas áreas que no están suficientemente atendidas. Además, haremos mucho foco en la gestión del cambio que el canal ha de afrontar, y que si se realiza de manera adecuada al menos durará dos años. Este año les hemos orientado en cuanto a estrategia y táctica de ventas, y en 2019 pondremos el foco en su propia transformación interior con metodología específica. En el primer trimestre del año anunciaremos nuevos recursos al respecto.

¿Qué nuevas incorporaciones, en cuanto a marcas y tecnologías, esperáis sumar al portfolio de la compañía?

Ya estamos evaluando soluciones en el campo del business intelligence y la inteligencia artificial, ya sean provenientes de líderes del mercado o de start-ups. Y las incorporaremos durante el primer trimestre de 2019.

¿Qué expectativas de crecimiento os habéis marcado para el presente año como división?

Este año nos habíamos marcado una expectativa de crecimiento del 14% con respecto al año anterior, y representar desde la división de valor un 35% de los ingresos de la compañía. Y vamos a superar sendas expectativas.

¿El crecimiento que se produzca será siempre de manera orgánica o no descartas posibles compras en el futuro?

Ingram Micro, efectivamente, seguirá creciendo de manera orgánica y, en cuanto a compras, consideramos que las operaciones han de dirigirse más a iniciativas de valor, que aporten diferenciación, y no a través de adquisición de competidores. En definitiva, lo que hemos demostrado con la compra en 2015 de las firmas Sof-

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



CloudIT y Odin para impulsar nuestro negocio cloud, o de One2One, en 2016 en el ámbito de la logística especializada.

Otros grandes mayoristas afirman que, más que ellos estén buscando comprar, son los mayoristas de menor tamaño los que están llamando a sus puertas. ¿Le sucede también a Ingram Micro?

Insisto, cuando compras lo mismo o similar, es muy difícil cosechar el éxito y me remito a lo que ha sucedido en España. Comprar otros mayoristas lo que ha provocado es eliminar un jugador del mercado, lo cual no solo ha beneficiado al adquirente sino también a la competencia del que adquiere, por lo que considero que no es la estrategia más adecuada, sobre todo cuando se ejecuta como se ha ejecutado. Es decir, los compradores no han sido capaces de mantener los elementos diferenciadores de las compañías adquiridas, ya sea sus equipos directivos o su forma de hacer, más que su portfolio de productos. ■



MÁS INFORMACIÓN



["2018 ha sido el año de la consolidación y el realineamiento de Ingram Micro": Jaime Soler](#)



[Ingram Micro traslada a su canal las múltiples posibilidades de la transformación digital](#)



[Ingram Micro refuerza su catálogo de hogar digital con Z-Wave](#)



[El acuerdo con MSI afianza a Ingram Micro en el mercado de gaming](#)



**Reinventar el negocio ya no es una opción.
Es una necesidad.**

PC para gaming, un juego en el que ganan fabricantes y distribuidores

Uno de estos productos es el PC, que ha vivido una verdadera evolución marcada por la llegada de equipos más potentes y mejor equipados. Aunque es un segmento nicho del mercado de PC, con sólo unos pocos millones de unidades vendidas al año, son dispositivos con un precio medio de venta más alto que

un ordenador normal, lo que lo hace muy atractivo tanto para los fabricantes como para el canal. De ello hemos hablado con Ingram Micro y Lenovo.

El gaming ha dejado de ser un juego para niños para abrirse a todas las edades. Datos de Gametrack indican que el 44% de los españoles entre 6 y 64 años

juegan a videojuegos, y, de ellos, el 22% utiliza PC, un porcentaje sólo superado por el 23% que utiliza consolas.

El mercado de PC para gaming continúa así superando las expectativas, favorecido por la creciente demanda de sistemas de alto rendimiento y de marca premium por parte de los entusiastas. Según da-

El mercado del gaming es una oportunidad en crecimiento, ya que tiene una base muy amplia de clientes dispuestos a gastar en productos que les hagan vivir experiencias límite.

Hilda Gómez

tos de GfK, en los primeros seis meses del año, los portátiles con procesadores de alta gama crecieron un 2% en ingresos y generaron casi dos tercios de la facturación, un aumento que provino principalmente de los modelos de gaming de alto rendimiento, que aumentaron sus ingresos un 32% en comparación con el mismo período de 2017. Por su parte, los equipos de sobremesa se hicieron con una cuota de mercado en volumen de ingresos cercana al 60% en el mismo período, después de un crecimiento de más del 26% en PC para gaming.

“El mercado del gaming es un mercado al alza. A diferencia de unos años atrás, cuando los usuarios tenían que fabricarse sus propios ordenadores por piezas, el sector ha evolucionado enormemente”, señala Miguel Hernández, director de producto de Lenovo para España y Portugal, añadiendo que “desde Lenovo hemos trabajado en crear equipos potentes, con un rendimiento a la altura y un diseño apropiado para este sector a unos precios muy competitivos con nuestra familia Legion. Creo que ese es el principal motivo del crecimiento de este segmento: que hemos sabido adaptarnos”.

Por su parte, Oscar Mata, Focus Sales PCD de Ingram Micro Ibérica, comenta que, “en un primer momento, la venta se centró en marcas que combinaban a la perfección la venta de los componentes con PC prácticamente hechos a medida. Algunas de estas marcas siguen siendo líderes en este sector. Pero la demanda de equipos gaming sigue y seguirá creciendo aún más. Se trata de un mercado al alza con un precio medio muy elevado, en el que los principales fabricantes de PC no podían estar fuera”.

MÁS POTENCIA Y RENDIMIENTO

Los gamers son usuarios exigentes, saben lo que quieren y lo que necesitan para poder jugar sin límites. Y es fundamental que el rendimiento de estos equipos sea alto para poder cargar gráficos al instante, para que el sonido fluya, para poder estar jugando horas y horas sin descanso y para poder cargar y disfrutar de los juegos más pesados sin dificultad.

“Por definición, el sector del gaming está muy ligado a las nuevas tecnologías. Se trata de un mercado donde se priorizan las mejoras en gráficos, almacenamiento, procesadores, memoria, etc.”, apunta Oscar Mata, de Ingram Micro. “Hablamos de usuarios que quieren tener la última tecnología en sus dispositivos, y los nuevos procesadores, los



“Se trata de un mercado al alza con un precio medio muy elevado”

Oscar Mata,
Focus Sales PCD de
Ingram Micro Ibérica



GAMEGUNE: SECTOR GAMING EN ESPAÑA

discos SSD y, sobre todo, los nuevos modelos de gráficas son los elementos con mayor demanda. Sin olvidar aspectos de diseño, jugabilidad, refrigeración y conexiones”.

En cuanto al tipo de formato, triunfan tanto los equipos sobremesa como los portátiles, aunque con matices. Según Mata, “el sobremesa siempre es el preferido para los gamers, que, por encima de todo, quieren customizar sus equipos. Por otro lado, el portátil es el dispositivo donde se están centrando todos los fabricantes de PC. Hoy tenemos portátiles que, por prestaciones,

diseño y precio, pueden competir con el sobremesa, y añadir una movilidad que el sobremesa no puede ofrecer”.

A este respecto, Miguel Hernández, de Lenovo, opina que “es fundamental que los ordenadores se adapten al estilo de vida de cada uno de los usuarios. Para ello disponemos de portátiles delgados y ligeros, que a la vez sean potentes, para que los consumidores puedan jugar desde cualquier parte, y de PC de sobremesa muy potentes pensados para ‘strong gamers’. En definitiva, nos adaptamos a

las necesidades de cada uno de los consumidores”.

Si el gamer es un usuario exigente, no digamos de los que se dedican a los torneos de juegos, conocidos como e-sports, que han dejado así de ser una moda, para convertirse en una tendencia a la que se suman cada vez más marcas de tecnología. No en vano, según las estimaciones de la consultora Newzoo, hay en torno a 2,6 millones de entusiastas de los e-sports en España. “Si formas parte del mercado del gaming, tienes que estar en los e-sports. Ofrecen multitud



Hacia la democratización del mercado

El usuario gaming es un público fiel y está dispuesto a pagar el precio de un equipo de altas prestaciones, siempre que responda a sus necesidades y a sus expectativas. Respecto a los precios de los dispositivos, la mayoría de los fabricantes de PC distinguen varias gamas dentro de su lineal de gaming.

“Ahora mismo, podemos encontrar equipos premium de más de 5.000 euros, pero está claro que no es en esa gama donde se concentran las ventas ni donde los fabricantes se dirigen”, asegura Oscar Mata, de Ingram Micro. “Ahora mismo, es muy común encontrar PC gaming, que en realidad

no dejan de ser equipos de consumo con una gráfica de gaming. Se busca así una ‘popularización’ del mercado gaming. En mi opinión, los lineales tanto de PC como accesorios se irán ampliando y el abanico de opciones irá creciendo, tanto por especializaciones como por precio”.

Por su parte, Miguel Hernández, de Lenovo, señala que, “con el paso del tiempo estamos consiguiendo democratizar los precios de los ordenadores gaming. Pero sí es cierto que son equipos con unas características específicas y unas prestaciones concretas que tienen un precio”, puntualiza Hernández.

de posibilidades a las marcas, de colaboración de patrocinio, y creo que, en definitiva, es un mercado en que nos podemos aportar grandes cosas unos a otros y todos terminamos ganando”, apunta Miguel Hernández, de Lenovo.

PERIFÉRICOS: DETALLES QUE SUMAN

No nos podemos olvidar de los periféricos y accesorios que completan la experiencia inmersiva que supone jugar con un PC específico para gaming. Como señala Miguel Hernández, “contar con un monitor con las pulgadas suficientes, unos cascos que potencien el sonido envolvente, un teclado retroiluminado que termine de ambientar la partida, etc., son detalles que siempre suman”.

Aunque en principio cualquier periférico puede utilizarse para gaming, el uso intensivo que se hace de éstos, y la diferencia que puede haber en el resultado y la experiencia de juego utilizando los que están específicamente diseñados para ello hace que los gamers se decanten por estos últimos.

En el mundo gaming, el ratón es el arma principal con la que cuenta el jugador y las diferencias entre uno u otro se notan, y mucho. Los ratones para gaming son, seguramente, los que han vivido una evolución más radical durante los últimos años: cada vez son más rápidos, más precisos, con más funciones,



con diseños más radicales y con un rango de precios muchísimo mayor. Sus consumidores están dispuestos a gastarse cantidades que hasta hace poco eran inimaginables en este tipo de productos, todo con tal de tener el arma definitiva para sus partidas.

Los monitores no se quedan atrás. Cada vez son más los fabricantes que apuestan por productos especializados para el gamer y el entusiasta con latencias mínimas y altas tasas de refrescos incluso en las gamas de entrada. Los monitores 21:9 resultan idóneos para los simuladores de conducción o de vuelo gracias a la ampliación del campo lateral.

“El monitor es uno de los periféricos principales. Aunque el precio medio no ha sufrido un aumento considerable respecto a 2017, sí que ha crecido la venta de modelos premium y, sobre todo, una mayor venta en pulgadas superiores”, argumenta Oscar Mata, de Ingram Micro. “Teclados, ratones, soportes, etc., el lineal sigue creciendo y cada vez hay más fabricantes con productos premium con unos precios ajustados”.

Otro periférico que gana adeptos son las gafas de realidad virtual y aumentada. De ello sabe mucho Miguel Hernández, de Lenovo, cuyas gafas Lenovo Mirage y Star Wars: Desafíos Jedi han despertado mucho interés. “Hemos sido además los primeros en presentar unas gafas autónomas, las Lenovo Mirage Solo, que no necesitan estar conectadas a un PC, y que llegan con el complemento Mirage Camera, una cámara para grabar los momentos más especiales de los usuarios y que después los puedan visionar una y otra vez en realidad virtual”.

EL CANAL COMO FIGURA INDISPENSABLE

Si el papel del canal es clave en prácticamente todos los segmentos de TI, el de PC para gaming no es una excepción. Así al menos lo corrobora Miguel Hernández, de Lenovo, que afirma que “el canal es fundamental para nosotros y para nuestra estrategia. Además, los distribuidores saben que no somos competidores, y que, si nosotros crecemos, ellos crecen. Necesitamos tener esos socios en el canal que sean capaces de transmitir nuestra propuesta de valor al cliente final”.

Del importante papel que juega el canal da fe Oscar Mata, de Ingram Micro, quien sostiene que “estamos hablando de equipos de altas prestaciones con las últimas innovacio-



“Si formas parte del mercado del gaming, tienes que estar en los e-sports”

Miguel Hernández,
director de producto
de Lenovo para
España y Portugal

nes. Hablamos de equipos que, en muchos casos, se venden en función de las 'reviews' que el producto ha tenido. Hay que conocerlas y saber explicarlas. Desde nuestra posición tenemos que poner a disposición de todos nuestros clientes el mayor lineal y la mejor formación comercial posible".

Pese al valor del canal en la venta de PC para gaming, Mata reconoce que el margen que deja no es muy elevado. "Son productos con un valor medio muy por encima de la media, pero, por desgracia, los márgenes en el mundo del PC no se pueden catalogar como buenos, el caso de los PC de gaming no es una excepción. Sí que es cierto que es un dispositivo que arrastra otras ventas con mayor margen, como es el caso de los periféricos y accesorios", afirma el directivo de Ingram Micro.

Por tipo de partner, tradicionalmente, el PC para gaming se ha vendido muy bien en los etailers, y los fabricantes han apostado por la venta en esos clientes. "Hasta ahora, era difícil encontrar disponibilidad de este tipo de dispositivos en otros distribuidores. Creemos que esta tendencia cambiará y cada vez veamos más dispositivos y con precios competitivos. Al menos, ese va a ser uno de los focos de Ingram Micro el próximo año", concluye Oscar Mata. ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN

-  [Los juegos para smartphone impulsan el mercado de videojuegos en España](#)
-  [La necesidad de rendimiento impulsa el mercado de PC de consumo](#)
-  [15,8 millones de españoles juegan a videojuegos](#)
-  [La mayoría de consumidores aun compra periféricos gaming con cable](#)
-  [Gaming y hogar digital son las tecnologías con mayor potencial para el canal](#)
-  [El mercado de monitores de gaming crecerá un 40% este año](#)
-  [El mercado europeo de PC para gaming crece un 22,7%](#)
-  [Gaming: una nueva revolución en el mercado de consumo](#)



Consejos para elegir un PC para gaming

Si estás pensando en adquirir un ordenador para gaming, primero es importante saber a qué tipo de juegos vas a jugar. Un juego de estrategia suele requerir un rendimiento extra de la CPU, mientras que un 'shooter' necesita mejor tarjeta gráfica. He aquí algunas pautas clave para todo gamer:

1. Tarjeta gráfica (GPU). Es probable que suponga alrededor de un tercio del precio total del ordenador. Nunca deberías cortar tu presupuesto en esta partida. AMD y Nvidia son las principales marcas en GPU, y ahora están disponibles a un precio razonable. Las soluciones de doble tarjeta son también una gran opción si necesitas potencia extra.

2. Procesador (CPU). Determinará la rapidez del ordenador y su capacidad para ejecutar las tareas sin problemas. Puedes

optar por la 9ª generación de CPU Intel Core para equipos de sobremesa y la 8ª generación de CPU Intel Core para portátiles, o considerar la Serie AMD Ryzen PRO.

3. Memoria RAM. Debes optar al menos por 8 GB. Títulos como Battlefield pueden requerir mucho uso de la CPU, y necesitarás RAM para lograr esas velocidades más altas.

4. Puertos. Cuantos más puertos mejor. Entre monitores, periféricos o gafas VR necesitarás un sistema con al menos seis puertos USB 3.0, tres DisplayPorts y un puerto HDMI.

Esto es lo básico. Ahora puedes personalizar el equipo con colores, refrigeración líquida, ventanas transparentes o cables de colores, por nombrar algunas opciones, en función de tu presupuesto.



DESCUBRE LAS **TENDENCIAS**
QUE DEFINEN EL **FUTURO DIGITAL**

it **TRENDS**



NO SOLO



PANEL DE EXPERTOS



LA VISIÓN DEL ANALISTA

El valor del mayorista en la era digital

Emilio Castellote,
analista senior de
IDC Research Spain



TECNOLOGÍA Y NEGOCIO

**En breve, las guerras no serán
tanques y aviones,
sino cibernéticas**

Jorge Díaz-Cardiel,
Socio director general de
Advice Strategic Consultants



EN LA NUBE

Seguridad "en" y "de" la Nube

Kevin L. Jackson,
experto en cloud y
fundador de Cloud Musings



PSICOBUSINESS

**Presentaciones en público,
herramientas de Psicobusiness I**

Asier de Artaza,
director de
www.yesmanagement.es

El valor del mayorista en la era digital

El proceso de transformación digital es una realidad imparable y los datos que manejamos en IDC nos confirman esta situación de cambio, donde el gasto en transformación digital a nivel europeo alcanzará en 2021 el 40% del PIB global, con un crecimiento sostenido hasta 2021 del 18% en todas aquellas áreas relativas al proceso de transformación digital.

Las figuras del nuevo entorno digital deben evolucionar según las nuevas corrientes digitales, por lo que fabricantes, mayoristas, canal de distribución y usuario final deberán acometer procesos de evolución que supondrán el desarrollo nuevas competencias y habilidades.

Según IDC, en 2021 el 30% del canal no existirá en el formato que conocemos hoy en día y es obvio que los cambios ya han comenzado a llegar.



Emilio Castellote

**Analista senior de IDC
Research España**

Con 20 años de experiencia en las áreas de TI, telecomunicaciones y ciberseguridad, en los últimos dos años Emilio Castellote ha estado trabajando en el desarrollo de Startups, dirigiendo las áreas de estrategia de Marketing y Ventas en compañías como Genetisis Solutions o Hdiv Security.

Anteriormente ocupó cargos como Director de Canal, Director de Marketing de Producto, Director de Pre Venta y Gerente de Producto en Panda Security, Profesor asociado de la Escuela de Ingeniería y Sistemas de Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Madrid y Profesor de diversos Masters de Ciberseguridad impartidos por la Universidad Pontificia de Salamanca y la Universidad Europea de Madrid.

El mercado de la ciberseguridad se ha convertido en línea estratégica y fundamental para el desarrollo de cualquier estrategia de transformación digital, y se erige en una de las primeras áreas en las que estamos percibiendo la transformación de roles tradicionales en el canal como el del mayorista.

Los mayoristas son conscientes de la necesidad de aportar valor diferenciador a este nuevo escenario digital, donde la ciberseguridad presenta una primera aproximación dentro del contexto de servicios de valor añadido.

Los principales mayoristas han incorporado ya nuevas áreas de valor, que añaden principalmente servicios de ciberseguridad capaces de facilitar la planificación, desarrollo e implantación de estrategias digitales de

ciberseguridad. El desarrollo de estas nuevas unidades está acompañando a aquellos fabricantes de ciberseguridad que ven en el mayorista una rama de capilaridad necesaria para realizar labores de habilitación del canal tradicional en el área de servicios de ciberseguridad y tareas de consultoría en aquellas cuentas que recurren ya al mayorista como una nueva figura capaz de integrar y articular nuevas soluciones digitales.

Los márgenes tradicionales del canal mayorista en el área tecnológica han ido reduciéndose paulatinamente durante los últimos años alimentados por el último periodo de crisis vivido y el aumento cada vez mayor del número de fabricantes tecnológicos que diluyen en el mercado productos muy maduros. No es de extrañar

que la evolución natural de este escenario sea buscar el incremento de márgenes de la mano de los servicios, donde el mayorista puede ofrecer una propuesta global diferenciadora apalancándose en los diferentes fabricantes de soluciones que vienen trabajando con él históricamente y aquellas nuevas figuras con un enfoque más innovador de servicios digitales.

La nube es sin duda el marco de actuación para este nuevo contexto digital. Primero porque el mercado evoluciona paso a paso hacia el entorno cloud con tasas de crecimiento, según IDC, para el año 2019 sobre el 5,3% frente a un descenso del 4,7% en el área de IT tradicional (en el mercado productos muy maduros), y segundo porque se habilita una infraestructura necesaria para cubrir los nuevos escenarios móviles de operación con una capa de servicios gestionados desarrollada sobre software como servicio (SaaS).

Entre los nuevos cambios que deberá afrontar el mayorista estarán presentes nuevos modelos de alianzas que surgirán entre las figuras del propio canal para aumentar el valor de sus propuestas, y al mismo tiempo, los nuevos acuerdos de colaboración con el fabricante, que podrán tener un nuevo componente multipartner tanto en el desarrollo de nuevos servicios digitales como en la comercialización de estos. ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN

[El canal TI frente a los últimos retos en ciberseguridad - Debates IT](#)

[El ransomware dirigido y el malware para IoT serán tendencia en 2019](#)

[Al 50% de los CISO les preocupa el continuo aumento de ciberataques](#)

[Las pymes tienden a ser objetivos recurrentes de ataques de ransomware](#)



Conoce cómo la Logística y los marketplace transforman el eCommerce



it Centro de Recursos
User

Patrocinado por:

Packlink[®] PRO
Simply Shipping

En breve, las guerras no serán tanques y aviones, sino cibernéticas

Hace algunas semanas, China perpetró el hackeo (o saqueo) más fuerte, grande y profundo de la historia: el ataque de los espías chinos afectó a 30 grandes compañías TIC estadounidenses, incluidas Amazon, Google, Facebook, Microsoft y Apple, al comprometer la cadena de suministro de tecnología de Estados Unidos, cuyo gobierno, ministerios y agencias de seguridad fueron hackeadas con enorme facilidad.

Bastó con que tres miembros de una unidad especial de ciber-guerra del Ejército Rojo se infiltraran en la empresa (Super Micro Computer que fabrica carísimos servidores para Elemental Technologies, compañía que desde hace tres años trabaja para Amazon Web Services (AWS) y que ha estado a punto de estar comprada por Amazon para desarrollar el proyecto tecnológico más importante llevado a cabo por la CIA, con la ayuda de AWS y que, desgraciadamente, ha sido hackeado por los chinos: la supuesta interferencia de Rusia, a través de Facebook, en las elecciones presidenciales de Estados Unidos

de noviembre de 2016 a favor de Donald Trump, es una broma anecdótica comparado con “esto”, que afecta a la seguridad nacional y económica de Estados Unidos.

¿Cómo hackeó China a las más importantes corporaciones y agencias guberna-

mentales estadounidenses? “Simplemente”, instalando placas base ‘adulteradas’ con microchips espías en su interior. Hay que tener en cuenta que China es la gran fábrica tecnológica del mundo: el 90 por ciento de los ordenadores y teléfonos inteligentes del



in Jorge Díaz-Cardiel

Socio director general de Advice Strategic Consultants

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.

planeta son producidos en China: da igual la procedencia; puede tratarse de empresas de Corea del Sur (LG y Samsung), estadounidenses (IBM, HP, HPE, Salesforce, Oracle, Apple, Google, Facebook, Amazon y Microsoft), japonesas (Sony), etc. Los espías chinos se infiltraron en la empresa Super Micro Computer Inc, que, a su vez, instala los microprocesadores al cien por ciento de esas y otros cientos de empresas del sector tecnológico, bien directamente o, sobre todo, a través de compañías subsidiarias, para evitar lo obvio: ¿Cómo es posible que una sola empresa implante un microprocesador espía en el cien

por ciento del 90 por ciento de los ordenadores, servidores, tabletas, smartphones, etc. del mundo? Respuesta: para llegar a Super Micro Computer Inc hay primero que desenmarañar una red de multitud empresas interpuestas cuyo denominador común es uno: su propietario, directa o indirectamente, es el Estado Chino.

MOTIVACIONES PARA EL HACKEO

China se ha aprovechado de la enorme dependencia tecnológica de componentes que USA tiene, y metiendo microchips espías se ha infiltrado dentro de algunas de las gigan-

tes empresas de Internet del momento. El ataque hecho por espías chinos alcanzó a 30 grandes compañías TIC estadounidenses, incluyendo Amazon y Apple, comprometiendo la cadena de suministros de la tecnología americana. Un microchip en las placas bases utilizadas por una compañía americana llamada Super Micro, que vende servidores a multinacionales como Amazon y Apple. Con el microchip instalado y comprometiendo el servidor, China puede espiar las redes de toda aquella compañía que use el servidor, tenga el tamaño que tenga.

Tanto las empresas como el gobierno americano han negado el hackeo. Sin embargo, sabemos que no es la primera vez: en los últimos cuatro años, el Ejército de Liberación del Pueblo (Ejército Rojo, el chino) ha hackeado desde el Pentágono a Facebook, simplemente, para dejar claro el solo hecho "de que es capaz de hacerlo". Hecho unas cuantas veces, ¿quién puede afirmar ahora que los chinos no han vuelto a hacerlo?

Hay un buen motivo para que China actúe de esta manera: ante la guerra comercial que Donald Trump declara a China -el importe de las sanciones llegaría ya a los 500.000 millones de dólares, es decir, la mitad del Producto Interior Bruto de España, por ejemplo-: aranceles sobre el acero, el aluminio, productos lácteos y de alimentación... China tie-

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



BLOOMBERG: QUÉ SABEMOS DEL CIBERATAQUE CHINO A ESTADOS UNIDOS

ne mucho que perder: muchísimo. El crecimiento económico chino entre 2012 y 2016 (primera etapa de la presidencia de Xi Jinping, el hombre que más poder ha acumulado en China desde 1949, es decir, el líder comunista chino más fuerte después de Mao Zedong) se fundamentó en las exportaciones de productos fabricados en China. Suena sencillo, pero el censo del Partido Comunista Chino, que es el verdadero, porque el que el reporta el gobierno chino a entidades internacionales como el FMI, Banco Mundial o la ONU está "maquillado", muestra que China tiene 1.500 millones de habitantes (oficialmente, China reporta solo 1.200), de los cuales 400 millones viven y trabajan en la costa y en ciudades-fábrica a pocos cientos de kilómetros de Pekín o Shanghái. Por ejemplo, la ciudad china de Chongqing (o Guangzhou) tiene a su vez seis ciudades-fábrica. En cada una de esas seis ciudades, viven en torno a un millón de trabajadores/as cuyo horario de trabajo oscila entre las 14 y las 18 horas diarias, seis días a la semana y un salario medio por trabajador/a de 125,90 euros al mes (146 dólares). Empresas TIC como Acer y Lenovo son propietarias de ciudades-fábrica de este estilo "por esa misma zona..."

China vive en recesión desde 2016. Dice oficialmente que cada trimestre crece al 6,7 por ciento en PIB y que cumple previsiones.

En Estados Unidos, crecer al 3 por ciento es el cielo, sobre todo con una tasa de paro del 3,7 por ciento o pleno empleo. En China, crecer por debajo del 8 por ciento es recesión, contracción de la producción y el consumo. De hecho, el gobierno chino, que financia -es decir, pone el dinero- las inversiones chinas en el extranjero de sus grandes corporaciones "semi-públicas", como HNA, SAIC Motor, Banco de China, Ping An Seguros, Banco de Construcción de China, Corporación de Ingeniería de Construcción Estatal de China, etc, han recibido la orden del gobierno chino de parar en seco sus inversiones, porque China no quiere incrementar su déficit público (¡300 por ciento de su PIB!) si las sanciones de Trump hacen daño a sus empresas y, por tanto, a su economía, cuando muchos aprecian una leve desaceleración económica mundial...

En definitiva, el hackeo chino a gran escala en Estados Unidos -gobierno y principales empresas- sería un aviso de Xi Jinping a Donald Trump para que no haya guerra comercial porque, si la hubiere, China respondería con una guerra cibernética. Y, hoy, las transacciones financieras, por ejemplo, no se hacen en papel, como en la banca de Florencia del siglo XIV, sino a través de Internet. Hay multitud de libros y películas que reflejan esa realidad: "BlackHat. Hacker: amenaza en la



red. Hemos perdido el control", dirigida por Michael Mann (Heat, Collateral, The Insider) y protagonizada por Chris Hemsworth, es, posiblemente la más realista desde el punto de vista tecnológico, aunque no desde el punto de vista político porque, en la película, norteamericanos y chinos colaboran contra un hacker más poderoso que ellos.

EL GOBIERNO ESTADOUNIDENSE NIEGA EL HACKEO

Lógico. Reconocerlo es bastante embarazoso. Las TIC, la Digitalización son fenómenos norteamericanos que dominan el panorama económico, político, geoestratégico global. Los principales jugadores son americanos: Apple, Alphabet (Google), Amazon, Microsoft, Facebook. Sus imitadores (Alibaba, Tencent, etc), son chinos.

Pero parece que el discípulo ha adelantado al maestro.

Homeland Security, el Departamento de Seguridad Nacional de los Estados Unidos -responsable de proteger el territorio estadounidense de ataques terroristas y responder a desastres naturales-, ha declarado públicamente que "no ha habido hackeo". La frase no es mía, sino una locución latina de origen medieval: "excusatio non petita, accusatio manifesta". De hecho, poco después del desmentido gubernamental, se ha sabido que más dispositivos hackeados por China en servidores estadounidenses han sido encontrados en uno de los principales operadores de telecomunicaciones estadounidenses.

Recientemente, Symantec (la firma de ciberseguridad para la que tuve el honor de hacer proyectos de consultoría entre 2000 y 2004) ha tenido que reconocer que: "Una compleja campaña de pirateo lanzada desde ordenadores en China ha golpeado a operadores de satélites, contratistas de defensa y compañías de telecomunicaciones en los Estados Unidos y el sudeste asiático". El Gobierno americano puede decir cualquier cosa, lógicamente, pero Symantec está obligada a decir la verdad porque, de lo contrario, perdería toda su credibilidad. No así las compañías supuestamente afectadas, que

lo han negado todo: AT&T, Sprint, T-Mobile, Verizon y CenturyLink. Escribo esta tribuna a las 13,50 del 15 de octubre de 2018. Hace tres horas, Facebook redujo el número de usuarios hackeados de su red social a 50 millones, es decir, toda la Península Ibérica. Yahoo! fue hackeada hasta en cuatro ocasiones, pero su presidenta, entonces, decidió ocultar los hechos, hasta que los accionistas decidieron vender la empresa a Verizon y, durante la "due diligence" la futura "Oath, antes Yahoo!" tuvo que revelar el hackeo de millones de usuarios. Marisa Meyer hubo de

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



dimitir, yéndose a su casa en 2016 con 45 millones de dólares de más en el bolsillo...

De todas formas, si un niño de 15 años, Jonathan James, en Miami, hackeó los servidores de la NASA en marzo de 2017, ¿qué no podrán hacer los expertos hackers chinos?

En breve, las guerras no serán de tanques, sino cibernéticas... ■



CNBC: APPLE AFIRMA NO QUE NO HAY SIGNOS DEL CIBERATAQUE



MÁS INFORMACIÓN



Estados Unidos advierte sobre una nueva ola de piratería de un grupo vinculado a China



Big Hack: cómo China usó un chip minúsculo para infiltrarse en las empresas estadounidenses



User
TECH & BUSINESS

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





Kevin L. Jackson

Experto en Cloud y fundador de Cloud Musings

Kevin L. Jackson es experto en cloud, Líder de Opinión "PowerMore" en Dell, y fundador y columnista de Cloud Musings. Ha sido reconocido por Analytica (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.

Seguridad "en" y "de" la Nube

La innovación y el ahorro de costes parecen ser las señas de identidad de cualquier migración a la nube en la actualidad, y, mientras que la nube pública es sin duda un elemento enorme de la conversación, los titulares de pren-

sa sobre la enésima filtración de datos pueden convertir cualquier propuesta de migración en un asunto muy preocupante. La forma de alcanzar un equilibrio entre los riesgos del cloud computing y las ventajas de los ahorros de costes ha

pasado así a ocupar el centro del escenario, y el dilema se acentúa a medida que las empresas comienzan a plantearse aprovechar al máximo la potencia de los servicios de telecomunicaciones 5G. Las tecnologías 5G, al combinarse con archi-

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

tecturas de red ya existentes, y con otras opciones de última generación, como Internet de las Cosas (IoT) y las funcionalidades Edge-to-Edge, transformarán de manera dramática la experiencia de usuario, desde la distribución minorista hasta los servicios financieros, el transporte, los procesos de fabricación, los servicios de salud, y cualquier otra prestación. Y, por otro lado, los cambios en la gobernanza de las organizaciones relacionados con el tipo de entorno cloud más apropiado, las personas que pueden acceder, los procesos de aprobación de soluciones tecnológicas, y la seguridad de datos y aplicaciones plantean retos enormes.

Los responsables de la toma de decisiones deberán afrontar los riesgos de frente, si realmente quieren alcanzar el objetivo: seguir siendo competitivos y seguros, aunque este camino requiere contestar a una serie de preguntas fundamentales:

- ❖ ¿Cuál es la diferencia entre la seguridad que se obtiene de la nube y la seguridad en la nube?
- ❖ ¿Es comparable la seguridad en la nube con la seguridad física en nuestras instalaciones?
- ❖ ¿Quién es responsable de la seguridad de los datos en la nube?

❖ ¿Qué pasos debemos dar, en lo primordial, para conseguir asegurar nuestros datos?

❖ ¿Estamos obligados a depender exclusivamente de la seguridad que nos ofrecen los proveedores de servicios cloud?

❖ ¿Qué normas o entornos de seguridad deberíamos utilizar para comenzar nuestro camino hacia la nube?

En éstas y otras cuestiones esenciales sobre ciberseguridad estuve ocupado durante el panel "Security 'In' the Cloud and 'Of' the Cloud" de la Conferencia de AT&T en Dallas. Allí tuve el honor de compartir debate con Danessa Lambdin, vicepresidenta de Cybersecurity AT&T Business y con Jim Reavis, cofundador y consejero delegado de la Cloud Security Alliance, para dar respuestas a la enorme tarea de definir un uso seguro de "la nube". Durante la conversación, de una hora, hablamos de las mejores formas de utilizarla, de cómo obtener servicios "desde" la nube, y de la manera de usar soluciones "en" la nube, además de plantear la ruta más efectiva hacia una buena comprensión de la seguridad cloud, y de la forma de evitar pérdidas de datos y de mantener la confianza del cliente.

Mi colaboración en este panel me permitió conocer dos de los ámbitos de servicio

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

en ciberseguridad que permiten dar una respuesta permanente a los riesgos presentes en los entornos más complejos:

★ [Inteligencia de amenazas](#): poniendo en contacto a las personas adecuadas con los procesos y las tecnologías más convenientes, reforzando la confianza de clientes, empleados y líderes para la prevención, detección y respuesta a las amenazas en ciberseguridad.



NO SOLO

it En la nube

★ [Seguridad móvil y "endpoint"](#): para la elección de proveedores innovadores y estratégicos de confianza que nos permitan obtener visibilidad y control de nuestros datos.

★ [Defensa frente a amenazas móviles](#): una combinación entre gestión de vulnerabilidades, detección de anomalías, perfilado de comportamientos,

emulación de código, prevención de intrusiones y tecnologías "transport security" para la defensa de dispositivos y aplicaciones móviles frente a las ciberamenazas.

★ [Seguridad de infraestructuras](#): la seguridad necesaria para defender nuestra red frente a amenazas que nos pueden perjudicar en dinero, tiempo y reputación.

La innovación y el ahorro de costes parecen ser las señas de identidad de cualquier migración a la nube en la actualidad



¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



★ [Seguridad de datos y aplicaciones](#): reforzando el perímetro de nuestra empresa desde todos los ángulos para la protección de datos y aplicaciones. ■

MÁS INFORMACIÓN

-  [Qué supone 5G para los negocios](#)
-  [Inteligencia de Amenazas](#)
-  [Seguridad móvil y end-point](#)
-  [Defensa frente a amenazas](#)
-  [Seguridad de infraestructuras](#)
-  [Seguridad de datos y aplicaciones](#)
-  [Capitalizar la promesa de IoT](#)
-  [Inteligencia Edge-to-Edge](#)
-  [Cloud Security Alliance](#)



BLOCKCHAIN: LA TECNOLOGÍA CON MAYOR POTENCIAL PARA REDEFINIR EL ENTORNO DIGITAL



En este especial IT Trends reunimos los mejores artículos sobre la tecnología de cadena de bloques. Además, podrás leer sobre el origen de Blockchain, aplicaciones de blockchain, mercados potenciales y documentación sobre blockchain.



Digital Security



Todo lo que necesitas saber de Ciberseguridad está a un click

Una propuesta informativa compuesta por una publicación digital, una página web para profesionales de la seguridad, así como Dialogos ITDS, Webinars o desayunos de trabajo con los principales referentes del sector... ¡¡¡Y no te pierdas nuestras entrevistas!!!

NO SOLO



Psicobusiness



 **Asier de Artaza**

Director de
www.yesmanagement.es

Nacido en Bilbao hace 45 años, es Top Ten Management Spain en Psicobusiness, en desarrollo directivo, equipos de alto rendimiento y transformación cultural. Con un capítulo especial en estrategia y generación de negocio negociación, gestión de conflictos, interacciones y relaciones positivas. Además, es asesor in company sobre marketing estratégico industrial y tecnológico, donde negocio y personas son aspectos clave. Ha formado parte de varios consejos de administración, y trabajado en 8 compañías, sectores y localizaciones. Licenciado en Empresariales y Marketing, en la actualidad cursa las últimas asignaturas de su segunda carrera, Psicología. 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.

Presentaciones en público, herramientas de Psicobusiness I

Estimados lectores, tras realizar mi última conferencia y analizar todos los pasos y elementos que tengo en cuenta, he considerado que esta temática tiene tantísima importancia, impacto, utilidad y dificultad que es merecedora de un artículo.

Intentaré desarrollar los contenidos de la forma más polivalente posible, de

forma que sea aplicable desde en una conferencia hasta en un gran auditorio, o una clase de formación pasando por una presentación ante un grupo de clientes o stakeholders.

Por su importancia y extensión este ámbito de desplegará a lo largo de varios artículos. En el presente abordaremos parte de lo que ocurre antes de salir

a escena, ocupándonos en los siguientes de todo lo que debemos aplicar en el momento de salir en escena.

Como antesala del desarrollo del artículo, decir que ante el "arte y ciencia" de las presentaciones eficaces he observado tres tipos de presentadores. Por un lado tenemos los miedosos, después los atrevidos y finalmente los profesionales. Sea cual sea tu

perfil, este artículo seguro que te dará más de una clave.

El miedoso, el grupo más abundante, es una persona que realmente no siente miedo sino auténtico pánico. Curiosamente no está relacionado con otras altas capacidades de la persona, ya que el miedo a hablar en público suele ir por libre.

Es curioso como en este grupo están también presentes personas muy extrovertidas, con muy buenas capacidades de comunicación, de relación social, incluso expertas en el contenido a transmitir. Esta categoría de personas es perfectamente trabajable con potencial de hacerlo excelentemente bien, es simplemente tocar unas teclas psicológicas de su personalidad y de su gestión emocional. Lo cual nos dará para el contenido de otro artículo posterior.

Después nos encontramos con los atrevidos, gente muy echada para adelante, hábil en la improvisación y muy segura de sí misma. Que no es que no pase sus apuros al comienzo de la presentación, esto es universal, pero que cuenta con que pronto entrará en la tonalidad adecuada para ir fluyendo.

Este tipo de presentadores realmente no son conscientes de la gran distancia que hay entre la calidad de su actuación

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

y la excelencia en esta actividad. He de reconocer que en algún momento de mi carrera pude pertenecer a este grupo, en parte por aquel terrible pecado del anticrecimiento: no hay nada peor que no saber y creer que se sabe”.

Éste es un colectivo que resuelve razonablemente, ante un público no conocedor de presentadores de nivel, y al no conocer el gap potencial que tiene ha llegado a su máximo nivel de competencia. Lo que es tan sencillo como que no es consciente de que puede mejorar, o de la importancia de ello y por tanto, no mejora.

Por último, llegamos al grupo de los profesionales de la comunicación, gente generalmente con habilidades de partida, pero sobre todo muy entrenada, muy conocedora de la aportación que tienen todos los detalles durante la presentación, y que además no se contenta y sigue en proceso de mejora continua. Gracias a Dios a día de hoy me encuentro exclu-

sivamente en este grupo, porque recordadlo siempre, la mejora comienza con ser consciente de que se puede mejorar.

Pues bien, vamos a ver qué cuestiones tienen en cuenta estos grandes profesionales desde la óptica del Psicobusiness, la psicología aplicada a los negocios.

Y quiero ya dejar claro desde el primer momento que para realizar presentaciones eficaces hay dos claves principales que no siempre son bien atendidas. Estas dos auténticas claves de un gran resultado son: la preparación de la ponencia, que cubriremos seguidamente; y la naturalidad modulada durante la exposición.



EL OBJETIVO DOBLE

Vayamos con la preparación. Primero tienes que pensar qué espera la audiencia de esta sesión, porque ésta es la parte que tienes que maximizar y será tu marco potencial sobre el que te podrás mover. Una vez que lo hayas reflexionado, desde la perspectiva de un asistente, podrás considerar qué quieres conseguir tú de ella. Estos dos elementos representan tu objetivo, que es de partida doble.

EL TEMA

Bien, con el objetivo bien definido te desplazas al tema y piensas con qué fondo temático consigues el objetivo (doble), esto en el caso de que sea libre el contenido. Si no lo

es, piensas dentro del campo indicado para la exposición el enfoque que le puedes dar, o cómo lo puedes ir desarrollando en detalles que te lleven a donde tú prefieras. Ésta será tu primera aproximación, al tema, que sucesivamente irás modulando y mejorando.

EL PRODUCTO PARA LA EXPOSICIÓN

La acción que vas a realizar en este contexto de presentación, se compone intrínsecamente de tres elementos inseparables e interdependientes: el contenido que vas a tratar, el formato material con el que lo vas a presentar y tu actuación. Vayamos analizando estos puntos con detalles, si bien la actuación será el núcleo del próximo artículo.

EL CONTENIDO EN FORMA DE ESQUEMA

El tema que está al servicio de tus objetivos, contendrá unas pocas Ideas Fuerza, entre dos y cuatro; no pongas más porque la gente al final no se llevará casi nada, o sólo algunas de estas ideas de forma menos contundente.

Podrás basar la estructura del contenido desde estas ideas principales, que es lo más recomendable, o desde cualquier otra aproximación que converja en una adopción clara de esos 2-4 ejes de contenido.

Con las Ideas Fuerza como hilo conductor, las podrás dividir en sus subcomponentes temáticos, dándoles un orden e importancia; y si es pertinente subdividirlos a su vez en otra categoría inferior, de forma que vaya cogiendo forma un buen esquema.

A partir de aquí, de estos apartados temáticos, que has desarrollado considerando tu doble objetivo piensa con mentalidad pedagógica, desde la consistencia



NO SOLO



Psicobusiness



de las ideas fuerza, cuál podría ser el orden más efectivo.

Hazlo también desde un punto de vista de orientación hacia la parte del objetivo tuyo; y cómo todo tiene sentido con el estilo que desees dar a la presentación, ameno, científico, para público avanzado en la materia, para nuevos en la cuestión, para diferentes culturas...

Repara también en la extensión que requerirá cada apartado dependiendo de su importancia y del espacio que necesita

para ser comprendido dado su nivel de complejidad. O el espacio que le quieres dar por otras cuestiones como la sensibilización con la audiencia, descanso en el discurso, contenido ameno...

Con todo esto podrás tener el esqueleto de la presentación.

ELEVAR EL CONTENIDO A UN GUIÓN

Ya tienes la materia prima preparada, pero te falta elevarlo a la situación. Para ello, visualiza cómo podría desplegarse ese contenido

en un formato de presentación al público. Imagínate ahí en frente de la cámara funcionando y comienza tu exposición "virtual".

Imagina cómo irías tratando tu esquema de contenidos y cómo percibes al ponerlo en escena que deberías modular el esquema, imagínatelo como un guión de una película: empiezo haciendo una introducción general sin desvelar las ideas fuerza, o empiezo por ellas y las desarrollo, o dejo que la progresiva información vaya convergiendo hacia ellas, ¿habría que cambiar el orden? ¿Hay aspectos reiterativos que dichos una vez se dan por sabidos? ¿Necesitas añadir algo? Prepárate tu película ¡por fin eres Spielberg!

En el próximo artículo, analizaremos cuestiones tan importantes como el formato, la puesta en escena, la expresión corporal, elementos a tener en cuenta antes "de actuar"... ¡No te lo puedes perder! ■

Para realizar presentaciones eficaces hay dos claves principales que no siempre son bien atendidas: la preparación de la ponencia y la naturalidad modulada durante la exposición



MÁS INFORMACIÓN



Psicobusiness

BLOCKCHAIN CODEX

Blockchain promete revolucionar la forma en que hacemos negocios con una abrumadora fuerza disruptiva. Al igual que con cualquier tecnología innovadora, los usuarios potenciales necesitan entender las capacidades y beneficios de blockchain, y cómo funciona para poder aplicarlo. Este informe proporciona al lector una amplia visión de lo que es blockchain, cómo funciona y cómo se puede aplicar en un contexto de negocios.

Discover
the New

Una nueva dimensión para la tecnología



La agilidad y la toma de decisiones basada en datos son dos requisitos de los negocios actuales. ¡Descubre en este nuevo Centro de Recursos cuál es el nuevo estilo de tecnología!

Patrocinado por 